



# PRIRUČNIK

*za proizvođače koji žele da oglašavaju  
svoje proizvode na platformi  
„Mali proizvođači“*

## PRIPREMILI

*Administratori grupe „Mali proizvođači hrane u Srbiji“*

*“Pametni ljudi uče iz svega i svačega, prosečni ljudi iz svog iskustva, a glupi ljudi već imaju sve odgovore.”*

- Sokrat -



Мали промоција хране у Србији

...ко smo mi i

# KAKO JE NASTALA NAŠA PLATFORMA?



Mi smo prva platforma koja okuplja sve male proizvođače hrane iz Srbije na jednom mestu.

"**Мали промоција**" je platforma koja prikuplja informacije o gazdinstvima, farmama, zadrugama i omogućava kupcima da svoje utiske prenesu i drugima, i tako prošire dobnu reč. Želimo da za sve pronađemo „proverenog čoveka sa sela“, preko koga će članovi moći da dođu do svojih zdravih namirnica.

Godinama smo diskutovali i maštali o platformi nalik ovoj. U međuvremenu se pojavilo dosta online pijaca, pa je i naša ideja ostala negde u zapećku jer smo očekivali da će neka od njih postati ono što smo mi zamislili.

Međutim, nijedna od postojećih online pijaca nije okupila sve male proizvođače hrane, odnosno do sada nije postojala njihova baza. Prednost ovakve jedne baze jeste to što se kupcima pruža izbor, a malim proizvođačima mogućnost.

Zahvaljujući publicitetu bloga *Ručak za 200 dinara*, u septembru 2019. nastala je prvenstveno grupa na Fejsbuku, a potom i sajt [www.maliproizvodjaci.rs](http://www.maliproizvodjaci.rs).

Želite da se pridružite grupi malih proizvođača koji prodaju svoje proizvode preko naše platforme?

Ukoliko ste proizvođač i želeli biste da predstavite svoju ponudu na našoj platformi, izdvojili smo vreme i kreirali ovaj priručnik koji će vam detaljno objasniti sve korake koje morate ispoštovati kako biste se oglašavali na našem sajtu ili Facebook grupi i omogućili našim cenjenim kupcima da vas pronađu.



Мали промоујачи хране у Србији

... evo objašnjenja kako  
to možete uraditi

# POSTOJE DVA NAČINA:



## 1. Kreiranjem ponude na našem sajtu:

## 2. Objavama u našoj Facebook grupi:

### Mali proizvođači hrane u Srbiji

Private group · 96.3K members



+ Invite



Мали промоцији хране у Србији

[www.maliproizvodjaci.rs](http://www.maliproizvodjaci.rs)

# DA VAS UPOZNAMO SA НАШИМ САЈТОМ:



## Kreiranje ponude na sajtu:

Da bi vaša priča i ponuda bila prezentovana na našem sajtu, potrebno je da imate **registrovano poljoprivredno gazdinstvo ili firmu**.

**Kreiranje ponude** podrazumeva da vašu priču, odnosno ponudu predstavite kroz tekst i fotografije, tako što ćete:

- posetiti sajt [www.maliproizvodjaci.rs](http://www.maliproizvodjaci.rs)
- u rubrici Za proizvođače, kliknuti na opciju Kreiraj ponudu
- popuniti obrazac sa traženim informacijama
- potom kliknuti na Pregled, pa Pošalji na odobrenje

Nakon ovoga, očekujte mejl od administratora sajta. Ukoliko smatramo da bi vaš listing trebalo dopuniti još nekim informacijama, zamolićemo vas da nam napišete još par rečenica ili pošaljete još par fotografija - sve u cilju da se što bolje predstavite potencijalnim kupcima.

Ukoliko nakon kreiranja listinga želite da promenite nešto (tekst, cene, fotografije), potrebno je da o tome obavestite administratora sajta i mi ćemo to uraditi umesto vas.

## Kategorije proizvoda

Na sajtu postoje 24 kategorije proizvoda + način dostave, tako da su svi proizvođači svrstani po kategorijama, kako bi ljudima bilo lakše da vrše pretragu proizvoda. Jedan proizvođač može biti svrstan u više kategorija.

Npr: Ako proizvođač proizvodi voćne sokove, džemove i slatko, ali u sezoni prodaje i sveže voće, onda će on biti u kategorijama Džem i slatko, Voćni sokovi i Voće i povrće.

**Važno je znati:** Naša platforma ne vrši prodaju, već samo povezuje proizvođače i kupce.



Мали производаџи хране у Србији

[facebook.com/groups/  
maliproizvodjaci](https://facebook.com/groups/maliproizvodjaci)

# U NASTAVKU SAZNAJTE VIŠE O NAŠOJ GRUPI:

## Oglašavanje u Facebook grupi:

Facebook grupa *Mali proizvođači hrane u Srbiji* osnovana je 2019. godine sa ciljem da poveže potrošače i male proizvođače.

Šta je zapravo bio pokretač jedne ovakve inicijative, Ana i Veljko su se potrudili da objasne u jednom gostovanju koje možete poslušati na ovom [linku](#). Odgovor ćete pronaći nakon 51. minuta!



The group *Mali proizvođači hrane u Srbiji* was created  
25 Sep 2019

Tokom pandemije, grupa je doživela veliku ekspanziju, a broj njenih članova neprekidno raste. Očekujemo da će u narednih nekoliko meseci, taj broj premašiti 100.000!

Osim grupe, na Fejsbuku postoji i stranica *Mali proizvođači*, ali nemojte mešati grupu i stranicu. Sve objave postavljajte u grupi, jer na stranici vaše objave nisu dovoljno vidljive. Stranicu koristimo za promociju proizvođača sa sajta i delimo određene vesti koje mogu pomoći malim proizvođačima.

Sigurni smo da u tako velikoj grupi, ima ljudi koji su zainteresovani za vaše proizvode, samo je potrebno da se na pravilan način predstavite i privučete kupce. O pravilima oglašavanja u grupi, možete pročitati u nastavku priručnika.



# Za početak, pročitajte pravila grupe.

*U nastavku smo izdvojili ona pravila koja se odnose na proizvođače.*

## **1. Upišite se u našu bazu malih proizvođača**

Proizvođači se mogu oglašavati samo ukoliko su upisani u našu bazu koja se nalazi na sledećem linku: <https://bit.ly/baza-malih-proizvodjaca>.

## **2. Predstavite se jasno i pregledno prilikom svakog objavlјivanja**

Obavezno je predstaviti se i napisati:

- ime i lokaciju proizvodnje;
- način proizvodnje i poreklo;
- naziv i cene proizvoda;
- u koji grad/delove grada dostavljate;
- minimum za dostavu;
- staviti fotografije proizvoda.

## **3. Oglašavanje alkoholnih pića nije dozvoljeno sa ličnih profila**

U skladu sa Fejsbukovim standardima zajednice, ne možemo da prihvatimo oglašavanje alkoholnih pića koje dolazi sa privatnih profila (profila fizičkih lica). Da biste oglašavali alkoholna pića, morate postavljati objave sa stranice (eng. Page).

## **4. Oglašavanje organskih proizvoda**

Organski proizvodi se mogu oglašavati samo uz priložen važeći sertifikat za organsku proizvodnju.

## **5. Upotreba reči „lek“**

Nećemo dozvoliti objave u kojima se proizvod označava kao lek, ali je dozvoljeno istaći nesporne zdravstvene benefite koji proizvod nudi.

## **6. Napravite razmak između objavlјivanja**

Dozvoljeno je okačiti jednu objavu dnevno i tri objave nedeljno (od ponедeljka do nedelje), nevezano od sadržine tih objava. Obuhvatite sve što imate da kažete u jednoj objavi.

## **7. Objave kačite direktno u grupi**

Objave moraju biti kačene direktno u grupi. Šta to znači? Znači da objavu morate napisati u grupi i tako je objaviti. Objave koje su podeljene tj. šerovane sa profila/stranica/grupa neće biti odobrene.

## **8. Budite transparentni**

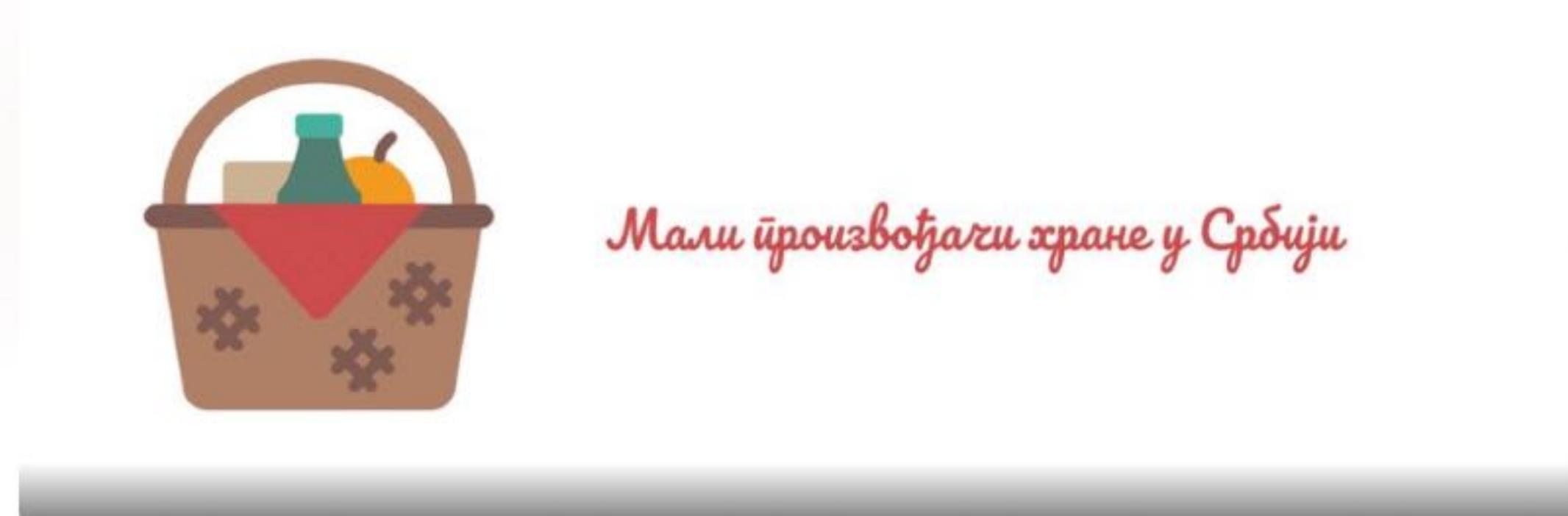
Molimo vas da odgovori na sva pitanja koja dobijete u komentarima budu javni. Nema potrebe da pišete "odgovor u inbox" i slično, jer time izazivate sumnju ostalih članova. Zbog čega biste krili osnovne informacije?

## **9. Budite fini**

Nećemo odobravati objave, brisaćemo komentare i uklanjati ljude koji vređaju, šire govor mržnje, bes i negativnu energiju, kao i ukoliko su na nefer način usmereni protiv proizvođača/kupaca (jednog ili više njih). Ukoliko se desi da vas neko vređa ili omalovažava, molimo vas da prijavite (eng. reportujete) komentar.

# Gde možete pronaći sva pravila grupe?

Pravila grupe važe za sve članove i u svakom momentu ih možete pronaći u samoj Facebook grupi "Mali proizvođači hrane u Srbiji" u sekciji "About" (Informacije) i u sekciji "Announcements" (Obaveštenja).



## Mali proizvođači hrane u Srbiji

Private group · 96.3K members



+ Invite



### 1 Proizvođači, predstavite se jasno i pregledno

Obavezno je predstaviti se i napisati: - ime i lokaciju proizvodnje; - način proizvodnje i poreklo; - šta prodajete SA CENOM; - u koji grad/debove grada dostavljate; - minimum dostave; - okačiti slike



### 6 Pretražite pre nego što pitate

Vrlo je verovatno da je neko već postavio pitanje koje vi želite da postavite. Koristite pretragu (search) ili tagove da pronađete ono što vas interesuje.



### 7 Budite fini

Nećemo odobravati objave i brisaćemo komentare koji vredaju, šire govor mržnje, bes i negativnu energiju, kao i ukoliko su na nefer način usmereni protiv proizvođača (jednog ili više njih).



### 8 Hvala vam na savetu

Vaše sugestije su zabeležene, ali ih nećemo objaviti na grupi jer često izazovu duge, nepotrebne polemike. Nemojte ovo shvatati lično.



### 9 Cene proizvoda

Cene proizvoda formiraju proizvođači i, osim u slučaju da je predmet objave konsultacija sa kupcima oko cene, molimo da se uzdržite od komentarisanja cena proizvoda.



### 10 Baza proizvođača, organski proizvodi itd.

Proizvođači se mogu oglašavati samo ukoliko su upisani u našu bazu. Organski proizvodi se mogu oglašavati samo uz priložen sertifikat. Objave moraju biti kažene direktno u grupi (tj. ne "shareowane")



*pravilo broj 1*

## **UPIŠITE SE U NAŠU BAZU MALIH PROIZVOĐAČA**

Oglašavanje na grupi je dozvoljeno samo onim proizvođačima koji su upisani u našu bazu podataka. Upitnik možete pronaći na sledećem linku:

<https://bit.ly/baza-malih-proizvodjaca>

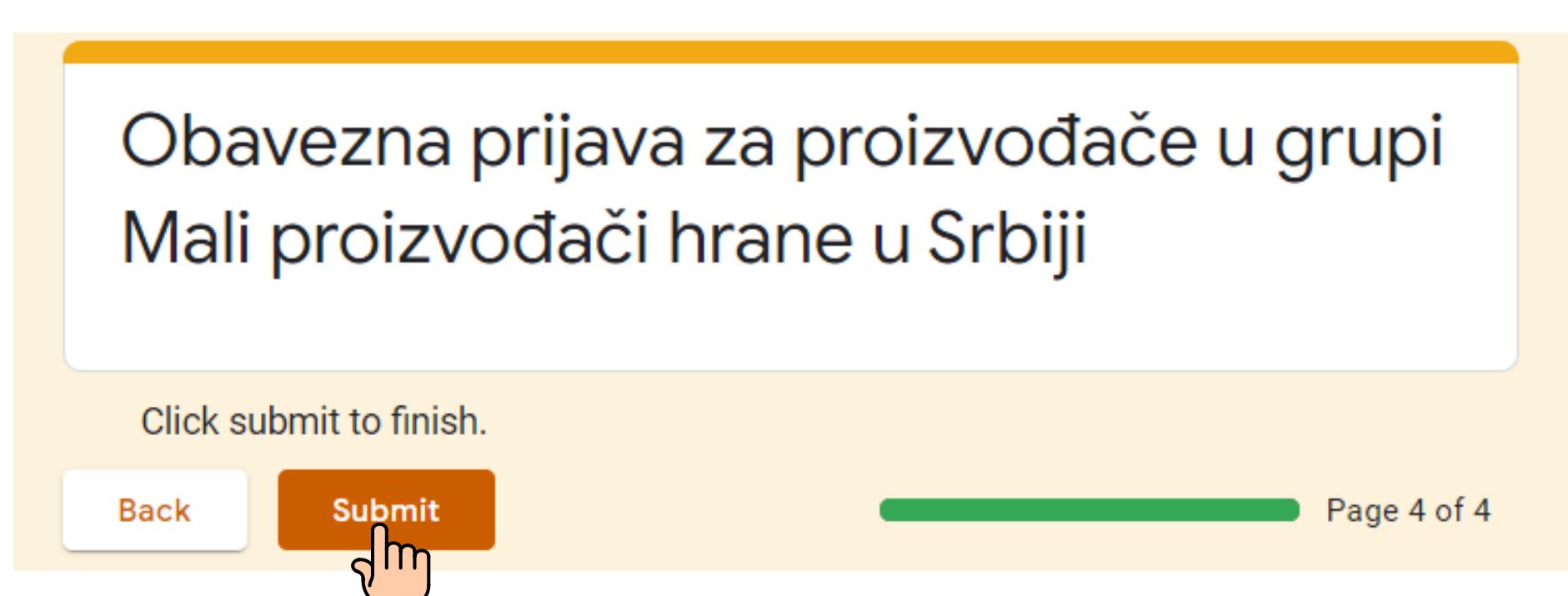
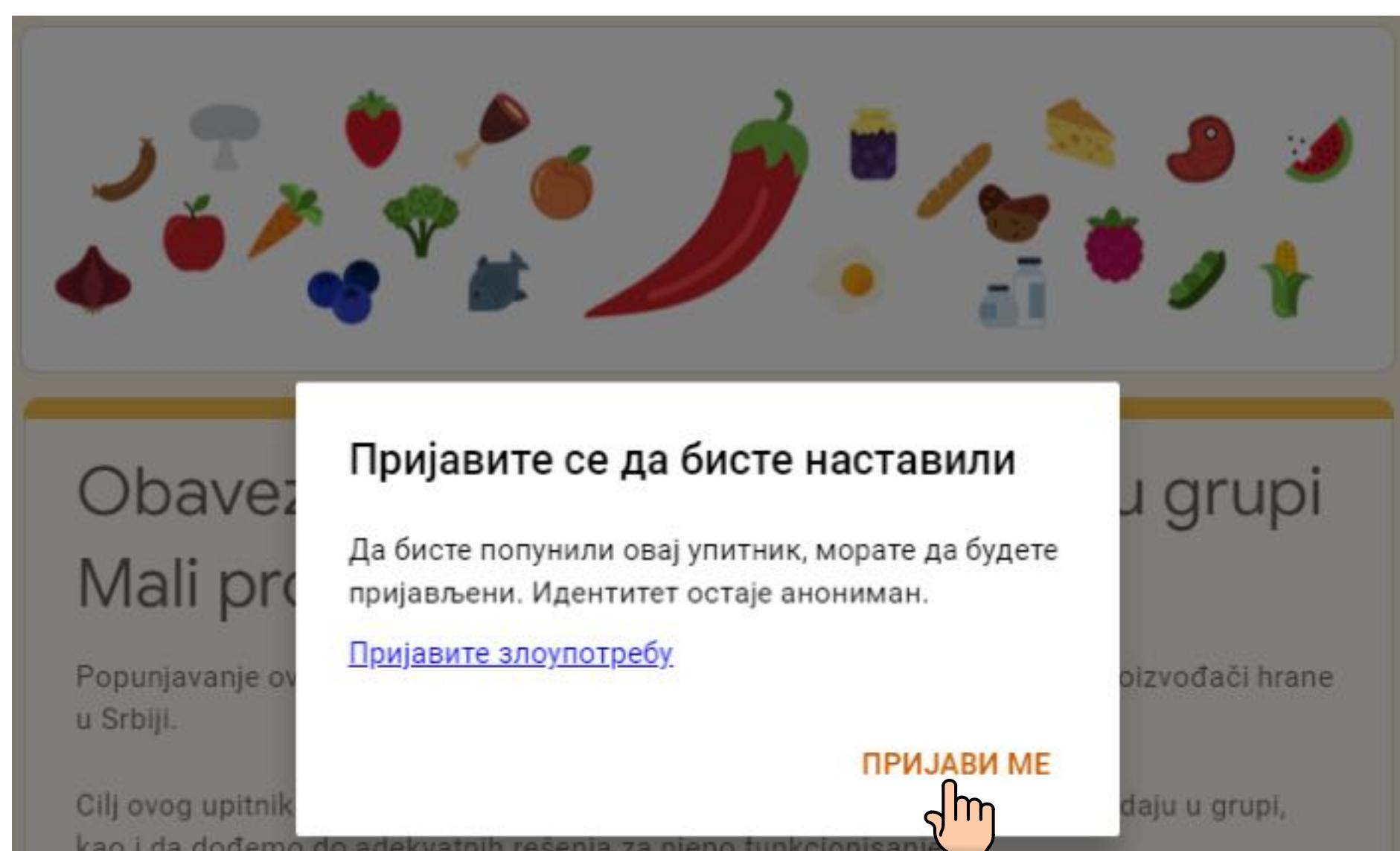
Napominjemo da je upitnik obvezan za sve proizvođače, uključujući one koji su već popunjavali formulare koje smo im slali.

Kako grupa raste, potrebno nam je da bolje razumemo ko sve prodaje i na koji način proizvodi hranu u ovoj grupi. Podatke o proizvođačima hrane prikupljamo radi održavanja i unapređenja kvaliteta grupe, kontrolisanja poštovanja pravila grupe, kao i radi direktnog kontakta sa proizvođačima u slučaju potrebe.

**Podaci neće biti deljeni sa trećim licima.** Proizvođači koji su se upisali u bazu mogu u bilo kom trenutku tražiti brisanje ostavljenih podataka putem mejl adrese kontakt@maliproizvodjaci.rs.

Da biste popunili prijavu, morate se prijaviti na svoj Google nalog (slika 1). Odgovorite na sva pitanja i pratite korake kako biste prosledili svoju prijavu.

Da bi prijava bila zabeležena i validna, potrebno je da na kraju kliknete na „submit“ (slika 2).



## **DA LI NUDITE PROIZVODE KOJI U SVOM SASTAVU SADRŽE MESO?**



Za sve proizvođače koji nude bilo koje namirnice ili proizvode od mesa, dakle **sveže ili smrznuto meso, suvomesnate proizvode, ribu, gotova jela od mesa (npr. sarme)**, kao i sve druge proizvode koji u sebi sadrže meso, oglašavanje u grupi će biti dozvoljeno samo u slučaju da su registrovani u Republici Srbiji kao **poljoprivredno gazdinstvo ili drugi privredni subjekt**.

Priprema i prodaja namirnica i hrane mesa je izazovan, škakljiv i zahtevan posao i stoga više nismo u mogućnosti da na svoja pleća preuzimamo rizik toga da prihvatamo objave nekoga koga država ne prepoznaće kao registrovanog proizvođača i praktično nema nikakvu kontrolu nad njegovim procesom proizvodnje, prerade i stavljanja proizvoda u promet. Počinjemo sa primenom ovog pravila od 05.05.2021. godine.



*pravilo broj 2*

## **PREDSTAVITE SE JASNO I PREGLEDNO PRILIKOM SVAKOG OBJAVLJIVANJA**

Jedan od najčešćih razloga zbog kog objave budu odbijene je nedostatak informacija!

### **Zbog čega insistiramo na predstavljanju prilikom svakog oglašavanja u grupi?**

Iz prostog razloga što se našoj zajednici svakodnevno pridruži nekoliko stotina novih članova koji nikada nisu čuli za vas.



Da bi objava bila kompletna i da bi zainteresovala što više potencijalnih kupaca, potrudite se da svoje gazdinstvo/firmu i proizvode predstavite na što bolji način! **Kako da to uradite?**

Pored osnovnih informacija koje obavezno morate dodati prilikom objavlјivanja, evo nekih saveta:

- Obavezno objavite **FOTOGRAFIJE** samih proizvoda. Ljudi vole da vide kako izgleda proizvod koji im nudite. Zamislite da na pijaci stavite samo natpis „prodajem krompir, cena 50 dinara“, a da sam krompir ne izložite na tezgi... Kome biste ga prodali? E pa, grupa je kao jedna virtualna pijaca ili prodavnica, a vaša objava je vaša tezga! Ukoliko ste u mogućnosti, pored fotografija proizvoda, dodajte fotografije napravljene tokom procesa proizvodnje, ili fotografije vašeg gazdinstva i njegovih članova. Pokušajte da dočarate atmosferu kroz objavu!
- Kao što smo već rekli, vaša objava je vaša tezga i od nje zavisi vaša prodaja! Međutim, na našoj grupi imate mogućnost da ispričate sve ono za šta nemate vremena tokom npr. prodaje na pijaci. Iskoristite priliku da predstavite sebe ili svoje gazdinstvo. Ko ste vi, čime se bavite, odakle ste, zbog čega ste u ovom poslu i na koji način dolazite do svojih proizvoda? Napišite par rečenica o tome koliko dugo i na koji način se bavite ovim poslom, kako ste započeli svoj mali biznis i ko sa vama učestvuje u proizvodnji. Uverite ljude u svoju autentičnost i kvalitet. Objasnite im zbog čega ste baš vi najbolji u svom poslu.
- Kako potencijalni kupci mogu doći do vaših proizvoda? Da li su vaši proizvodi dostupni u nekim marketima, prodavnicama zdrave hrane, da li imate svoje prodajno mesto? Da li i na koji način vršite dostavu i po kojoj ceni? Ako je dostava besplatna, navedite tu informaciju, ako nije, napišite cenu dostave, kao i minimum za dostavu. Da li ste u mogućnosti da šaljete porudžbine poštom ili kurirskim službama? Ako jeste, potražite na internetu cenovnike pošte ili kurirskih službi kako biste znali koja je cena njihovih usluga da biste mogli da obavestite potencijalnog kupca koliko će koštati dostava.
- Obavezno dodajte CENE proizvoda prilikom objavlјivanja u grupi. Verujemo da nema potrebe objašnjavati zbog čega je ova informacija bitna.

*"Čovek ne prodaje samo robu, već i samog sebe. "*

- Erih From -

*saznajte...*

## **KAKO BI ONDA VAŠA OBJAVA TREBALO DA IZGLEDA?**

Među vama ima malo više iskusnih, ali i onih kojima tehnologija i "priča" nisu baš jača strana. Zato smo pripremili primere i šemu, jer želimo da vaše poljoprivredno gazdinstvo/firmu/domaću radinost i vaše proizvode predstavite na najbolji mogući način.



Potrudićemo se da vam maksimalno pomognemo sa šemom koju slobodno možete koristiti i popuniti sa svojim podacima! U nastavku ćete videti primere loše i dobre objave.

### **Loša objava:**

"Prodajemo mladi sir 500din/kg i prevreli sir 500din/kg."

### **Dobra objava i šema koju možete koristiti:**

"Pozdrav svim članovima grupe,

Naše poljoprivredno gazdinstvo Petrović bavi se proizvodnjom sira već 10 godina. Nalazimo se u selu Žunje kod Knića. Sve proizvode pravimo po ... recepturi od mleka koje daju naših šest krava. U ponudi imamo:

- mladi sir - 500din/kg
- prevreli sir - 500din/kg

Dostavu naših proizvoda vršimo u Kragujevcu svake srede od 10-12h i u Beogradu svakog četvrtka od 11-13h.

Proizvode dostavljamo na kućnu adresu uz doplatu od 100 dinara. Minimum za porudžbinu je 2kg sira. Poručivanje putem telefona 0612345678 i na našoj Facebook stranici." (Da biste tagovali svoju stranicu, porebno je da ukucate "@" i onda ime stranice, pa kada se pojavi, kliknete na nju (npr. @gazdinstvopetrovic)

Ovim ste svojim potencijalnim kupcima poručili:

- ko ste vi, čime se bavite i koliko dugo
- odakle ste i gde se nalazi vaša proizvodnja
- koje proizvode imate u ponudi i koja je njihova cena
- način dostave i minimum za poručivanje
- kako da vas kontaktiraju

*Ključno je postaviti realna očekivanja kupaca, a zatim ih ne samo ispuniti, već premašiti - po mogućnosti na neočekivane i korisne načine.*

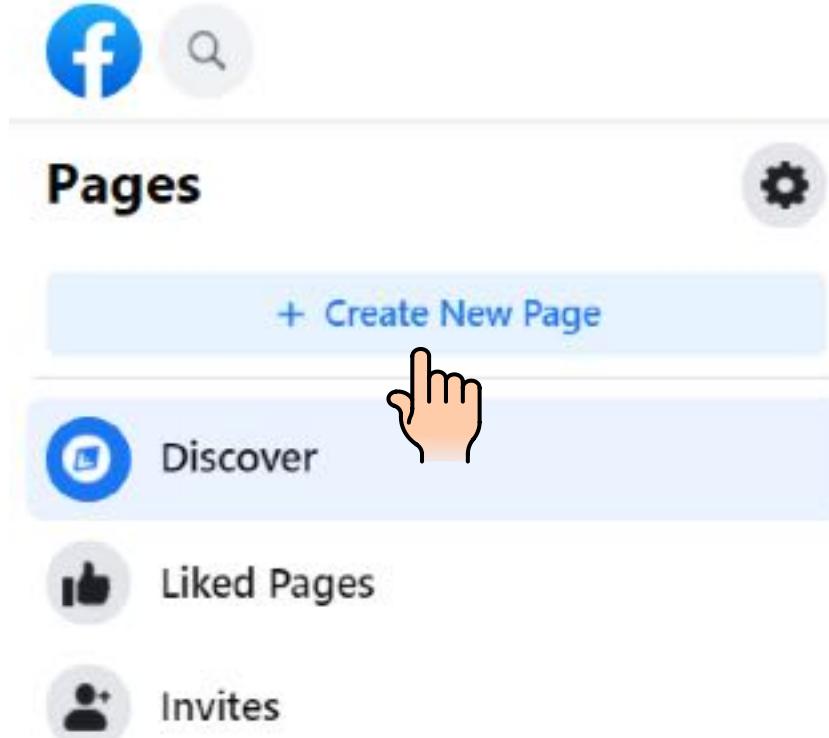
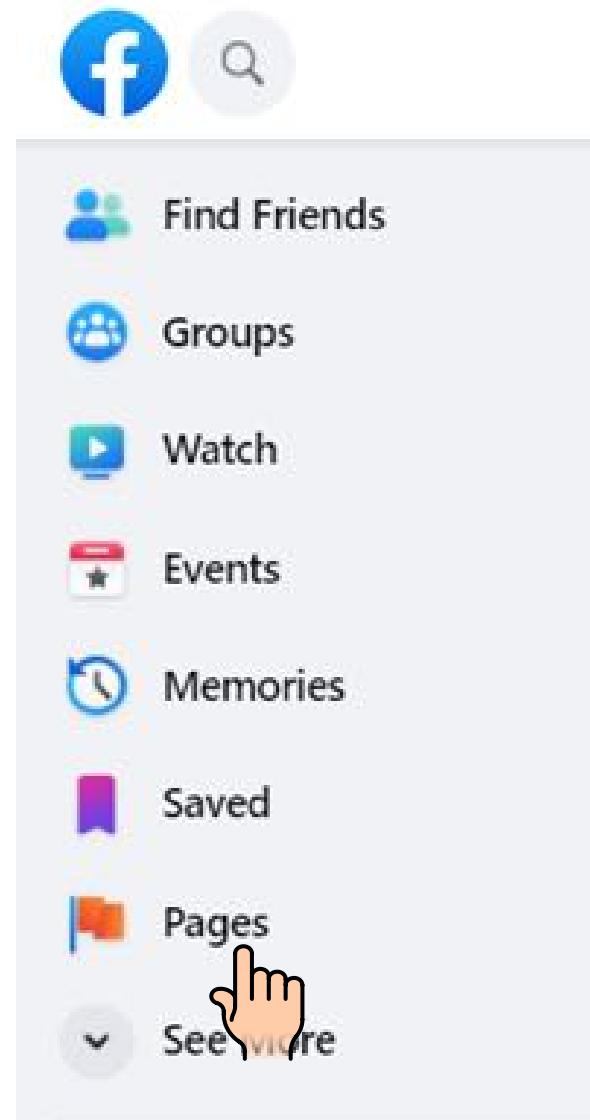
*pravilo broj 3*

## **OGLAŠAVANJE ALKOHOLNIH PIĆA NIJE DOZVOLJENO SA LIČNIH PROFILA**

Kako je u našoj zemlji zabranjena prodaja alkoholnih pića licima ispod 18 godina, Facebook se trudi da reguliše ovo pravilo, time što stranice koje prodaju alkoholna pića ne prikazuju maloletnim licima. Tako da, ovo pravilo nismo nametnuli mi, kao administratori grupe, već Facebook, čiju platformu koristimo.

Da biste oglašavali svoje proizvode koji spadaju u grupu alkoholih pića, morate imati Facebook page, tj. Facebook stranicu. Ako imate stranicu, ali ste član grupe kao lični profil, potrebno je da napustite grupu kao lični profil i pristupite opet kao stranica. Kad budete kliknuli da se priključite grupi, imaćete opciju da izaberete kako želite da se učlanite i tu kliknete kao "stranica".

Kako da napravite Facebook stranicu ukoliko je nemate?



Search Facebook

Pages > Create a Page

### Create a Page

Page Information

Page name (required)  Ime stranice

Use the name of your business, brand or organization, or a name that explains what the Page is about. [Learn More](#)

Category (required)  Winery/Vineyard

Choose a category that describes what type of business, organization or topic the Page represents. You can add up to 3.

Description  Opis vaše stranice

Write about what your business does, the services you offer, etc.

You can add images, contact info and other details after you create the Page.

Create Page

**Korak 1** – Uđite na vašu početnu stranicu na Facebook-u. Iz menija na levoj strani ekrana izaberite „Pages“ ili „Stranice“

**Korak 2** – Kliknite na „+ Create New Page“ ili „Kreiraj novu stranicu“

**Korak 3** – Upišite podatke (ime stranice, kategoriju i opis, a zatim kreirajte stranicu klikom na „Create Page“ ili „kreiraj stranicu“)

**Korak 4** – Pronađite na Facebook-u grupu *Mali proizvođači hrane u Srbiji*. Napustite grupu, a zatim kliknite da želite da se pridružite. Pojavice vam se opcija da izaberete da li grupi želite da se pridružite kao fizičko lice ili kao stranica koju ste kreitali, pa izaberite stranicu. Najbolje bi bilo da 4. korak sprovedete preko telefona, jer preko kompjutera obično ne radi.



## **PRAVILA GRUPE "MALI PROIZVOĐAČI HRANE U SRBIJI"**

*pravilo broj 4*

### **OGLAŠAVANJE ORGANSKIH PROIZVODA**

Da bismo odobrili objave u kojima predstavljate proizvode iz organske proizvodnje, molimo Vas da svaki put priložite VAŽEĆI sertifikat o organskoj proizvodnji.



U Srbiji je 2009. godine osnovana Nacionalna asocijacija za organsku proizvodnju „Serbia organica“ čiji je jedan od ciljeva pružanje neophodne, stručne pomoći proizvođačima i ostalim učesnicima u organskoj proizvodnji. Nacionalna organizacija za zainteresovane proizvođače organizuje seminare, od početnog do naprednog nivoa. O aktivnostima Nacionalne organizacije sve informacije se mogu naći na: [www.serbiaorganica.org](http://www.serbiaorganica.org). (izvor: [www.domacinskakuca.rs](http://www.domacinskakuca.rs), Bojan Mijatović, PSS Mladenovac)

Postupak uvođenja pokreće se prijavom koju proizvođač podnosi ovlašćenoj kontrolnoj organizaciji. Za obavljanje poslova kontrole i sertifikacije u organskoj proizvodnji Ministarstvo daje ovlašćenje kontrolnoj organizaciji. Ministarstvo, takođe utvrđuje spisak ovlašćenih organizacija i objavljuje ga u „Službenom glasniku Republike Srbije“ jednom godišnje. Spisak ovlašćenih kontrolnih organizacija se može naći na sajtu Ministarstva poljoprivrede: [www.mpzzs.gov.rs](http://www.mpzzs.gov.rs). (izvor: [www.domacinskakuca.rs](http://www.domacinskakuca.rs))

*pravilo broj 5*

### **UPOTREBA REČI „LEK“**

Objave u kojima se proizvod označava kao lek, neće biti odobrene, ali je dozvoljeno istaći nesporne zdravstvene benefite koji proizvod nudi.



*pravilo broj 6*

## **NAPRAVITE RAZMAK IZMEĐU OBJAVLJIVANJA**

Da bismo izašli u susret svim proizvođačima koji svoje proizvode oglašavaju preko grupe, povećali smo broj dozvoljenih objava sa dve na tri nedeljno.

Takođe, ukinuli smo pravilo da između objava mora biti određeni broj dana, tako da sada možete objavljavati i tri dana zaredom, ukoliko za to imate potrebe.



Imajte u vidu da na grupi nedeljno bude postavljeno preko 1000 objava, pa je ovo pravilo nužno, kako grupa ne bi bila pretrpana identičnim objavama.

Napomenuli bismo da je nedozvoljeno editovanje (ispravljanje) objava nakon više od 24 h. To znači da kada npr. 1. marta objavite da imate dostavu 10. marta, ta objava se isključivo odnosi na tu dostavu i na te podatke koje ste 1. marta objavili. Ne možete naknadno 15. marta editovati objavu da biste u njoj sada napisali da imate dostavu 20. marta. Imajte u vidu da će takve objave odbijati i da će time one automatski biti obrisane iz grupe.

Za novu dostavu, nove cene i generalno novine koje uvodite - napišite novu objavu!

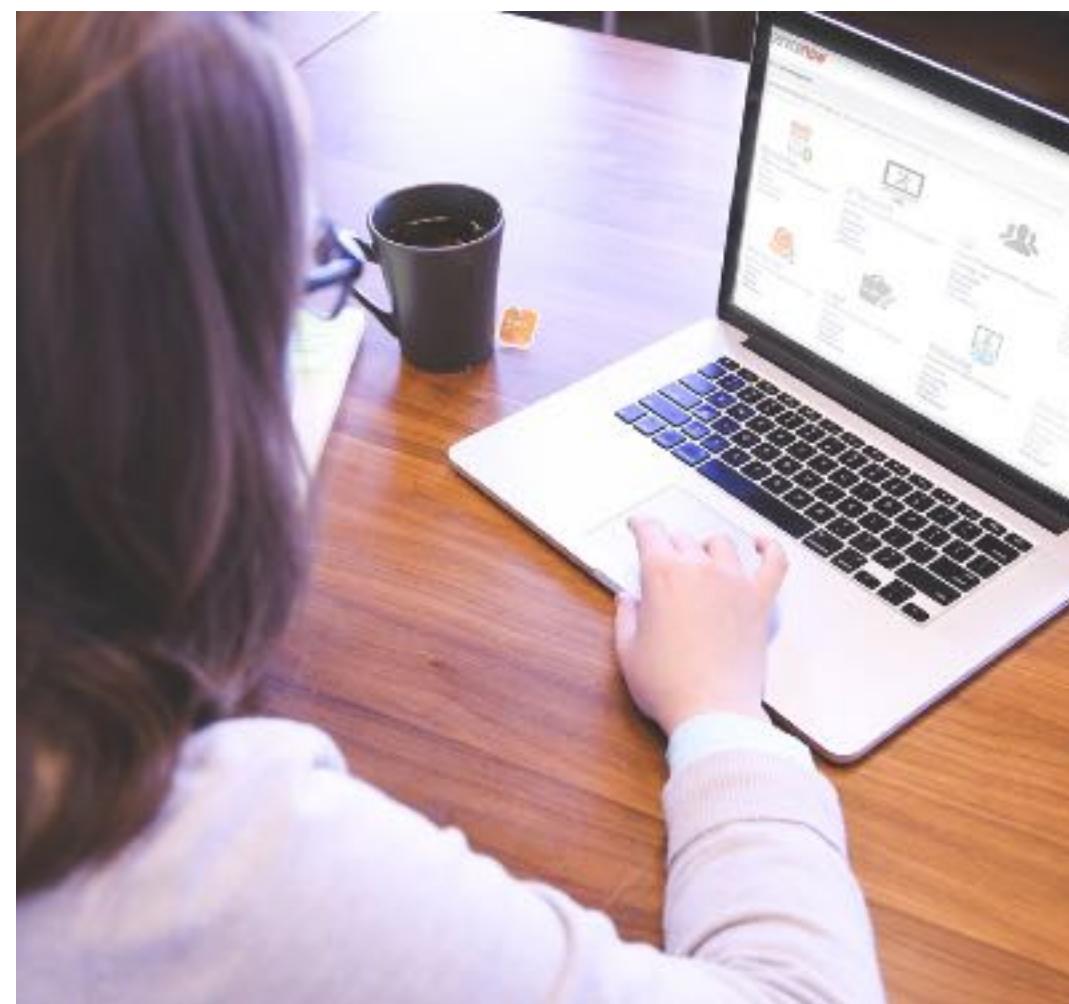
*pravilo broj 7*

## **OBJAVE KAČITE DIREKTNO U GRUPU**

Objave moraju biti kačene direktno u grupi.

Šta to znači?

Znači da objavu morate napisati u grupi i tako je objaviti. Objave koje su podeljene tj. šerovane sa profila/stranica/grupa neće biti odobrene. Ovo pravilo uvedeno je zbog toga što objave podeljene sa ličnih profila obično nisu vidljive svima, već samo vašim prijateljima na Facebook-u. Takođe, objave koje su vidljive, ali šerovane, prolaze neopaženo i njihov tekst se ne vidi dok se ne uđe u samu objavu. Zbog toga, nemojte biti lenji! Jednostavno kopirajte taj tekst i dodajte fotografije, pa direktno okačite u grupu!



*"Lenjivci nisu samo oni koji ne rade, već i oni koji mogu da rade bolje."*

## **PRAVILA GRUPE "MALI PROIZVOĐAČI HRANE U SRBIJI"**

### ***pravilo broj 8***

### **BUDITE TRANSPARENTNI**

Svaki proizvođač je u obavezi da odgovara na pitanja članova grupe u vezi sa svojim proizvodima.

Osim na vašoj objavi, pitanja ćeete nekada dobijati i ispod objave člana grupe koji je napisao iskustvo sa vašim proizvodima.

Ako vas neko pita o poreklu proizvoda, sastavu proizvoda, njegovim svojstvima, načinu pripreme i slično - dajte mu **konkretan odgovor**.

Nemojte pisati "odgovoriću vam u poruci", "inbox", "ako ti se ne sviđa zaobiđi" i slično, jer time izazivate sumnju. Ne kažemo da treba da date recepturu svakome ko pita za sastav proizvoda, ali osnovne informacije moraju biti javne i dostupne svima.

Proizvođači koji ne budu poštovali ovo pravilo će biti uklonjeni iz grupe.

Ukoliko od strane kupaca budu postavljena pitanja na uvredljiv ili bezobrazan način, administratori grupe će reagovati.

**Budite odgovorni prema kupcima, administratorima, a u krajnjoj liniji i prema sebi.**

### ***pravilo broj 9***

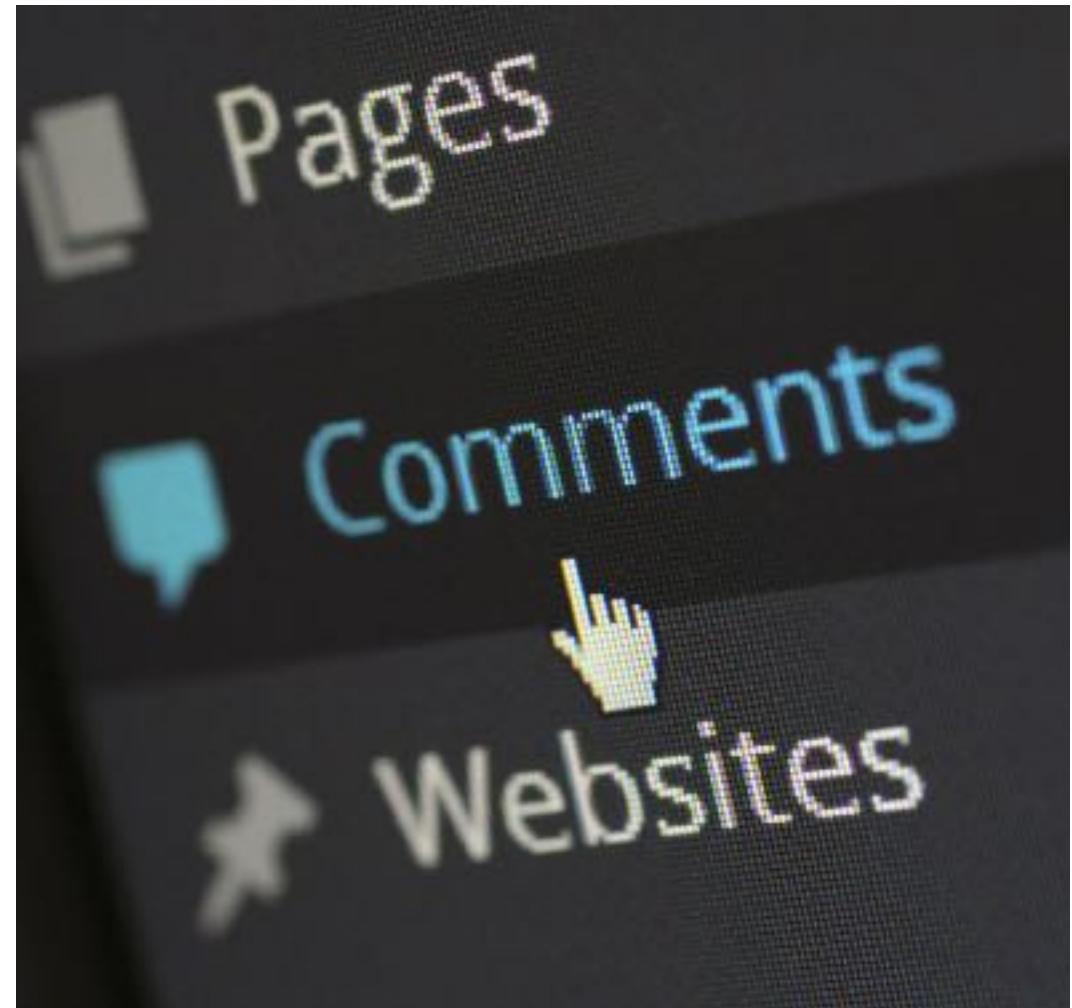
### **BUDITE FINI**

Nećemo odobravati objave, brisaćemo komentare i uklanjati iz grupe ljude koji vredaju, šire govor mržnje, nezadovoljstvo, bes i negativnu energiju, bili oni kupci ili proizvođači.

Ukoliko imate problem sa određenom osobom koja vas javno vređa ili omalovažava, molimo vas da komentare prijavite (eng. report), kako bismo u što kraćem roku mogli da reagujemo.

Takođe, ukoliko diskusija u komentarima vaše objave preraste u raspravu ili svađu, prekinete da odgovarate i raspravljate se. Neretko se dešava da proizvođači koji pokušaju da se odbrane, preteraju. Jednostavno prijavite komentare koji nisu prikladni i mi ćemo ih obrisati. Nema potrebe da odgovarate na nepristojna pitanja i optužbe koje za cilj imaju da vas isprovociraju.

Kako grupa služi i za razmenu iskustava o poručenim proizvodima, imajte u vidu da kupci imaju pravo da objave i negativne recenzije za vaše proizvode ili saradnju sa vama. Molimo vas da se u tom slučaju javite u komentaru objave i predstavite vašu stranu priče na normalan i kulturni način, bez vredanja i optužbi.



## **REKLAMIRANJE NA TUĐIM OBJAVAMA**

Proizvođačima nije dozvoljeno da se reklamiraju na objavama drugih proizvođača, kao ni na objavama kupaca koji dele svoj utisak o određenom proizvodu ili saradnji sa drugim proizvođačima.

Osim što je u poslovnom svetu to neprihvatljivo i neprofesionalno, deluje i jako ružno. Svaki vid nelojalne konkurenциje će biti sankcionisan.

Naravno, dozvoljeno je ponuditi svoje proizvode na objavama gde kupci to traže.



**Primer 1:** Ako gospođa Ruža pohvali džem od maline nekog proizvođača, nepristojno je da bilo koji proizvođač džema od maline reklamira svoj proizvod u komentarima te objave, poput 'I ja pravim odličan džem od malina, tegla od 1 kg - 600 din'

**Primer 2:** Ako gospođa Ruža napiše negativno iskustvo sa džemom od maline nekog proizvođača, nepristojno je da bilo koji proizvođač džema od maline reklamira svoj proizvod u komentarima te objave, poput 'Ja pravim odličan džem od malina, uverite se, tegla od 1 kg - 600 din'

## **NEISKLJUČIVOST PRAVILA**

Administratori i moderatori su ovlašćeni da grupu vode na način koji smatraju prikladnim kako bi grupa ostvarivala svoje ciljeve. U tom smislu, primenjivaće i druga pravila, osim onih javno napisanih, kako bi se ovo ovlašćenje realizovalo.



## **ODGOVORNOST ADMINISTRATORA**

Administratori grupe ni na koji način niti pod bilo kojim uslovima nisu, niti mogu biti odgovorni za ispravnost, kvalitet, higijenske uslove, ukus, adekvatnost pravljenja, čuvanja, dostavljanja, kao ni za bilo koji drugi element u vezi sa kupovinom proizvoda preko ove grupe. Isključivo je da proizvođačima i kupcima da dogovore sve uslove saradnje.





Мали производиџи хране у Србији

sada kada smo vas detaljno  
upoznali sa pravilima...

## SLEDE SAVETI KOJI VAM MOGU BITI OD POMOĆI!



### KOMUNIKACIJA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA

- Komentari
- Poruke
- Editovanje objave
- Digitalni pravopis
- Fotografije

### UPRAVLJANJE PORUDŽBINAMA I ORGANIZACIJA DOSTAVE

- Porudžbine
- Dostava

### UNAPREĐENJE POSLOVANJA

- Baza kupaca
- Društvene mreže
- Mejl
- Brend
- Sajt

## - KOMENTARI -

Nakon što objavite post u našoj grupi i informacije o vašim proizvodima, očekujte komentare, pitanja i direktne poruke od potencijalnih kupaca.

Savetujemo vam da na SVE komentare odgovorite! Interakcije na objavi, kao što su komentari i reakcije, znatno će doprineti njenoj većoj vidljivosti.

Svakako vas molimo da ne komentarišete sami svoju objavu raznim stikerima ili tačkama, jer ćemo iste označiti kao spam.

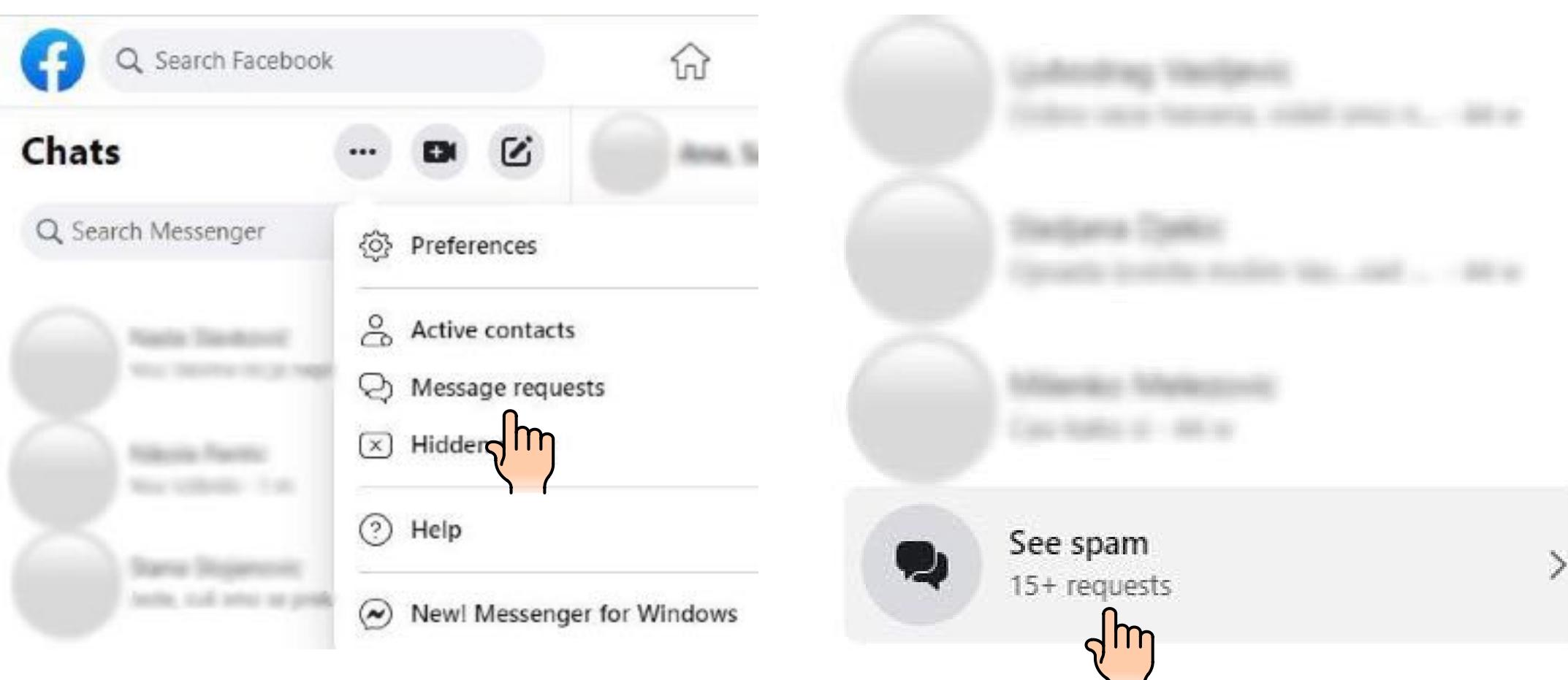
## - PORUKE -

Šta bi trebalo da znate o porukama, a možda vam нико до сада nije rekao?

**NE STIŽU SVE PORUKE U INBOX.** Pa gde onda stižu? Poruke ljudi koji su vaši prijatelji na Facebook-u će stići u inbox, međutim, poruke od onih koji nisu, će stići na dva mesta - **MESSAGE REQUESTS** (zahtev za čakanje) i **SPAM** (nepoželjne poruke). Gde ćete pronaći ove poruke?

Uđite u svoje poštansko sanduče na Facebook-u ([inbox](#)) i kliknite na tri tačke (fotografija 1), zatim izaberite "Message requests". Tu ćete pronaći sve poruke koje su vam poslali ljudi koji nisu vaši prijatelji na Facebook-u.

Kada Facebook uoči neuobičajene radnje na vašem profilu, kao što je prliv novih poruka od nepoznatih ljudi, on će početi da ih filtrira i neke će možda poslati u nepoželjne (spam). Da biste pronašli spam folder, morate otići do dna poruka u folderu "Message requests" i kliknuti na "See spam".



## - EDITOVANJE OBJAVE -

Greške se dešavaju i to je skroz normalno! Facebook vam daje opciju da svoj post editujete (ispravite) nakon njegovog objavlјivanja. Međutim, ukoliko se desi da objavu editujete nakon što je mi odobrimo u grupi, to može da dovede do nevidljivosti te objave i po nekoliko sati, dok ne bude ponovo odobrena.

Zbog toga, savetujemo da pre objavlјivanja u grupi, detaljno pročitate sve što ste napisali, proverite da li ste dodali fotografije i informacije koje bi objava trebalo da sadrži i tek je onda objavite.

Kao što smo već napomenuli u pravilima, izmene na objavi su moguće u prva 24 časa od njenog objavlјivanja. Ovaj prostor je ostavljen ukoliko uočite da ste npr. pogrešno napisali cenu ili datum dostave ili neku drugu bitnu informaciju.

Objave editovane nakon nekoliko dana, pa čak i meseci, kojima se menjaju struktura i prvobitne informacije, biće odbijene i samim tim automatski uklonjene iz grupe.

## - DIGITALNI PRAVOPIS -

Da bi objava bila čitka, trudite se da prvenstveno poštujete pravopis, a zatim i digitalni pravopis. Šta je uopšte **digitalni pravopis** i šta on podrazumeva? Digitalni pravopis je najznačajniji deo digitalne pismenosti.

- Koristite jedan razmak posle svake reči, kao i posle svakog interpunkcijskog znaka (tačka, zarez, dve tačke, tri tačke, upitnik, uzvičnik, zagrade, crta...)
  - *nepravilno: Prodajemo sir i kajmak. Pakovanje od 1kg(cena-500din).*
  - *pravilno: Prodajemo sir i kajmak. Pakovanje od 1 kg (cena - 500din).*
- Nemojte koristiti velika slova za pisanje cele objave, već samo za isticanje bitnih reči. Kucanje velikim slovima je isto kao da vičete na sagovornika.
  - *nepravilno: NEMOJTE KORISTITI VELIKA SLOVA ZA PISANJE CELE OBJAVE.*
  - *pravilno: Nemojte koristiti velika slova za pisanje cele objave.*
- Nemojte pisati objavu "šišanom" latinicom. Šišana latinica znači da ste latiničnim slovima "š/đ/č/ć/ž" "ošišali" kvačice i zapravo umesto njih koristili "s/dj/c/c/z". Da biste imali pomenuta latinična slova, morate podesiti tastaturu na srpsku latinicu, umesto engleske.
  - *nepravilno: sisana latinica*
  - *pravilno: šišana latinica*
- Za odvajanje pasusa ili nabranjanje koristite novi red, umesto uzastopnih razmaka. Red se odvaja pritiskom na dugme "Enter" ili kombinacijom dugmića "Enter" + "Shift".
  - *nepravilno: U ponudi imamo sir - 500 din/kg, kajmak 500 din/kg*
  - *pravilno: U ponudi imamo:*
    - sir - 500 din/kg
    - kajmak - 500 din/kg

## - FOTOGRAFIJE -

Nije vam potreban profesionalni fotograf, niti fotoaparat da biste imali pristojne i lepe fotografije vaših proizvoda! Dovoljno je da imate telefon kojim možete fotografisati, dnevno svetlo, nekoliko rekvizita, malo mašte i još malo strpljenja. Kada budete videli rezultate, zavolećete fotografisanje i biće vam žao što ranije niste pokušali! **Korišćenje tuđih fotografija (npr. preuzetih sa interneta) nije dozvoljeno.**

Šta možete fotografisati osim samog proizvoda u ambalaži?

- Vaš proizvod u kombinaciji sa nekim drugim proizvodima
- Presek proizvoda ili njegovu teksturu
- Vaš proizvod u procesu pripreme
- Ljudi koji konzumiraju vaš proizvod
- Komponente od kojih nastaje vaš proizvod

*Uzmimo kao primer...*

*...džem od maline*



Potrebni rekviziti:

- drvena podloga (drveni sto/daska)
- crna kamena daska
- staklene posude
- varjača
- konopac
- nekoliko cvetova
- i naravno nekoliko malina!

*...kačkavalj*



Potrebni rekviziti:

- drvena podloga (drveni sto/daska)
- voće i povrće
- orašasti plodovi
- po želji npr. hleb ili vino
- začinsko bilje
- i vaši proizvodi na kojima se vidi njihov presek i tekstura!

*...maslinovo ulje*



Potrebni rekviziti:

- kuhinjska ploča ili tapeta sa mermernim dezenom
- staklena posuda
- kuhinjski elementi (za beli luk npr.)
- masline i grančica masline
- još jedna osoba koja će sipati ulje

*...voće*



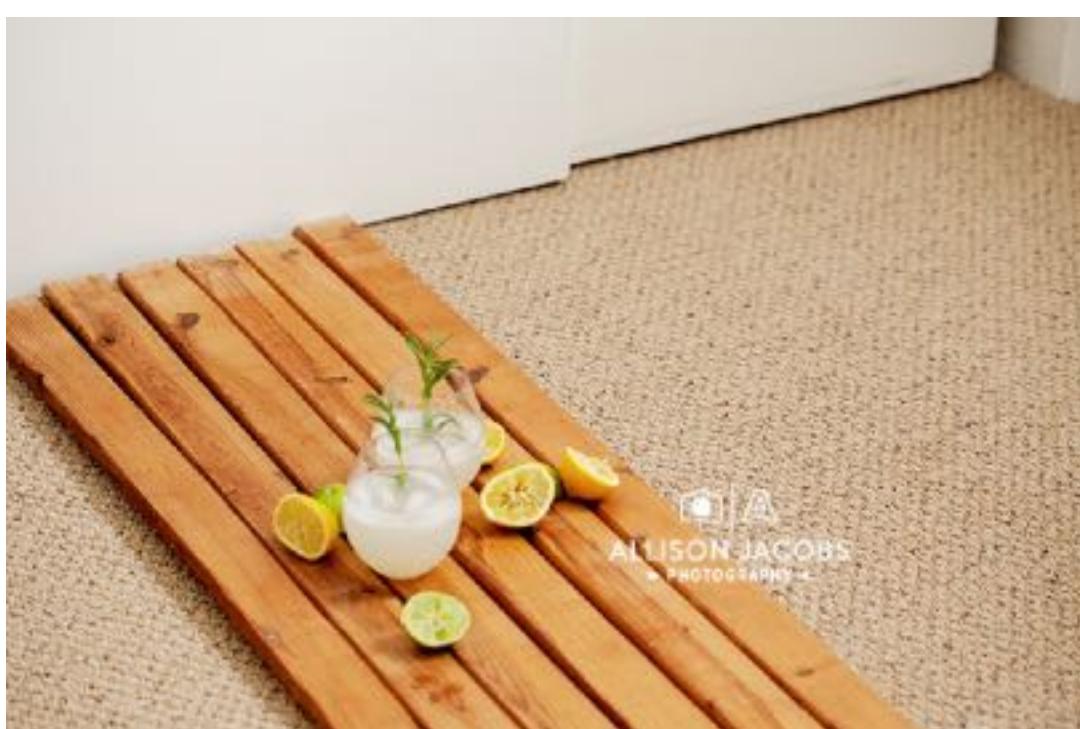
Potrebni rekviziti:

- drvena podloga (drveni sto/daska)
- drvena gajbica
- lepa kuhinjska krpa ili marama
- fajtalica kojom ćete poprskati voće kako bi imalo kapljice po sebi
- stolica na koju ćete se popeti da biste napravili fotografiju

## - FOTOGRAFIJE -

Pronašli smo neke fotografije "iza scene" na sajtu <https://clickitupanotch.com/> da biste videli kako to izgleda tokom procesa fotografisanja proizvoda.

*postavka*



*rezultat*



## - FOTOGRAFIJE -

Sumiraćemo poglavlje o fotografijama sa lošim i dobrom primerima.



## - PORUDŽBINE -

Nakon što svoj proizvod predstavite u grupi, odgovorite na poruke i pitanja u komentarima, stići će vam i prve porudžbine!

Na koji način će vas potencijalni kupci kontaktirati, zavisi isključivo od opcija koje ste im ponudili u svojoj objavi. Najviše pitanja i porudžbina će vam verovatno stići u *inbox*, tj. putem privatne poruke. Opet, ne zaboravite da proverite zahteve za poruke (eng. *Message requests*) i nepoželjne poruke (eng. *Spam*). Ukoliko ste kao kontakt ostavili svoju Facebook stranicu ili broj telefona, onda **redovno proveravajte poruke na stranici** i budite dostupni u radno vreme preko pomenutog broja telefona. Ukoliko imate sajt, kupce možete usmeriti da porudžbine kreiraju direktno na njemu ili možete koristiti neku drugu platformu poput Google forms preko koje će vam porudžbine pristizati na mejl.

Porudžbine možete beležiti na papiru, ili na kompjuteru/u telefonu. Informacije koje su vam potrebne su: ime i prezime, broj telefona, adresa (ukoliko dostavljate na adresu) i naravno porudžbina. Savetujemo da ukoliko porudžbine dostavljate na adresu, obavezno pitate za poštanski broj (zbog slanja paketa) ili deo grada (ukoliko lično dostavljate), jer mnoge ulice, makar u Beogradu, postoje na različitim krajevima grada, iako nose ista imena.

Ukoliko npr. porudžbinu primite u ponedeljak, a dostavu planirate za petak, u vašem je interesu da dan ranije potvrdite porudžbinu, kupca podsetite da će sutradan vršiti isporuku i obavestite ga u koje vreme biste okvirno bili na adresi. Ovim će smanjiti rizik da kupac nije kod kuće kada stignete na adresu.

## - DOSTAVA -

Kada sumirate sve porudžbine i završite sa prijavama, vreme je da vaši proizvodi stignu do kupca!

Nismo mi tu da vas učimo kako je najbolje to uraditi, ali ćemo vam izložiti predloge koje smo do sada viđali u grupi i koji su funkcionalni:

- Slanje paketa putem pošte ili kurirske službe na kućnu adresu
- Dostava na kućnu adresu
- Dostava na određenim punktovima

Svaki od navedenih primera ima svoje prednosti i mane, a vi shodno svojim mogućnostima, odlučite koji je najbolji za vas.

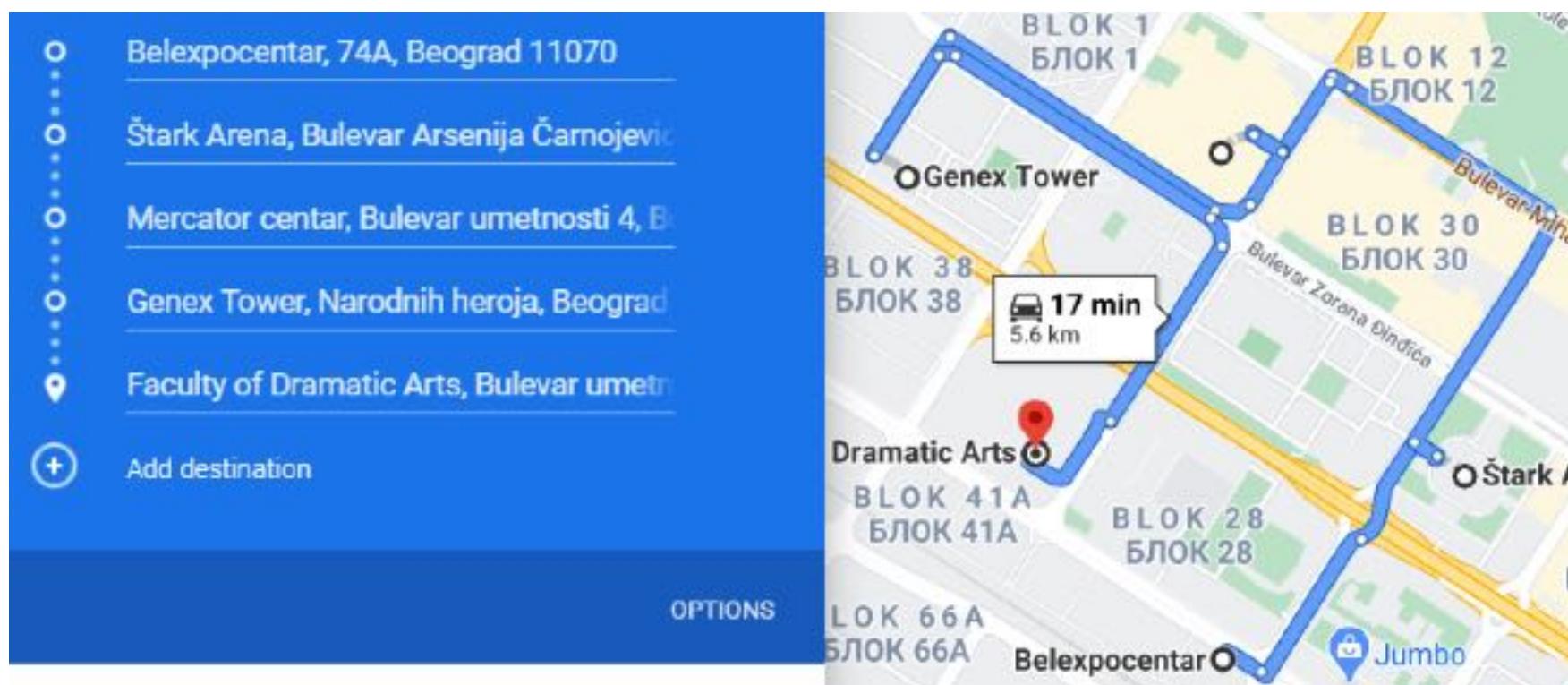


## - DOSTAVA -

**Koje su to neophodne sitnice koje će vas spasiti ukoliko odlučite da proizvode dostavljate u svojoj režiji na kućnu adresu ili na određene punktove?**

- Google mape

Bilo da dostavljate u svom rodnom gradu ili u gradu u kom nikada niste bili, Google mapa je jedna od trenutno najpreciznijih dostupnih mapa. Pored njih, preporuke imamo i za HereWeGo mapu. Google-ove mape možete koristiti za pronalazak određene adrese, ali i za pravljenje kompletne rute do 10 lokacija, koje shodno svojim potrebama možete rotirati da vidite koja vam opcija najviše odgovara. Takođe, u 90% slučajeva, prognoze Google-ovih mape su precizne i u svakom momentu znate da li je na putu gužva i koliko vremena treba od tačke A do tačke B.



- Podmetač i spisak sa porudžbinama koji ćete kod sebe imati u dva primerka, za svaki slučaj, uz nekoliko olovaka za dodavanje napomena i štikliranje preuzetih porudžbina.



- Eksterna baterija ili punjač za telefon u kolima - dnevno ćete tokom dostave nekada obaviti i 50 poziva, pa nije na odmet biti pripremljen.



- Sitan novac za vraćanje kusura



- OSMEH



## - DOSTAVA -

### POŠTA/KURIRSKA SLUŽBA

Prednosti ovakvog vida dostave se ogledaju u tome što nemate dodatne troškove za prevoz robe do kupca; postoji mogućnost da kurir na vašoj adresi preuzme sve pošiljke koje šaljete, te ne morate ići do poslovnice; vaši proizvodi mogu biti dostavljeni na bilo koju lokaciju u zemlji, pa samim tim niste ograničeni na određene gradove; pošiljke uglavnom stižu kroz maksimalno dva radna dana (osim ukoliko politika kurirske službe nije drugačija).

Mane ovakvog vida dostave su što određene kurirske službe ne dozvoljavaju slanje hrane; ne razvoze pakete rashladnim vozilima, te ne možete slati kvarljivu robu (meso, jaja, mleko, kolače, pecivo); poštarina koju uglavnom snosi kupac (osim ako se ne dogovorite drugačije) nekada nadmašuje vrednost poručene robe, pa često odbije mušteriju; ambalaža, poput tegli i flaša, kao i proizvodi poput keksa se nekada polome u transportu, dok neki drugi proizvodi mogu da stignu oštećeni; ukoliko kupac nije na adresi ili ne želi da preuzme paket, on se vraća vama i morate da platite nadoknadu da biste ga preuzeli.

### DOSTAVA NA KUĆNU ADRESU

Dostavu na kućnu adresu možete vršiti u svojoj režiji ili angažovati pojedinca koji će to obavljati umesto vas, ali i ovaj, kao i svi vidovi dostave, ima svoje prednosti i mane. Da li ćete dostavu dodatno naplaćivati, ostaje na vama da izračunate, procenite i odlučite.

Najvažnija prednost dostave na kućnu adresu je što ćete imati par minuta da svakog kupca upoznate lično, zahvalite mu se na porudžbini i pozovete ga da vam pošalje ili objavi utiske o saradnji i proizvodima u grupi. Mane ovog vida dostave su što ćete izgubiti mnogo vremena u kreiranju rute kojom ćete voziti, u samoj vožnji i u pronalaženju određene adrese; troškovi goriva; skoro celodnevno angažovanje sa uglavnom još jednom osobom koja bi vam pomogla i nemogućnost da stignete na veći broj adresa u toku jednog dana. Još jedna mana ovog tipa dostave, ukoliko prodajete kvarljive ili zamrznte proizvode je što morate pozajmiti/iznajmiti/posedovati rashladno vozilo.

### DOSTAVA NA PUNKTOVIMA

Angažovanje oko dostave na punktovima zavisi od toga koliko punktova izaberete da postavite kao lokacije za preuzimanje. Nekada proizvođači izaberu do 3 lokacije na koje će tog dana dostavljati, a nekada i do 10. Ukoliko se odlučite za ovaj vid dostave, imaćete skoro isto obaveza kao kada dostavljate na kućnu adresu, samo što nećete gubiti vreme u pronalaženju određene adrese ili stana u zgradbi. Mane ovog tipa dostave se ogledaju u tome što lokacije nisu blizu potencijalnih kupaca, pa se npr. majke sa malom decom neće odlučiti za preuzimanje na punktovima, kao ni stari i nepokretni ljudi ili ljudi koji nemaju auto. Na primer, vaša ideja je da kod Sava Centra proizvode preuzmu svi koji su poručili sa Novog Beograda, Bežanijske kose, Ledine, iz Zemuna, Surčina, Batajnica i okruženja, ali Sava Centar je realno gledano blizu samo onima koji žive u Bloku 19, dok svi ostali moraju da koriste autobus ili automobil da bi došli do lokacije. Bolja solucija je da zapravo punktove kreirate nakon što sumirate porudžbine, kako biste svima izašli u susret.

## - BAZA KUPACA -

"Grupa je super i svi je volimo, ali sutra može da se desi da Fejsbuku nešto kvrcne i da nestane. Zato MORATE da vodite računa da svako za sebe pravite svoju bazu kupaca i njima posvećujete pažnju.

Nas su na fakultetu učili da je mnogo skuplje dobiti novog klijenta nego zadržati starog, čak do 5 puta skuplje. Stopa uspeha prodaje kod postojećih klijenata je 60-70% dok je kod novih samo 5-20%.

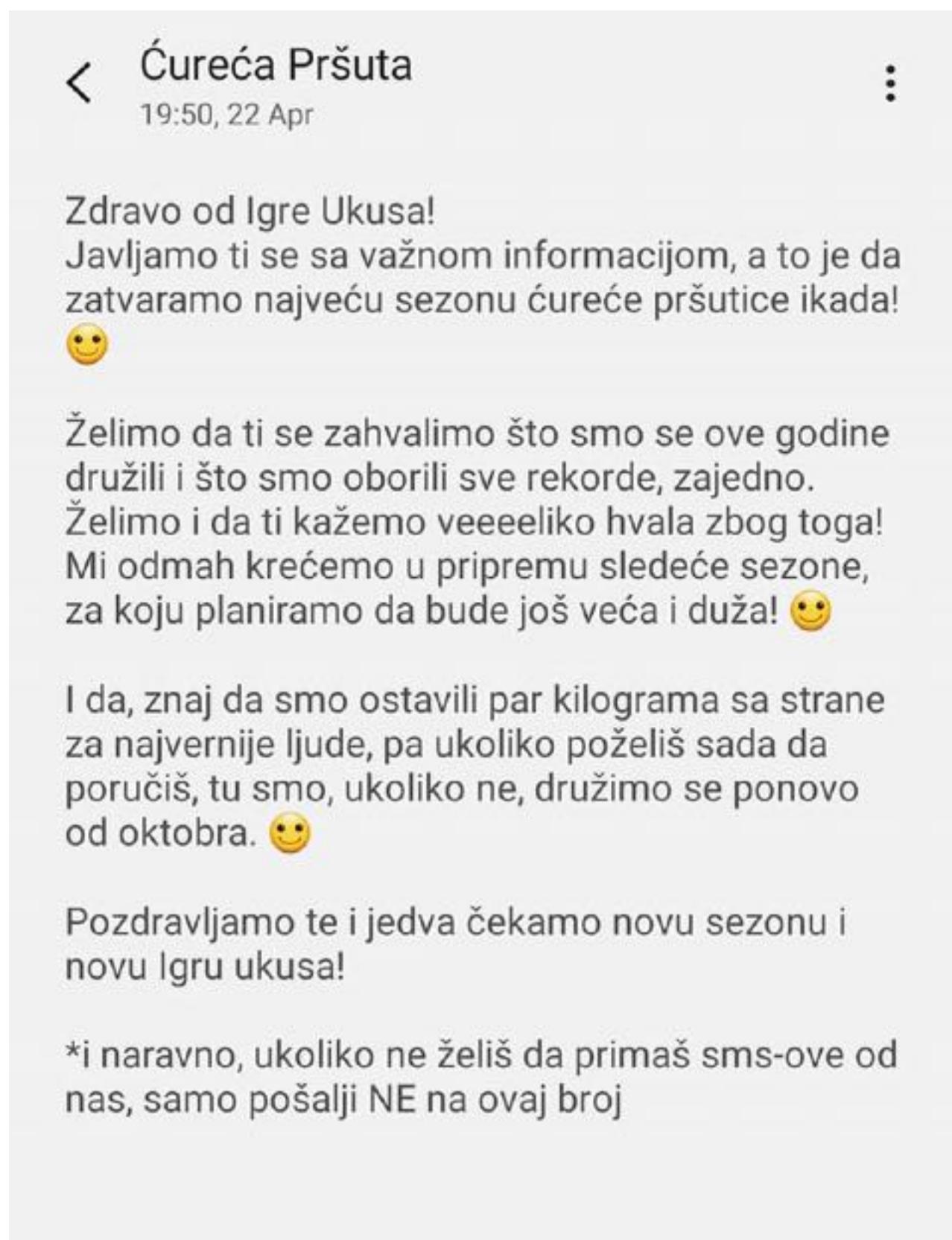
Zato mazite i pazite ljudi koji su već kupili vaš proizvod, jer su ga oni već probali i ako ste sve uradili kako treba, zadovoljni su.

Šta možete uraditi s postojećim kupcima:

- Pošaljite im SMS sa novom ponudom i proizvodima
- Javite im da ste za vikend u njihovom kraju i dostavljate
- Zahvalite im se na dosadašnjem poverenju i ponudite popust za sledeću kupovinu
- Poklonite im nešto sitno da ih obradujete

Mogućnosti su bezbrojne. Verujte nam da će se isplatiti!

Primer - Igra ukusa ima super sistem SMS poruka gde javljaju novosti o svojoj pršutici, obaveštavaju ne samo o prodajnim vestima nego i o tome šta se dešava u proizvodnji, kad im se završava sezona i sl."



## - DRUŠTVENE MREŽE -

Pored već pomenutih načina povezivanja i komunikacije sa kupcima, želimo da vam ukažemo na značaj društvenih mreža kada je vaš posao u pitanju, bilo da imate registrovano poljoprivredno gazdinstvo ili firmu. Ovom prilikom ćemo pisati o dve, trenutno najpopularnije mreže, Instagramu i naravno Facebooku. Verujemo da mnogi od vas već imaju kreirane naloge na obe mreže, pitanje je samo da li ih koristite na pravilan način.

Obe mreže, nude opciju da se na njima predstavljate kao lični profil (Petar Perić) ili kao "biznis" profil ili stranica (Gazdinstvo Perić).

### • Facebook:

Lični profil na Facebook-u služi da biste ostali u kontaktu sa vašim prijateljima i na njemu možete da delite informacije o sebi, poput svojih interesovanja, fotografija, video zapisa, datuma rođenja, trenutnog grada i rodnog grada.

Stranice (eng. Pages) na Facebook-u služe da se predstave i sa svojim obožavaocima ili kupcima povežu umetnici, javne ličnosti, preduzeća, brendovi, organizacije i neprofitne organizacije.

Složiće se da potencijalni kupci ne moraju da znaju sve informacije o vama i vašim interesovanjima, kao ni vi o njima, te nije nužno da svakoga ko želi da poruči vaš proizvod dodajete ili prihvativate za "prijatelja". Zbog toga, sve što se tiče vašeg biznisa, a značajno je za potencijalne kupce, objavljujte na Facebook stranici koja je vidljiva svima, bez obzira da li su oni vaši "prijatelji" ili ne.

Ukoliko još uvek nemate kreiranu stranicu za vaš biznis, pogledajte kratko uputstvo na 12. strani priručnika kako to da uradite.

### • Instagram:

Podela profila na Instagramu je prilično slična podeli na Facebooku. Na ovoj mreži, možete imati lični profil ili biznis profil. Da biste kreirali biznis profil, potrebno da je prvo kreirate "običan" nalog pod imenom koje želite da nosi vaš biznis profil (npr. @gazdinstvoperic) i da nakon toga u podešavanjima izaberete opciju "Switch to Business Profile".

Biznis profil na Instagram-u, kao stranica na Facebook-u vam, u odnosu na lične profile, donose pregršt naprednih opcija korisnih za poslovanje. Iskoristite ih maksimalno, jer su mnoge od njih besplatne!

Ukoliko pak želite da uložite koji dinar više, ove mreže nude mogućnost da kao stranica ili biznis profil, platite reklame, kako bi se vaš oglas prikazao većem broju ljudi (to je ono "sponsored" što nekada možda vidite na tuđim objavama)

### APLIKACIJE

Ukoliko koristite "pametni" telefon, da biste sebi olakšali upravljanje profilima na pomenutim mrežama, skinite sledeće aplikacije: Facebook (za korišćenje ličnog profila i objavljivanje u grupi), Business Suite (za objavljivanje na stranici), Messenger (za komunikaciju, tj. dopisivanje - može se koristiti i za lični profil i za stranicu) i Instagram (za upravljanje Instagram profilom).



## - MEJL -

Bez obzira na vrlo zastupljeno korišćenje Viber-a, Messenger-a, WhatsApp-a i ostalih čet aplikacija, email i dalje ostaje broj jedan kanal kada je u pitanju poslovna komunikacija.

### **Da li proveravate mejlove i koliko često?**

Iako svakodnevno kontaktiramo proizvođače putem mejla i pozivamo ih da se upišu na naš sajt (poslali smo preko 200 mejlova), vrlo malo proizvođača odgovori na mejl. Zamislite da propustite mejlove kupaca koji žele da kupe vaše proizvode ili mejl neke firme/prodavnice koja vam nudi saradnju.

Zbog toga, u nastavku slede saveti koji će vam pomoći da ne zaboravite na mejlove:

- Ukoliko imate "pametni" telefon, podešite da vam stižu notifikacije za svaki mejl;
- Ukoliko ne možete svakog dana, obavezno proverite mejl na par dana;
- Odredite dan ili vreme kada ćete proveravati mejlove (npr. ponedeljkom i četvrtkom ili pre večere/pre spavanja i sl);
- Obavezno proverite "spam" folder, tj. nepoželjne poruke. Nekada i poželjne poruke ipak odlutaju tamo gde im nije mesto;
- Obavezno odgovorite na mejlove, čak i ako iz nekog razloga niste u mogućnosti da prihvate porudžbinu ili jednostavno ne možete da ispunite traženo;

### **Izdvojili smo najbitnija pravila za pisanje poslovnog mejla:**

- Subject (Naslov)

Naslov mejla je obavezan i nikad se ne preskače. Treba da bude sažet i da u nekoliko reči naznači temu mejla.

- Sadržaj mejla

Poslovni mejl se, ukoliko ne poznajete sagovornika, uvek započinje sa Poštovani/a gospodine/gospodo/gospodice nakon čega ga kroz tekst prati persiranje ili ukoliko želite da bude neformalnog karaktera sa Dragi/a.

Nakon toga, u novom pasusu se navodi bit poruke, pa se u narednim odlomcima daju dodatna objašnjenja ukoliko je potrebno.

Zaključak mejla treba da sadrži informacije o tome šta želite da postignete ovom prepiskom. U zavisnosti kome se obraćate, mejl možete završiti frazama poput "S poštovanjem; Srdačan pozdrav; Unapred se radujem i sl.)

Nakon toga se potpišite punim imenom, a poželjno je pored toga stoji službeni broj telefona i logo vaše firme.

Sav dodatni materijal se šalje u Attach (prilog), kao što su: Fotografije, nacrte/skice, ugovori ili bilo šta drugo od dokumentacije.

### **Koji se još bonton poštuje u poslovnoj elektronskoj korespondenciji?**

- Potvrda da vam je stigao mejl
- Na mejl se odgovara u kratkom vremenskom roku
- Ne šaljite elektronskom poštrom poverljive informacije
- Ne delite mejlove od poslovnih saradnika bez njihovog odobrenja

## - BREND -

Zašto je bitan **brend** nekog proizvoda?

Ljudi se pobune kad im kažeš da mali proizvođači treba da napreduju u svom poslovanju time što će svom proizvodu dati adekvatan prepoznatljiv izgled.

Ovde verujemo da je pretpostavka da mali proizvođači zauvek treba da pakuju svoje proizvode u flaše od kokakole, kako bi njihovi proizvodi bili autentični.

Zamisao tima *Malih proizvođača*, pored toga što pravimo jedno mini onlajn tržište, jeste da pomognemo malim proizvođačima da od ovoga i žive, da im proizvodnja kvalitetne hrane bude osnovna delatnost od koje će hraniti svoje porodice, školovati se, ići na more, i sl.

To se neće desiti ako proizvođači zauvek budu pakovali svoje proizvode u flaše od kokakole.

Često, prva stvar koja privuče potencijalnog kupca (ili odbije) kod proizvoda jesu etiketa i ambalaža. Pokazuje koliko je proizvođač zaista posvećen i koliko se potudio da zaokruži priču oko svog proizvoda.

Normalno je, prirodno, da proizvođači pređu na sledeći korak - da svojim proizvodima pruže adekvatni izgled i da budu prepoznatljivi.

Veći broj ljudi će ih shvatiti ozbiljno, lakše će ih prepoznati kada vide neki novi njihov prozvod, moći će da razumeju o čemu se tačno radi, koji su sastojci, koja je gramaža, gde je proizvedeno, koja se priča krije iza proizvodnje.

Brend zaista priča priču proizvoda, a verovali ili ne, proizvod će najpre prodati priča, pa tek onda sve drugo.



„Brend je unutrašnji osećaj koji kupci imaju o proizvodu, usluzi ili organizaciji. On postoji u srcu i mislima pojedinaca. Brend nije ono što vi kažete da jeste, već ono što kupci kažu da jeste.“

## - SAJT -

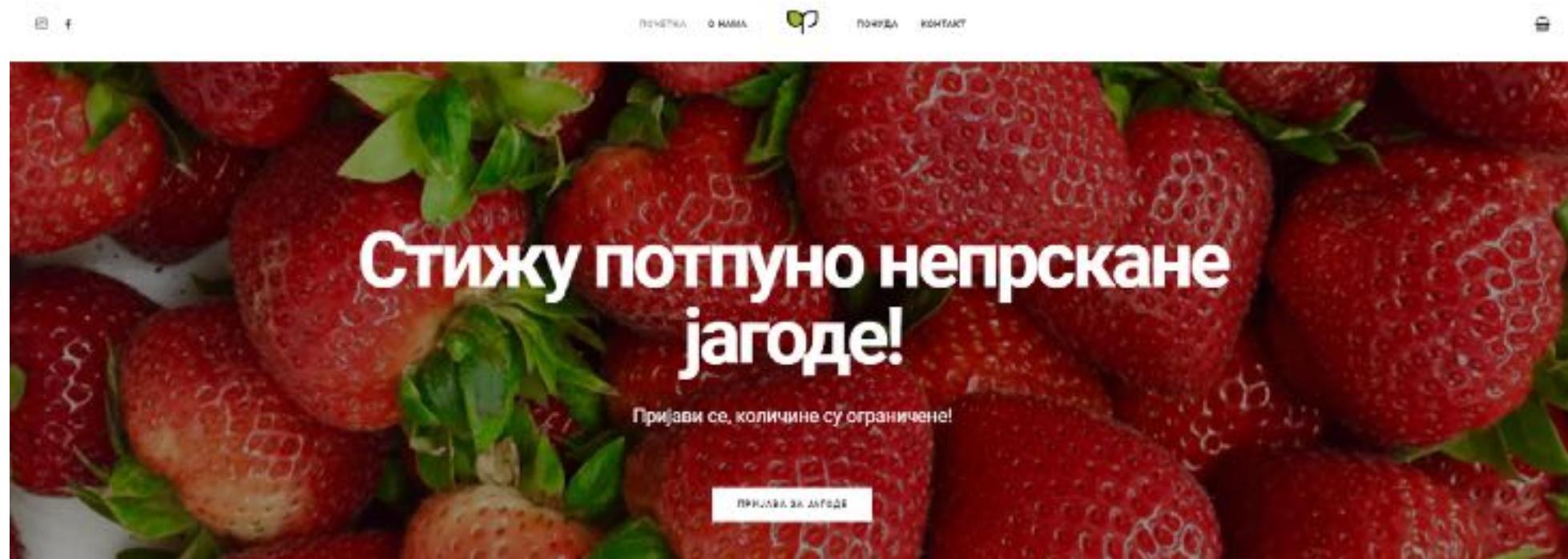
Ako ste do sada uspešno poslovali bez web-sajta, možda se pitate da li vam je uopšte potreban. Niko ne može da garantuje da će sajt drastično promeniti vaš obim posla, ali smo se potrudili da izdvojimo nekoliko najvažnijih pogodnosti koje on može da ponudi.

Idealan način da predstavite svoje proizvode je da napravite sajt svog poljoprivrednog gazdinstva/firme, gde ćete kroz nekoliko rubrika/kategorija kupcima predstaviti vašu priču, proizvode, način kupovine i dostave, kroz tekst i fotografije. U poslednje vreme, mnogi proizvođači na svom sajtu imaju i online prodavnicu (eng. shop), koja omogućava da kupci preko sajta izaberu prozvode koje žele i na taj način obave kupovinu na jednostavan način.

Vaše poslovanje će delovati mnogo profesionalnije ukoliko imate i sajt, odnosno vašu ponudu predstavite i na sajtu, a ne samo na društvenim mrežama.

Pored toga, posedovanje sajta vam omogućava da kreirate jedinstvenu email adresu (npr. petar@gazdinstvoperic.com) koja dodaje nivo profesionalizma vašoj prepisci, posebno ako ste do sada koristili ličnu adresu e-pošte za obavljanje posla.

Sa vama delimo izgled sajta [Organela](#), poljoprivrednog gazdinstva iz okoline Valjeva.



## Понуда

Нашу понуду чини органско воће, поврће и остали производи.

Понуду допуњујемо током сезоне.

СВЕ ПОВРЋЕ ОСТАЛИ ПРОИЗВОДИ



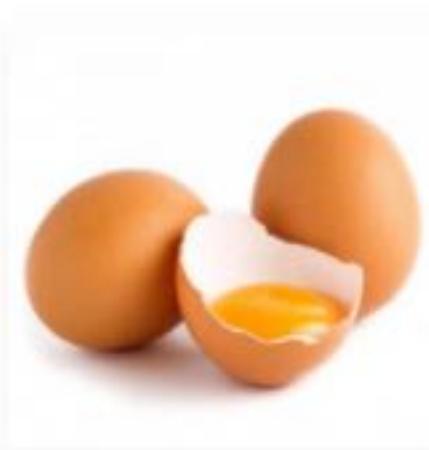
ЗЕЛЕНА САЛАТА комад  
120 рсд



СПАНАЋ 500г  
300 рсд



РОТКВИЦЕ веза  
120 рсд



ДОМАЋА ЈАЈА 10 комада  
400 рсд



# ZA ONE KOJI ŽELE VIŠE!

*Osnovali smo Klub malih proizvođača!*



malih proizvođači hrane u Srbiji

Pronadite grupu na  
sledećem linku:

[facebook.com/groups/  
klubmalihproizvodjaca/](https://www.facebook.com/groups/klubmalihproizvodjaca/)

## KLUB MALIH PROIZVOĐAČA

### Šta je Klub malih proizvođača?

Klub malih proizvođača je Facebook grupa osnovana sa ciljem da poveže male proizvođače kako bi međusobno mogli da podele svoja iskustva i pomognu jedni drugima.

### Ko je dobrodošao da se priključi?

Pristup grupi će imati isključivo proizvođači upisani u našu bazu, kao i firme koje sklope saradnju sa nama u cilju da svoje usluge pruže malim proizvođačima.

### Kakve objave će biti u grupi?

Naša ideja je da u ovoj grupi pronađete informacije i preporuke za sve što vam je potrebno da biste nesmetano obavljali i unapredili svoje poslovanje. U grupi možete pitati za preporuke za ambalažu, materijal, osnovna i obrtna sredstva, pomoći oko dostave i sve ostalo što vam padne na pamet. Ukoliko mi imamo iskustva, rado ćemo odgovoriti, ali ne sumnjamo da ćete pravi odgovor ipak dobiti od samih malih proizvođača koji sada već imaju više iskustva.

Pored toga, očekujte preporuke za seminare, kurseve i obuke koje mogu biti od značaja za vaše poslovanje.

Molimo vas da izostavite stvari koje nemaju veze sa gore navedenim, jer cilj grupe nije časkanje, već smisleno povezivanje ozbiljnih proizvođača.

### Pronadite pouzdanog partnera!



Malih proizvođača



hrane u Srbiji

M  
MORITZ  
EIS

Partnerstvo na koje smo ponosni: Mlekara Petrov i Moritz Eis



# ISKUSTVA

*Dosadašnja iskustva proizvođača koji su se  
oglašavali i prodavali svoje proizvode putem  
platforme "Mali proizvođači"*



Ko nema baku i deku na selu, ima Slatku teglicu □

Mi gajimo voće već nekoliko decenija unazad. Pre nekoliko godina, odlučili smo da odemo korak dalje, pa smo od tog voća koje uzbajamo (maline, kupine, višnje, ribizle, aronija) započeli proizvodnju tradicionalnih domaćih proizvoda - džemova, sokova, likera i čajeva. Pored toga, imamo i nesvakidašnja poklon-pakovanja u drvenim gajbicama namenjena za slave, rođendane, useljenja i sl. U grupi Mali proizvođači hrane u Srbiji intenzivno smo počeli da prodajemo od pre nešto više od godinu dana, mada je pojedinačnih kupovina bilo i ranije. Porudžbine primamo preko aktivnih stranica na Fejsbuku i Instagramu, ali i na telefon (sms, vatsap, vajber) i sajt.

Komunikacija sa kupcima se odvija tako što u trenutku porudžbine kupcu kažemo okvirni ili tačan dan isporuke, a dan pre same dostave šaljemo obaveštenje kupcu o okvirnom vremenu dostave (npr. između 17 i 18 časova) i naglasimo da ćemo ga pozvati pola sata ranije (jer ljudi realno nekad zaborave).

Proizvode dostavljamo na kućnu adresu, što je sa jedne strane komplikovanje zbog celokupne organizacije, ali sa druge strane gotovo da nije bilo situacija da se neko ne javi ili ne dođe na dogovorenog mesta (što je nedostatak dostave na punktovima).

Dostavu na punktovima smo organizovali za voće, ali kao što već rekoh, nedostatak je što ljudi nekad jednostavno ne dođu na punkt ili zakasne, a mi nemamo vremena da čekamo jer bi se to čekanje odrazilo na sledeća mesta dostave.

Bilo je nažalost situacija u kojima se ljudi jednostavno ne jave ili ne pojave (što je mnogo veći problem kod svežeg voća nego običnih proizvoda). Većinu situacija smo prevazišli tako što smo uvek imali i neku "listu čekanja". To su ljudi koji su se kasnije prijavili za neki proizvod, a koje smo mi zvali npr. u trenutku kad imamo neke neplanirane "viškove". Ova dostava je npr. bila oslobođena troška isporuke (isporuku voća na kućnu adresu smo inače naplaćivali 200 din), tako da su to obično bile vin-vin situacije. □ Kupac dobije neki benefit, a mi ne moramo da razmišljamo šta ćemo sa voćem.

Kada se desi greška sa naše strane, uvek pozovemo ljude, izvinimo se, donesemo proizvod koji smo zaboravili npr. da ubacimo u paket i u većini slučajeva (osim ako paket baš nije veliki) ne naplaćujemo to što je zafalilo. U situacijama kada su neki drugi propusti u pitanju (previd i sl.) obavezno damo neki poklon kupcu i naravno izvinimo se.

Što se same grupe tiče, sada manje prodajemo preko nje, ali mislim da smo iskoristili svoju šansu prošle godine, tako što smo dosta ljudi "dovukli" na svoju stranicu, i sada su ti ljudi sa grupe svakako naši kupci.

Mislim da je sada mnogo teže da prodavac dođe do izražaja u grupi, nego što je to bilo npr. pre godinu dana, kad je grupa imala 3 puta manje članova i verovatno 5 puta manje registrovanih proizvođača, koji su prodavalii preko grupe.



Ja sam Aleksandar. Rodom sam iz Pirot, grada koji je sam po sebi sinonim za kačkavalj i ostale mlečne proizvode. Po struci prerađivač mleka. Ponosni sam vlasnik majstorskog pisma za izradu mlečnih proizvoda, tako jedinstvenog u našem poslu. Završio sam Mlekarsku školu „Dr. Obren Pejić“ u Pirotu, jedinstvenu na ovim prostorima što školuje profil prerađivača mleka.

Internetu sam se okrenuo kroz svoju fejsbuk stranicu *Sirevi stručna pomoć*. Nastanak ove stranice javio se iz potrebe da pomognem ljudima u rešavanju njihovih problema i nedoumica u vezi sa mlekarstvom. U svom dugogodišnjem radu, koji traje već 21 godinu, radio sam u Mlekarsku školu „Dr. Obren Pejić“ u Pirotu, nizu mlekara širom Srbije i kroz svoju radionicu. Pored poslova obrade mleka i izrade mlečnih proizvoda i vođenja mlekara, vršio sam i obuku u mnogim mlekarama u Srbiji. Kroz sve poslove, koje sam obavljao, uvek sam želeo da obučim ljude i da im pomognem da ovaj naš zanat postane izvor radosti za ljude. I one koji treba sa ljubavlju da rade i one koji treba da uživaju u ukusima proizvoda napravljenih od mleka, naravno sa ljubavlju.

Pronašavši stranicu *Mali proizvođači hrane u Srbiji*, otvorio mi se novi kanal da dođem do ljudi i da u doba ove nesrećne korone, pošasti koje nam ometa živote više od godinu dana, proširim krug ljudi koji bi kupovali moje proizvode. Moja porodica (supruga i troje dece) je rešila da se uputi na ovaj put, pun raskrsnica, bez znakova uskerenja i upozorenja, ali sa mnogim mogućnostima.

Naš glavni adut u radu jeste kvalitet. Kvalitet je početak i kraj svakog posla. Kad nestane kvaliteta ljudi to uvide i odlaze. Kao majstor mlekarstva prioritet u radu dajem na ručnoj izradi proizvoda. Proizvodnja mašinskim putem daje brži proizvod sa manjim utroškom mleka, ali proizvod nije ravan onom koji se ručno izradi. Struktura, kompaktnost, ukus i postojanost proizvoda napravljenih ručnim putem uporednom analizom sa mašinski izrađenim proizvodima odnosi ubedljivu pobedu. I to kupci prepoznaju. Pored toga svedoci smo da u današnje vreme ljudi da bi dobili proizvode u mleko ubacuju razne aditive, kiseline, sirće, veštačke boje i ko zna šta samo da bi što pre došli do para. Struku su podredili materijalizmu, dušu prodaju zlom gospodaru novcu i gube se u pošasti zvanoj pohlepa. Moj moto je „Ono što ja ne bih jeo to ne bih ni drugao dao ili prodao“.

Naše iskustvo u radu sa ljudima je da sa kupcima treba da budem iskren i da ljude ne lažem. U doba agresivnog multimedijalnog napada na ljudsku psihu, ljudima je potrebna iskrenost. Topla reč i prijatan razgovor su danas blago, koje ljudima vraća veru u druge ljude. Da budemo iskreni i nama prija topla reč, normalan i prijatan razgovor. Sve porudžbine šaljemo po dogovoru i na vreme. Plaćanje je po isporuci, ne pre slanja proizvoda, što ljudima pokazuje da mi u naše kupce imamo poverenje. Veliki broj ljudi naručuje proizvode redovno i ti ljudi su postali deo naše porodice ljubitelja mlečnih proizvoda.



Izuzetno je važno imati i pravu ambalažu. Ambalaža mora da bude čista, nova, sterilna i čvrsta. Mora da zadovolji uslove transporta tako da upakovani proizvodi ostanu čvrsti i kompaktini i da ne izgube svoj izgled. Ono što se ne svidi oku, teško je da neko proba.

Brendiranje u poslovanju je bitna stavka i svakako donosi boljoj prodaji i većoj zaradi. Izgraditi brend kao mali proizvođač, koji nema mogućnosti reklamiranja na medijima pristupačnim širokim narodnim masama, je težak i teorijski moguć, ali praktično malo ostvarljiv. Pirot i Stara planina, koji predstavljaju brend sami po sebi, daju garanciju da su moji proizvodi dobri. Mleko dobijeno od životinja sa staroplaninskih pašnjaka, prepunih nezagadjenih, zdravih, mirisnih i aromatičnih biljaka, pretočeno u proizvode od mleka, izrađenih rukama majstora sa veštinom, znanjem i iskustvom drevnih pirotskih mlekara stvaraju brend. I brend nije samo ime. Brend je i ukus i miris i aroma, Brend je i hedonistički užitak konzumiranja proizvoda od mleka. Brend je suptilno spajanje ukusa kačkavalja i vina. Brenda je i ljubav, koje majka dobije od dece kada im namaže kajmak na tostiranu krišku hleba. Brend je i zadovoljan kupac koji se javi da se zahvali i iskaže zadovoljstvo našim proizvodima. Brend je i miran san uz znanje da smo dali sve od sebe da ljudima pružimo kvalitetan proizvod. Brend smo svi mi zajedno i mi koji proizvodimo proizvode od mleka i svi ljudi koji kupuju naše proizvode. Naš brend se zove uživanje. Naš brend se zove poverenje. Naš brend se zove zadovoljstvo. Naš brend je naš zavičaj. Naš brend je naša čast.

Ukratko moje iskustvo bi moglo da se sumira u sledećoj rečenici:  
Ručno izraditi kvalitetan proizvod od kvalitetnog mleka, uloživši u rad svoje znanje, iskustvo, veštinu i ljubav, uz iskrenost prema kupcima, uz poštovanje njihovog pruženog poverenja, trudeći se da ne ukaljamo svoje ime i svoj zavičaj i čuvajući čast biti čovek prema ljudima.

Internet prodaja je inovantivan način prodaje proizvoda za male proizvođače hrane u Srbiji, koja je svoju ekspanziju doživela izazvana zlom. Zlom zvanim korona ili KOVID-19. Ali u svakom zlu treba naći nešto dobro da bi se lakše podnelo i pobedilo zlo. Korona je omogućila mnogim porodicama da se opet upoznaju. Mnogi ljudi su se vratili osnovnim životnim vrednostima i videli da nije zlato sve što sija. Tako je i internet prodaja omogućila mnogim ljudima da u širem prodajnom asortimanu dođu do proizvoda, koje ne mogu da kupe u velikim trgovinskim lancima. Teško je naći u prodavnici kajmak za koji ljudi kažu: „Ovaj ukus me vraća u detinjstvo“. A kod nas toga ima. Ovo je naša moderna virtualna pijaca. Ovo je naša realnost i naša budućnost. A kako su ljudi bića mašte i nade u bolje i lepše, nadamo se, puni optimizma, naša svetla budućnost.

Prijatno i svako dobro vam želimo.

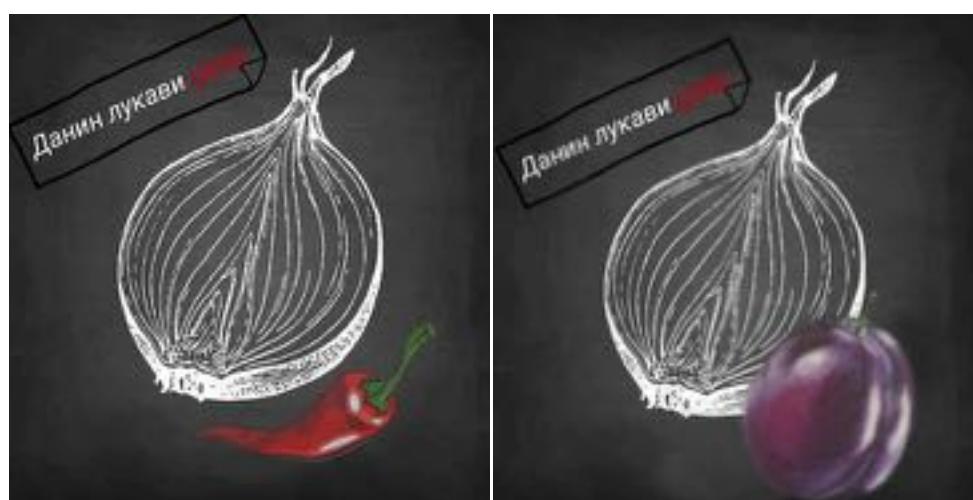


U grupi "Mali proizvođači hrane u Srbiji" smo od novembra/decembra 2019. godine. Sasvim slučajno sam odgovorila Ani na IG profilu "Ručak za 200 dinara", te smo započele konverzaciju i ona me je pozvala da se pridružim grupi, mislim da nas tada nije bilo više od stotinak članova. Prvu objavu za dimljenu ribu je čak Ana postavila umesto mene! Ne mogu joj se zahvaliti na svemu tome dovoljno. Mi smo već godinama unazad prodavali našu robu po pijacama u Vršcu, Pančevu i okolnim selima. Mi se prvenstveno bavimo voćarstvom, u pitanju su kruške i kajsije (prošle godine smo iščupali jabuke), zatim uzgojem tovnih pilića, ali na što prirodniji način, jer ih prvenstveno gajimo zbog naše dece i nas, pa onaj mali višak što preostane ponudimo zainteresovanim potrošačima. Tokom Božićnog posta u ponudi imamo svežu i dimljenu ribu.

Većinu porudžbine primamo u inboks, otvorila sam i stranicu našeg Poljoprivrednog gazdinstva, te se i na njoj oglašavamo, postavljamo slike sa trenutnim radovima itd. Iskreno, možda to zatrpanje inboksa i nije srećno rešenje, ali meni se pokazao najbolje, jer su mi sve porudžbine na jednom mestu, minimalna je mogućnost da promašim neku. Trudim se da u najkraćem roku odgovorim svima na poruku, na svako pitanje, dilemu... Obavezno izvršim potvrdu porudžbine, što očekujem i sa druge strane. Svoje proizvode dostavljamo sopstvenim vozilom, na nekoliko lokacija u gradu. Prvu isporuku piletine u martu prošle godine smo vršili na kućnu adresu, te smo zamalo ostali zatvoreni u gradu, usled policijskog časa. Možda to jeste potrošačima jednostavnije, ali bilo je dosta poziva da nas pitaju dokle smo stigli, kada da nas očekuju, a mi nismo mogli baš tačno u minut da im odgovorimo, deda Gugl nas je izvozao na neke totalno nebitne lokacije, a potrošači su bili u nekoj drugoj ulici, iako sam ja napravila itinerer (redosled) kod koga idemo, da se ne bi vrteli, već da bukvalno napravimo krug po gradu. Nažalost i ono što sam znala od Beograda sam zaboravila, u nekim delovima smo bili prvi put, jedva smo se iskobeljali itd.. zbog toga smo odlučili da ponudimo potrošačima soluciju da dođu na dogovorenog mesta u dogovorenem vremenu, samim tim ni oni, pa ni mi ne čekamo uzalud, već je sve gotovo za par minuta. Trudimo se uvek da dođemo bar 15 minuta ranije na dogovorenu lokaciju, da bi sačekali naše potrošače, a ne oni da čekaju nas.

Stvarno smo imali malo negativnog iskustva sa kupcima koji ne ispoštuju dogovor. Ukoliko vidim da se ne pojave ni posle 15-20 minuta od dogovorenog vremena, pozovem, pitam da li je sve u redu, ukoliko su u putu, sačekamo ih, ukoliko su zaboravili ili se iznenadili da su uopšte bilo šta naručili, te još trebaju doći po to (bilo je i takvih slučajeva), kažemo da nema problema, da se nadamo uspešnoj saradnji sledeći put i poželimo im sve najlepše. Ukoliko dođe do greške sa naše strane, da neko ima prigovor, trudimo se da to rešimo na obostrano zadovoljstvo, bez teških reči.

Sve najpozitivnije mislimo o grupi, imali smo priliku da upoznamo divne ljude, nadamo se da ćemo nastaviti u pozitivnom ritmu i da će ljudi prepoznati naše napore, jer sve što radimo, radimo prvenstveno zbog naše troje dece i nas, te želimo i ostalima da približimo što zdraviju proizvodnju, samim tim i gotov proizvod.



U grupi Mali proizvođači hrane u Srbiji sam od novembra prošle godine. Na nju su me uputili prijatelji koji su članovi duže od mene, i koji su prepoznali kvalitet mojih proizvoda.

Ja sam, inače, turistički vodič i od početka pandemije nemam posla, tako da sam, nakon nekoliko meseci pokušavanja da nađem neki drugi posao, odustala i počela da se bavim proizvodnjom džema od luka.

To je proizvod, relativno nov na našim trpezama, a odlično se slaže sa svim vrstama mesa, grilovanim povrćem, srevima, smokvama, kruškama, pečurkama, pa čak i grilovanim bananama. Ja sam ga nazvala Danin lukavi džem. Postoji dve varijante Daninog lukavog džema, ljuti sa crvenom papričicom i blagi, sa suvom šljivom i cimetom. U oba slučaja, crveni luk je ručno seckan, kako bi se osetila tekstura. Nema muljanja u blenderu. Zaslđeno je medom, i nema veštačkog konzervansa, jer ga med čuva. Dodajem vrlo malo Vorčester sosa i balzamiko sirčeta. Kod ljutog džema se prvo oseti slatkoća meda, a potom dolazi ljutina, koja će vas razbuditi. Blagi džem ima suptilnu aromu suve šljive i cimeta. Uvek kažem da ga pravim sa puno ljubavi i malo začina.

Čim sam ga ponudila članovima grupe, našao je put do kupaca. Na svakoj mojoj objavi stoji da se porudžbine mogu slati u inbox stranice @Danin lukavi džem, instagram stranicu danin.lukavi.džem, i broj telefona za Viber i WhatsApp. Za sada se prodaja najbolje odvija tako što članovi grupe "Mali proizvođači hrane u Srbiji" vide objavu i uglavnom porudžbine šalju u inbox moje stranice na Fejsbuku.

Kada primim porudžbinu, zamolim za broj telefona i adresu, a onda po dogovorenom terminu, moj suprug dostavlja džemiće. Najčešće su to porudžbine "danasy za sutra". Besplatno dostavljamo po Beogradu i Pančevu, a povremeno organizujemo i dostavu za Novi Sad. Za sve ostale gradove šaljemo brzom poštrom. Samo jednom se do sada desilo da kupac ne preuzme paket, i nakon nedelju dana čekanja, pošiljka mi se vratila i morala sam da platim duplu poštarinu. Izuzetno neprijatna situacija, međutim, ne dozvoljavam da mi takve stvari utiču na raspoloženje.

Imam svoje divne klijente, koji se iznova vraćaju, što je potvrda kvaliteta mojih proizvoda, i divno sarađujemo. Zahvalna sam im na tome što šire glas o Daninom lukavom džemu, i na taj način mi prave odličnu reklamu.

Sa moje strane, za sada nije bilo grešaka, ali i ako ih bude - trudiću se da niko ne bude oštećen.

Sve u svemu, zahvalna sam i administratorima i članovima grupe na sjajnoj saradnji, i nadam se da će ona još dugo trajati, na zadovoljstvo svih nas.



U Baba Julinoj kujni se pripremaju ajvar, mleveni paradajz, nekoliko vrsta džemova i komposta, kao i naš zaštitni znak – slatko raznih ukusa. Dakle, naš assortiman čine pravi domaći proizvodi pripremljeni na tradicionalan način, koristeći pritom isključivo šporete na drva. Za grupu "Mali proizvođači hrane u Srbiji" saznali smo u maju prošle godine i odmah smo joj se i priključili. Dopalo nam se to što grupa okuplja ljubitelje domaće i prirodne hrane i odlično je mesto za povezivanje kupaca i proizvođača. Zahvaljujući grupi, naši proizvodi su pronašli svoje mesto u domovima širom Srbije, pa čak i van njenih granica. Porudžbine primamo putem poruke na našoj stranici "Baba Julina kujna" ili na broj telefona koji se može pronaći u svakoj našoj objavi. Nakon primljene porudžbine sa kupcima dogovaramo dan isporuke, a oni nam prilikom porudžbine ostavljaju adresu na koju treba da dostavimo ili pošaljemo poručene proizvode, kao i kontakt telefon. Kada je u pitanju lična dostava, obično dan pred isporuku sa kupcima dogovaramo okvirno vreme dostave sa tolerancijom od 30-ak min., a zbog gradskih gužvi koje često znaju usporiti dostavu. Kako je vreme u kome danas živimo vreme velikih obaveza i žurbi, jako je bitno ispoštovati okvirno dogovoren vreme dostave, i sa te strane za sada nismo imali nikakvih primedbi od strane naših mnogobrojnih kupaca... a daćemo sve od sebe da i u budućnosti tako ostane. Trudimo se da što više porudžbina dostavimo lično i na adresu kupca, i takvim vidom dostave uspevamo pokriti i ne tako mali broj mesta u Srbiji. Smatramo da je takav način isporuke dosta sigurniji, kupci nemaju dodatne troškove plaćanja dostave, a i prilikom takve dostave ostvarujemo lični kontakt sa našim kupcima, upoznajemo se sa njima i na licu mesta ih možemo informisati o našim proizvodima ili svim drugim informacijama koje ih zanimaju, a koje su vezana za Baba Julinu kujnu. Naše dosadašnje iskustvo nam je pokazalo da su oni kojima smo lično dostavljali, češće ponovo kupovali naše proizvode. Za sva mesta koja nisu pokrivena ličnom dostavom, poručene proizvode šaljemo brzom poštom (post express). Kada radimo takvu vrstu dostave trudimo se da maksimalno obezbedimo sadržaj paketa, kako ni u kom slučaju ne bi moglo doći do njegovog oštećenja. Kao "najveću" prepreku prilikom lične dostave naveli bismo malo teže pronalaženje parking mesta u pojedinim delovima Beograda (smiley), i to je ono na šta svi oni koji planiraju započeti ličnu dostavu trebaju biti spremni. Bukvalno bi se na prste jedne ruke mogle nabrojati situacije u kojima je dolazilo do nepoštovanja dogovora od strane kupaca, a u takvim slučajevima jako je bitno ne ulaziti u bilo kakve rasprave i svađe, već prosto i jednostavno na ljubazan način prekinuti "saradnju". Isto tako, jako je mali broj situacija kada je dolazilo do neke sitne greške sa naše strane, a to bi smo rešavali tako što kupcu besplatno pošaljemo poručeni proizvod. Pravi posao je onaj posao u kome su obe strane zadovoljne! Najveća nagrada za naš trud i rad su zadovoljni kupci, a o tome najbolje svedoči veliki broj onih koji ponavljaju svoje porudžbine. Zahvaljujući ovoj grupi sklopili smo jako puno lepih poznanstava i uvek se radujemo ponovnim susretima sa svim tim nama dragim osobama... Ne postoji reči kojima bismo mogli opisati naše oduševljenje zbog postojanja jedne ovako sjajne grupe... grupe koja vraća veru u prave i tradicionalne domaće proizvode. Hvala osnivačima grupe i svim ostalim članovima koji pomažu u njenom radu na ovoj zaista fenomenalnoj ideji i nesebičnoj pomoći koju pružate nama "malim proizvođačima" iz cele Srbije u plasiranju svojih proizvoda!

# **Poljoprivredno gazdinstvo Đurović**

Prodajemo jaja, zamrznuto voće, piliće, džemove, sirupe i od jeseni ćemo drastično povećati assortiman. Prodajemo od samog početka grupe. Sećam se da je prve godine Ana kupila zamrznuto voće od nas, kada smo bili toliko mali proizvođači da smo prenosili u frižider torbama i putovali vozom. Rekla mi je, „Mislim da samo vi za sada poslujete.“

Od tada se način dostave dosta promenio, ali suština je ista. Vredno smo radili i kada smo imali 3 kupca, kao da imamo 100.

I dalje primamo poružbine preko inboxa. Ne kažem da je to dobar način, štaviše oduzima mnogo vremena i energije da iskomuniciram sa svima.

Dva dana pre dostave pozovem kupca da im saopštimo okvirno vreme dostave. Ne možemo da kažemo tačno vreme jer dostavljamo na adresu. I kako je bitno da naglasimo da je to okvirno vreme i da dosta faktora utiče na tačnost isporuke (koliko dugo čekamo kupce na lokacijama, gužva, pogrešno navođenje navigacije..)

Kada je dostava u pitanju, grešku koju smo na početku pravili jeste da nam je bila mala minimalna cena dostave na kućnu adresu. Obračunavali smo samo gorivo, a ne amortizaciju auta... A za nekoga ko pređe 500km na nedeljnoj ruti dostave, popravke su česte i velike, obzirom da vozimo stariji auto. Takođe, u početku nismo naglašavali da je to okvirno vreme dostave i ljudi su se ljutili kada bi dostava malo kasnila. Imali smo zaista loša iskustva sa ljudima koji bi nam namerno otišli sa adresu, jer smo zakasnili 15-ak minuta. Treba naglasiti da dostavljamo do adresu, ne penjemo se do vrata (osim ako nije u pitanju starija osoba ili trudnica) Potrebno je dobro obratiti pažnju na adresu ljudi, navigacije nisu uvek najpouzdanije. Najbolje je rešenje da zamolite kupca da pošalje uživo lokaciju. Potrebno je pozvati i 15-ak min ranije, pre nego što dođete na lokaciju, kako biste izbegli dugo čekanje.. Najbolje je da dostavljaju dve osobe, jedna vozi, druga komunicira sa kupcima i prati navigacije.

Sa kupcima koji ne ispoštuju dogovor ne ulazim ni u kakvu raspravu. Ne pišem im i ne zovem ih naknadno, ali naredni put ako bi me pozvali, naplatila bih im naknadu za prethodnu porudžbinu.

Kada dođe do greške sa moje strane, ljubazno se izvinim i ponudim pogodnosti u znak izvinjenja. Uglavnom dodatan besplatan proizvod.

Naše iskustvo je divno! Da nije ove divne grupe nikada ne bismo mogli da živimo od poljoprivrede tokom cele godine. Dodatni saveti:

1. Dobro razmisliti kada formirate cenu. Istražite konkurenciju, uračunajte troškove, prevoza, amortizacije, ambalažu, vaš rad. I stojite iza cene. Uvek će biti onih ljudi kojima je sve skupo, ali oni vam nisu ciljna grupa.
2. Napravite lepe fotografije i postavljajte ih na svakom obraćanju grupi.
3. Prodajte isključivo ono što bi i sami kupili. Kvalitet je najbitniji.



## Mlekara Gulmlek

Mi smo u grupi od maja 2020 godine. Kad smo ušli u grupu nismo ni planirali da preko nje prodajemo, nego da vidimo šta ima u ponudi.

Kad smo postavili prvi oglas, nismo znali ni kako da koncipiramo isti, jer nismo bili najsigurniji u to što da ponudimo od proizvoda, da li da šaljemo kurirskom službom i kako da organizujemo dostavu. Nekako je opcija sa kurirom odmah otpala zbog specifičnosti samih proizvoda koji su kvarljivi. U pitanju je hrana I nismo hteli da rizikujemo sa tim, iako bi nam usluge kurirske službe dosta olakšale. Ipak smo rešili da se oslonimo samo i jedino na svoje kapacitete kako bismo mogli da garantujemo i kvalitet i ispravnost proizvoda.

Prve dve ili tri dostave smo isporučivali i kiselo mleko i jogurte, što smo odmah izbacili, zbog nepraktičnosti. Aktivna prodaja se vrši od oktobra 2020. i u našoj ponudi za dostavu su pet proizvoda, među kojima je sir u kačici po kojem smo i prepoznatljivi.

Dostava, sama po sebi, zahteva jako dobru organizaciju. Nismo znali ni koliko vremena nam treba, prihvatali smo porudžbine iz svih delova grada, pa smo post festum shvatili da nije moguće i da nemamo kapacitet da dostavljamo Batajnici, Leštane ili Ripanj. Poručene proizvode smo naravno dostavili, ali smo blagovremeno komunicirali tu informaciju u budućim dostavama.

Naša dostava je od prvog dana besplatna. Cene proizvoda su iste kao kod nas u maloprodaji i dostava je na kućnu adresu, dakle nemamo punktove za primopredaju. Ono što nam užasno otežava i znatno usporava dostavu je činjenica da ljudi podrazumevaju da proizvod dobiju do ulaznih vrata. Uvek naglasimo da je njihova predusretljivost u vidu izlaska ispred zgrade nama dosta značajna, pogotovo što tu uslugu ne naplaćujemo, ali i dalje ima ljudi koji se vređaju kad ih prosto zamolimo da siđu ispred zgrade. To se naravno ne odnosi na mame sa malim bebama I starije osobe sa otežanim kretanjem, tad se dostava do vrata ne dovodi u pitanje.

Mi generalno imamo lepa iskustva, naše mušterije su fini ljudi i nismo imali nekih većih problema. Desi se da ljudima nije jasno zašto ne možemo da im isporučimo jedan puter, ali ništa ozbiljnije od toga. Takođe, desi se da ljudi potvrde porudžbinu i kad im dostavimo sir za dva dana jednostavno se ne javi. U tom slučaju sir vratimo u pogon i preusmerimo ga u prodaju.

Uvek naglasimo da se sve porudžbine i informacije dobijaju isključivo preko inboxa na fejsbuku. Ljudi pošalju jednu rečenicu, dovoljno je da iskažu zainteresovanost i dobiju apsolutno sve informacije, od načina dostave, palete proizvoda, težine, cena, načinu plaćanja. Ne pratimo porudžbine koje su ostavljene u nekom od komentara i ne primamo porudžbine telefonski. Da bismo izbegli potencijalne greške, jako nam je važno da porudžbina postoji kao pisani trag. Tad se lako ustanovi da li je propust naš i kako da ga ispravimo u tom slučaju ili je mušterija smetnula s uma da nam kaže šta još želi od proizvoda.

Takođe, kad se desi greška sa naše strane, ne pravdamo se. Greške se dešavaju, ali mi se odmah izvinimo, objasnimo ukoliko za to ima prostora i gledamo da to nadoknadimo što pre i što bolje! Nije se desilo da smo neku smislenu primedbu ili grešku izignorisali. Po tome i jesmo poznati među mušterijama.



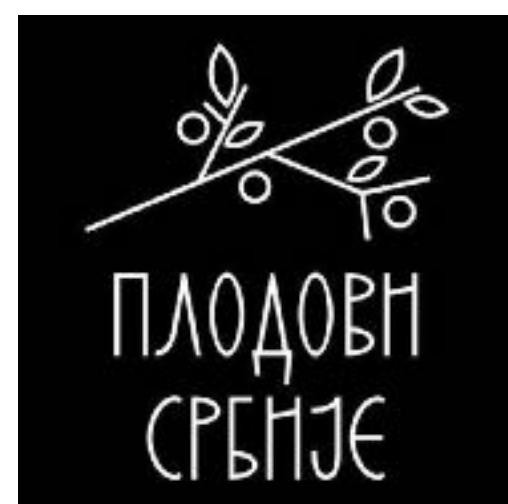
Od našeg srca ka vašem srcu

Moje je iskustvo sa ovom grupom jako pozitivno i sa stanovišta kupca i sa stanovišta prodavca.

Šta sam dobila?

1. Mesto gde mogu da reklamiram proizvod a da bude vidljivo velikom broju ljudi.
2. Reklamiranje je besplatno što je za mene velika stvar.
3. Mogućnost da se upoznam i sa konkurencijom, da prilagodimo svoje cene kao i da "ukradem" neke ideje.
4. Mogućnost da kupci mojih proizvoda javno iznesu svoje utiske, što vidi veći broj članova grupe koji postaju potencijalni kupci.
5. Da eventualno sa proizvođačima iz moje branše razmenim iskustva
6. Da se upoznam sa kupcima koji mogu biti problematični.

Do sada nisam imala nekih loših iskustava a moram priznati i moj obim poslovanja je jako mali, ali mislim da mi je grupa donela nove kupce koji su otvoreni za nove ukuse, ali ipak ne stalne kupce, što je meni i razumljivo jer je konkurenca velika i ponuda raznovrsna.



Meni je od početka pandemije ovaj koncept grupe puno značio.

Nisam imala većih nedoumica, i bilo mi je negde logično da se prvo predstavim, postavim slike proizvoda i cene, što bi trebalo da bude i uslov za objavljivanje oglasa za prodaju.

Sa kupcima nisam imala nikada problema oko preuzimanja i isporuke. Sve što je poručeno je isporučeno po dogovoru.

Savet za ljude koji sami vrše isporuke, a pogotovo za one koji nisu iz Beograda, da strogo vode računa koliko mogu da isporuče u toku dana, da ne prihvataju porudžbine po svaku cenu.

Kada im se desi da budu sprečeni da odrade isporuku, na vreme obavezno da obaveste kupce. Za svaku porudžbinu, obavezno je da potvrde da će roba biti dostavljena.

I da, robu najbolje prodaje dobra preporuka. Sve ovo uopšteno važi za svaki vid prodaje.

# PRIDRUŽITE SE NAŠOJ PLATFORMI



## KONTAKT PODACI:

Osnivači platforme *Mali proizvođači*:

- [veljko@maliproizvodjaci.rs](mailto:veljko@maliproizvodjaci.rs)

Administrator sajta:

- [sandra@maliproizvodjaci.rs](mailto:sandra@maliproizvodjaci.rs)

Opšta pitanja:

- [kontakt@maliproizvodjaci.rs](mailto:kontakt@maliproizvodjaci.rs)

## LINKOVI:

- Sajt *Mali proizvođači*:  
[www.maliproizvodjaci.rs](http://www.maliproizvodjaci.rs)
- FB grupa *Mali proizvođači hrane u Srbiji*:  
<https://www.facebook.com/groups/maliproizvodjaci>
- FB stranica *Mali proizvođači*:  
<https://www.facebook.com/maliproizvodjaci>