



פעילות המועצה לקידום חלב ומוצרי

ממשיכים לקדם את מסרי מועצת החלב ואת המסר "3 ביום", במגוון עצום של פעילויות בקרב משפיענים ומובילי דעה, הורים, ילדים וחיילים

אדריאנה שוחט - מנהלת השיווק של מועצת החלב

חוגגים את חג החלב

חגיגות "שמחת החלב" - שיאה של הפעילות השיווקית של מועצת החלב - התקיימו השנה בחודש מרס. החגיגות, המתקיימות מדי שנה בשנה בעונת החורף - שיא תנובת החלב, חושפות את ענף החלב לציבור הישראלי, מקדמות את מסרי החקלאות בארץ ומפארות את העשייה הרבה. השנה הגיעו החגיגות גם לרשת השופרסל, שם נערכו מבצעי מכירות שכותרתן "3 ביום". פינות החלב ברשת מותגו, נערכו טעימות של מוצרי חלב, בקופות חולקו עלוני מידע על אירועי חגיגות "שמחת החלב" ובעיתון הרשת פורסמה הפעילות כולה.

חגיגות שמחת החלב נפתחו במעמד שר החקלאות ופיתוח הכפר, ובהשקת "שביל החלב" המחבר בין אתרי החגיגות. כבכל שנה, גם הפעם התקיים האירוע המרכזי בכפר הירוק, עם דגש על ההיבטים הגסטרונומיים של מוצרי חלב, בהובלתו של השף שגב משה.

המחלבות המובילות לקחו חלק פעיל השנה בפעילות ברשת השופרסל, ברפתות ובדירים, ובאירוע המרכזי שהתקיים בכפר הירוק.

כנסים ותערוכות

במהלך השנה הוסיפה המועצה לייצג את ענף החלב בתערוכות ובכנסים, כגון תערוכת משוב, כנס מדעי הבקר, אירועים חקלאיים ואירוע קבלת הפנים של נשיא המדינה בחג הסוכות.

פעילות יחסי הציבור ליוותה את עבודת המועצה, בין היתר בשיפור התדמית הבריאותית של מוצרי החלב; בתמיכה בהגדלת הצריכה במסגרת הקמפינים של "3 ביום" ותמיכה בחגיגות החלב; בהפצה של מחקרים ומידע אודות התועלות של מוצרי החלב; באיתור כתבות שליליות במדיה והתייחסות לתוכן; ובסיוורם של עיתונאים ומובילי דעה בענף. כן התקיימו סיורים בענף החלב למגוון קהלים.

גורמה זה מה...

הפעילות הייעודית הענפה לקידום שיווק מוצרי חלב כבשים נועדה לפתור בעיה מתמשכת של ירידה במכירות. תוכנית העבודה לשנת 2010 כללה פעילות יחסי ציבור ופעילות ברשת האינטרנט, והקמת קהילה חברתית בפיסבוק בשם "גורמה זה מה". הפעילות נועדה לחשוף את הקהל למגוון הרב ולאכיוויתיה של גבינת הכבשים הישראלית, להעמיק את הידע בנושא, ולהרחיב את מעגלי המשתמשים בגבינה הטעימה הזאת. כן נערכו סיורים וסדנאות למובילי דעה בתחום המזון שלו בכתובת בלוגים אוהדים לפעילות ולתחום כולו.

בהמשך להמלצותיהם התזונתיות של ארגוני הבריאות בארץ ובעולם, לצורך בכל יום שלוש מנות של מוצרי חלב לפחות, חיזק ארגון רופאי הילדים בישראל ב-2010 את ההמלצה, בנייר עמדה שפרסם בחודש נובמבר. לפיכך, פעילות מועצת החלב התמקדה גם ב-2010 בביסוס המסר של "3 ביום", נוסף על פעילות אינטנסיבית לשיפור התדמית הבריאותית/תזונתית של מוצרי החלב בכלל, והגדלת הצריכה לנפש של חלב ומוצרי, בקרב כל שכבות האוכלוסייה, בפרט.

לצורך הטמעת המסר "3 ביום" נעשה שימוש באפיקי תקשורת רבים ומגוונים שכללו פרסום (טלוויזיה, רדיו, אינטרנט ועיתונות), יחסי ציבור, פעילות תוכן משמעותית ואינטנסיבית ברשת האינטרנט ובקהילות החברתיות, הפקת חומרי הסברה, וכן כנסים ואירועים.

שלל פעילויות בקרב שלל קהלים

הפרסום במדיה והפעילות ברשת הפנו בראש ובראשונה לנשים, גילאי 25-45, בשל היותן הגורם המשפיע ביותר במשקי הבית על תזונת כל בני המשפחה; כן קודמו שיתופי פעולה עם משפיענים ומובילי דעה, בעיקר בתחום הרפואי, הבאים במגע יומיומי עם קהל המטרה; אתר האינטרנט של מועצת החלב שודרג, כדי לאפשר לגולשים בו למצוא את המידע בצורה קלה יותר; והתקיימו שיתופי פעולה עם מוסדות וארגונים, כגון משרד הבריאות, צה"ל, בית הספר לתזונה ובקולטה לחקלאות.

דוגמה לפעילות הענפה היא שיתוף פעולה עם משרד הבריאות בהפקת שתי תוכניות רדיו לילדים ולמבוגרים, במגזר החרדי, העוסקות בתזונה נכונה ואורח חיים בריא; דוגמה נוספת היא הפקת ערכה חינוכית לקידום אורח חיים בריא בצה"ל, בשם "אפטר", שאותה העבירו לחיילים חובשי צה"ל לאחר שעברו הכשרה של אנשי מועצת החלב. כהשלמה לפעילות זו התקיימו הרצאות בקרב אנשי רפואה בצה"ל.

שיתופי פעולה נוספים מתקיימים עם עמותת עתיד (ארגון הדיאטניות); ארגון רופאי הילדים; ובאחרונה החל שיתוף פעולה עם ארגון רופאי המשפחה. שיתופי הפעולה כללו ב-2010 שבעה כנסים ייעודיים לרופאים ולאחיות טיפות חלב והשתתפות בכנסים של רופאים, דיאטניות ואחיות טיפת חלב.

כן הועברו, הרצאות מקצועיות, על ידי דיאטנית קלינית, לצוותים רפואיים בבתי חולים ומרפאות, והופק מגוון רחב של חומרי הסברה לקהל המקצועי ולקהל הרחב, בנושאים הקשורים למוצרי חלב - חלקם תורגמו לשפה הערבית.