

2015

Dobre praktyki KSU



Spis treści:

1.	Sukces musztardy Kcyńskiej	3
2.	Piekarnia Ziarenko z Michałowic - jak rozwinąć biznes piekarni.....	6
3.	Piekarnia z tradycjami - nowe produkty	8
4.	Lokalny producent makaronów Amelli z Lublina zwiększył obroty o 15%.....	10
5.	Browar miejski z Bielsko-Białej.....	12
6.	Słodki sukces małego przedsiębiorstwa	13

1. Sukces musztardy Kcyńskiej

Mogło by się wydawać, że musztarda to tylko gorczyca, ocet i woda. Tajemnica tego wyrobu leży jednak w składnikach wysokiej jakości, a także w sposobie produkcji. Rodzeństwo Ewa i Adam Grewling prowadzą rodzinne przedsiębiorstwo zajmujące się produkcją wyjątkowej musztardy wytwarzanej tradycyjnymi metodami produkcji i według wieloletniej receptury. Na rynku lokalnym musztardy cieszą się dużą popularnością. Ambicją właścicieli jest dotarcie do większej liczby klientów. Kluczem do sukcesu okazało się doradztwo marketingowe świadczone w ramach usługi pilotażowej Krajowego Systemu Usług.

Musztarda Kcyńska ma kilkudziesięcioletnią historię. Zakład oryginalnie powstał w latach pięćdziesiątych XX w., a kilka lat temu został kupiony przez Marka Grewlinga, ojca Ewy i Adama. Musztarda wytwarzana tradycyjną metodą nie poradziła jednak sobie z konkurencją tanich i masowych produktów dostępnych w hipermarketach. W tamtym czasie produkty regionalne i tradycyjne nie cieszyły się dużą popularnością. W ostateczności zamknięto produkcję na półtora roku.



W 2012 r. produkcja ruszyła ponownie. W procesie produkcji wykorzystywane są niemieckie maszyny z okresu międzywojennego oraz szwajcarskie młyny żarnowe, tzw. cewy. Musztardy przechowywane są w dębowych beczkach, co również wpływa na ich jakość oraz finalne właściwości smakowe. Taka technologia wyklucza używanie jakichkolwiek konserwantów, barwników czy przeciwutleniaczy. Co więcej, długotrwały czas powstawania oraz stosowanie wyłącznie ziaren gorczycy białej i czarnej wraz ze świeżo zmielonymi przyprawami pozwalają uzyskać musztardę najwyższej jakości. Obecnie produkowane są cztery smaki musztardy: sarepska, słodka, ostra i pełnoziarnista.

Do udziału w projekcie pilotażowym doradztwa marketingowego dla przedsiębiorstw z branży przetwórstwa rolno-spożywczego realizowanego w ramach KSU firmę „GREWLING” skłonili przedstawiciele Kujawsko-Pomorskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego w Minikowie.


Ponieważ nasza firma jest dopiero półtora roku na rynku, każda forma promocji jest dla nas bardzo ważna. Chętnie korzystamy z wiedzy osób wykwalifikowanych, szczególnie w kwestiach marketingu i promocji. Poza tym, doradcy z Kujawsko-Pomorskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego w Minikowie okazali się na tyle serdeczni, pomocni i pomysłowi, co sprawiło, że zdecydowaliśmy się na udział w projekcie pilotażowym – mówi Pani Ewa Grewling.



Głównym celem stało się zwiększenie konkurencyjności produktu poprzez rozszerzenie rynków zbytu. Nowe miejsca dystrybucji powinny być tak dobrane, aby ich profil pasował do charakteru produktu. Dlatego właśnie jednym z miejsc, gdzie już teraz można kupić Musztardę Kcyńską, są delikatesy „Piotr i Paweł”. Klienci tej ogólnopolskiej sieci sklepów przekładają wysoką jakość produktów nad niską cenę. Doradcy z ośrodka w Minikowie zaproponowali firmie „GREWLING” wprowadzenie musztardy jako produktu komplementarnego do wysokiej klasy wyrobów mięsnych. W projekcie pilotażowym KSU brało udział wiele zakładów mięsnych oraz firm masarskich specjalizujących się m.in. w produkcji ekologicznych wędlin. Dzięki sprawnie przeprowadzonemu doradztwu Musztarda Kcyńska znajduje się na odpowiednio wyeksponowanych półkach sklepów firmowych zakładów masarskich, z którymi nawiązano współpracę. To rozwiązanie okazało się strzałem w dziesiątkę, a firma „GREWLING” korzystny efekt wdrożeń odczuła niemal natychmiast.

Obecnie jesteśmy jeszcze w trakcie szkoleń z zakresu promocji firmy i naszych produktów, ale pozytywne skutki usługi odczuwamy już teraz. Dzięki doradztwu udało nam się nawiązać współpracę z zakładami mięsnymi i pozyskać nowych klientów. Zgłosiliśmy także naszą firmę do konkursu „Sposób na sukces”, w którym Wytwórnia Musztardy Kcyńskiej przeszła do drugiego etapu. Wiele wspólnych pomysłów promocyjnych i sprzedażowych, które powstały w trakcie doradztwa wykorzystamy w przyszłości. – dodaje Pani Ewa.

Usługa pilotażowa dla mikro- i małych przedsiębiorstw z branży przetwórstwa rolno-spożywczego to pierwszy kontakt firmy „GREWLING” z ofertą Krajowego Systemu Usług, a także z samym Kujawsko-Pomorskim Ośrodkiem Doradztwa Rolniczego w Minikowie. Na co



dzień ośrodek w Minikowie udziela wszechstronnej pomocy rolnikom, mieszkańcom obszarów wiejskich oraz przedsiębiorcom związanym z przetwórstwem rolno-spożywczym w celu zwiększania dochodów gospodarstw rolnych oraz poprawy warunków życia na wsi. W ramach Krajowego Systemu Usług ośrodek świadczy pilotażową usługę doradztwa marketingowe dla mikro- i małych przedsiębiorstw z branży przetwórstwa rolno-spożywczego.

2. Piekarnia Ziarenko z Michałowic - jak rozwinąć biznes piekarni

Zakończył się projekt pilotażowy Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, w ramach którego testowana była usługa w zakresie marketingu i sprzedaży produktów dla branży przetwórstwa rolno-spożywczego. Mikro- i małe przedsiębiorstwa uczestniczące w projekcie miały szansę rozwinąć się dzięki profesjonalnemu wsparciu doradczemu konsultantów Krajowego Systemu Usług. W trakcie trwania projektu obsłużono 300 firm z branży przetwórstwa rolno-spożywczego z całego kraju. Wśród nich znalazła się piekarnia z Michałowic.

Piekarnia „Ziarenko” istnieje na rynku od 1954 roku. Na początku piekarnia była własnością gminnej spółdzielni, później przeszła w ręce prywatne. Dzisiaj „Ziarenko” wypieka blisko 200 różnych gatunków pieczywa, ale słynie głównie z chleba Żytniego Staropolskiego, który od początku istnienia piekarni jest wypiekany zgodnie z tradycyjną recepturą i bez żadnych polepszaczy czy barwników. Poza tym do jego wypieku, tak jak pół wieku temu, używa się tradycyjnego pieca ceramicznego.

Firma DTI Polska była jednym z 11 ośrodków realizujących usługę pilotażową. W trakcie trwania projektu obsłużyła 30 firm z branży przetwórstwa rolno-spożywczego z województw: mazowieckiego, podlaskiego i warmińsko-mazurskiego. W ramach projektu eksperci DTI Polska przeprowadzali audyty marketingowe, a następnie opracowywali plany marketingowe oraz pomagali w ich wdrożeniu. Uzupełnieniem indywidualnego doradztwa były szkolenia dotyczące podstawowych zagadnień z zakresu marketingu, komunikacji marketingowej, strategii budowania marki, specyfiki marketingu w branży rolno-spożywczej oraz różnorodnych form promocji. Wielu klientów DTI Polska już teraz widzi wymierne skutki realizacji projektu.

Po szkoleniu mogłam się lepiej przygotować do prezentacji naszego zakładu w nowo



otworowym sklepie. Degustacja produktów była okazją do bezpośredniego kontaktu z klientem. Wszystko dzięki wsparciu w postaci doradztwa – mówi Krystyna Sacharewicz, manager z

piekarni „Ziarenko” z Michałowic – Dzięki temu projektowi zdecydowaliśmy się na publikację artykułu w lokalnej gazecie. Wszystkie programy wykonawcze i działania podjęte dla naszej firmy pomogły w budowaniu naszej marki.

Spożycie pieczywa w Polsce z roku na rok spada, a optymalizacja kosztów produkcji często odbija się na jakości pieczywa. Klienci zaczynają doceniać tradycyjne receptury i poszukują godnych zaufania producentów żywności. Dla właścicieli piekarni „Ziarenko” pomoc konsultantów i propozycje nawiązania relacji z klientami to duże wsparcie na tak trudnym rynku. Prowadzone degustacje i promocje produktowe spełniły swoje zadanie i zostały dobrze odebrane przez mieszkańców Michałowa. Budowanie relacji z klientami jest teraz jeszcze łatwiejsze dzięki nowej stronie internetowej oraz działaniom na portalu społecznościowym Facebook. Opinie klientów, komentarze oraz możliwość dzielenia się pasją do pieczenia chleba daje większą możliwość budowania zaufania i zwiększa prawdopodobieństwo rekomendacji „Ziarenka” innym klientom.

Szkolenia wewnątrz zakładu, przeprowadzone przez konsultantów, wywołały dyskusje i sprawiły, że załoga piekarni zaczęła identyfikować się ze swoim miejscem pracy. Poczucie misji pracowników w budowaniu marki jest bardzo ważne, ponieważ wspiera pracę zespołową i inicjatywę w poszukiwaniu innowacyjnych rozwiązań wewnątrz firmy. W skali od 1 do 10 projekt oceniam na 10+ - podsumowuje pani Krystyna – w przyszłości chętnie wezmę udział w kolejnych projektach tworzonych dla mikro- i małych przedsiębiorstw.

Usługa pilotażowa KSU w zakresie doradztwa marketingowego dla przedsiębiorstw z branży rolno – spożywczej była realizowana od maja 2013 r. do kwietnia 2014 r. Z usługi skorzystało ponad 300 przedsiębiorstw w całym kraju. Obecnie trwa badanie klientów usług. W oparciu o jego wyniki zostanie podjęta decyzja o ewentualnej kontynuacji projektu.

3. Piekarnia z tradycjami - nowe produkty

Rodzinna Piekarnia MACH od wielu lat była bardzo dobrze znana na lokalnym rynku i odnosiła spore sukcesy. Zmiany na rynku – konkurencja dużych piekarni kooperujących z sieciami supermarketów i spadek spożycia tradycyjnego pieczywa spowodowały postępujący spadek obrotów. Receptą na zastój okazało się profesjonalne doradztwo świadczone w ramach programu pilotażowego Krajowego Systemu Usług. Właściciele piekarni wyznaczyli sobie za cel odzyskać zainteresowanie dotychczasowych klientów i zaproponować nowym odbiorcom pieczywo dostosowane do współczesnych potrzeb. Odpowiedzią na potrzeby państwa Chrumskich okazała się usługa pilotażowa w zakresie doradztwa marketingowego dla przedsiębiorstw z branży przetwórstwa rolno-spożywczego.

Pieczywo to jeden z najstarszych światowych produktów żywnościowych. Mogłoby się wydawać, że trudno tu o innowacje, szczególnie jeśli producentem jest piekarnia z ponad 20-letnią tradycją, znana i ceniona na lokalnym rynku. Rodzina państwa Chmurskich prowadzi działalność dwupokoleniowo – doświadczonych założycieli Piekarni MACH, Mariana i Janinę Chmurskich wspomaga córka Dominika, wnosząc do firmy entuzjazm, otwartość na wiedzę, świeże spojrzenie i energię młodości. Właściciele piekarni zdecydowali się rozpocząć współpracę z konsultantami Fundacji Rozwoju Przedsiębiorczości w Łodzi. Ośrodek w ramach współpracy z Krajowym Systemem Usług realizował projekt usługi pilotażowej, dzięki której przedsiębiorstwa takie jak Piekarnia MACH mogły zostać poddane przeglądowi produktów i materiałów promocyjnych, oferty konkurencji i analizie współczesnych trendów.

Konsultanci wspierali państwa Chrumskich w najważniejszym etapie doradztwa – w kreowaniu pomysłów na nowe produkty, opracowywaniu receptur, testowaniu prototypów, opracowywaniu materiałów reklamowych, opakowań, etykiet, planowaniu i realizacji wydarzeń promocyjnych. Siłą przedsiębiorstwa jest sam produkt – wysokiej jakości pieczywo wytwarzane przy użyciu wysokiej jakości składników. Nowa oferta Piekarni Mach opiera się na trzech kulinarnych nurtach: regionalnym, tradycyjnym i nowoczesnym. Dumą regionu Jury Krakowsko-Częstochowskiej stał się Chleb Jurajski z Czarnuszką – produkt regionalny z nutą leczniczej, aromatycznej przyprawy, którego receptura odtworzona została na podstawie starych zapisów. Produktem flagowym oferty tradycyjnej jest Żytni Chleb na Zakwasie – długo dojrzewający, bez udziału drożdży. Zupełną nowością jest propozycja śniadaniowa skierowana głównie do młodego pokolenia – Chlebek Bazylkowy, doskonale komponujący się z pomidorami, serami i oliwą.

Korzystając z materiałów powstałych podczas realizacji usługi pilotażowej prowadzimy ciągłą akcję promocyjną odwiedzając detaliczne punkty sprzedaży. Cieszy nas zadowolenie klientów z nowych wyrobów - Chleba Jurajskiego z Czarnuszką, Chleba na Zakwasie i Chlebka Bazylkowego. Obroty najpierw ustabilizowały się, a następnie zaczęły wzrastać – mówi pani Dominika Chumska.

Usługa pilotażowa dla mikro- i małych przedsiębiorstw z branży przetwórstwa rolno-spożywczego to pierwszy kontakt Piekarni MACH z Fundacją Rozwoju Przedsiębiorczości w Łodzi. Fundacja, istniejąca od 1990 r., na co dzień wspomaga rozwój przedsiębiorstw poprzez usługi doradcze, szkoleniowe i informacyjne. Specjalizuje się w usługach transferu wiedzy i technologii, wdrażania innowacji i rozwoju międzynarodowej kooperacji firm. Od 2000 r. jest związana z Krajowym Systemem Usług. Obecnie w ramach KSU realizuje usługę doradztwa innowacyjnego Krajowej Sieci Innowacji.

Dzięki usłudze pilotażowej zrealizowanej przez Fundację Rozwoju Przedsiębiorczości otrzymaliśmy cenną wiedzę z marketingu oraz szereg przydatnych porad w zakresie podniesienia konkurencyjności naszej piekarni. Wsparcie i rzetelność konsultantów zainspirowały nas. Otworzyliśmy się na zmiany, na które piekarnia od lat czekała. Przemiała współpraca i efekt końcowy w postaci „nowej twarzy” piekarni gotowej do zaspokojenia aktualnych potrzeb konsumentów oraz mierzenia się z otoczeniem konkurencyjnym, to realna korzyść – dodaje pani Dominika.



Po zakończeniu usługi pilotażowej kierownictwo piekarni, zainspirowane do zmian, zdecydowało się powrócić do produkcji wyrobów słodkich, wycofanych z oferty przed kilkoma laty. Oferta została rozszerzona o 10 produktów słodkich na bazie ciasta maślanego z dodatkami sezonowych owoców, sera, czekolady i maku. Piekarnia czeka na rozstrzygnięcie konkursu konkursie „Doceń Polskie” – certyfikującego i promującego wysokiej jakości produkty dostępne na polskim rynku. Chleb Jurajski z Czarnuszką został doceniony przez jury konkursu i ma duże szanse na zdobycie wysokiego miejsca.

Usługa pilotażowa KSU w zakresie doradztwa marketingowego dla przedsiębiorstw z branży rolno – spożywczej była realizowana od maja 2013 r. do kwietnia 2014 r. Z usługi skorzystało ponad 300 przedsiębiorstw w całym kraju. Obecnie trwa badanie klientów usług. W oparciu o jego wyniki zostanie podjęta decyzja o ewentualnej kontynuacji projektu.

jego wyniki zostanie podjęta decyzja o ewentualnej kontynuacji projektu.

4. Lokalny producent makaronów Amelli z Lublina zwiększył obroty o 15%

Czy można zwiększyć sprzedaż o 15% bez konieczności inwestycji? Czasami wystarczy zmienić strategię marketingową swojej firmy, by szybko uzyskać wymierne korzyści. Krajowy System Usług oferuje przedsiębiorcom profesjonalne doradztwo, za które płać zaledwie część ceny rynkowej lub, jeśli usługa jest dofinansowana w 100%, korzystają bezkosztowo. Firma Amelli z Lublina jest dowodem na to, że warto skorzystać z usług KSU i zwiększyć swoją szansę na sukces.

Wysoka jakość i oryginalny smak to znaki rozpoznawcze firmy Amelli z Lublina. Przedsiębiorstwo zajmuje się produkcją makaronów typu włoskiego. W jego ofercie można znaleźć między innymi fusilli, linguine, gigli, pappardelle, tagliatelle czy penne. Są to makarony wytwarzane według specjalnej receptury, z użyciem świeżych składników wysokiej jakości. Sekretem ich smaku jest przede wszystkim włoska mąka durum oraz świeże jaja.




Pomimo że Amelli oferuje produkt najwyższej jakości, firmie potrzebne było profesjonalne wsparcie, aby rozwinąć biznes. Przepisem na sukces okazała się oferta Krajowego Systemu Usług. Do drugiego kwartału br. ośrodki KSU świadczyły usługę doradztwa

marketingowego dla mikro- i małych przedsiębiorstw z branży przetwórstwa rolno-spożywczego. Firma Amelli nawiązała współpracę ze Stowarzyszeniem Rozwoju Aktywności Społecznej „Triada” z Chełma, jednym z kilkunastu ośrodków KSU świadczących usługę doradztwa. Producent makaronów okazał się idealnym kandydatem, aby zakwalifikować się do programu pilotażowego doradztwa dofinansowanego aż do 100% wartości usługi.

Stowarzyszenie Rozwoju Aktywności Społecznej „Triada” przeprowadziło specjalistyczny audyt działalności przedsiębiorstwa, a następnie przygotowało raport marketingowy, w którym zaproponowało właścicielom Amelli zestaw wcześniej w firmie nie stosowanych rozwiązań marketingowych.

Współpraca z Amelli przebiegała bez zakłóceń i okazała się bardzo owocna. Firma ma duży potencjał rozwojowy i chętnie nawiązuje kontakty z nowymi kontrahentami. Ponadto, firma jest otwarta na potrzeby rynku i klientów, dlatego nieustannie stara się rozwijać swoje produkty – mówi Anna Frąckiewicz z Stowarzyszenia Rozwoju Aktywności Społecznej „Triada”.

Firmie Amelli zależało na opracowaniu strategii komunikacji z klientami oraz planu dotarcia do potencjalnych kontrahentów. Odpowiedzią na tę potrzebę były gotowe wzory mailingowe przeznaczone do kontaktu z klientami. Zmonitorowano wybrane miasta oraz regiony, do których chciała dotrzeć firma, a następnie na tej podstawie stworzono bazę potencjalnych



kontrahentów. Uzupełnieniem doradztwa było stworzenie wzoru ulotek reklamowych promujących nowe produkty. Poza tym, firma w charakterze wystawcy wzięła udział w targach Euro Gastro 2014 w Warszawie, dzięki czemu nawiązała nowe kontakty handlowe. Dzięki podjętym działaniom, firma nawiązała współpracę z siedmioma nowymi kontrahentami z Warszawy i Krakowa, przez co odnotowano wzrost obrotu o około 15%.

Przeprowadzając doradztwo chcieliśmy się skupić na tym, co wyróżnia Amelli na tle podobnych przedsiębiorstw. Największą jej siłą są ciekawe i smaczne produkty. Firma przywiązuje dużą wagę do jakości swoich produktów. Korzysta z włoskiej mąki durum i świeżych jaj, a w procesie produkcji rezygnuje z konserwantów. Dzięki temu makarony i ravioli Amelli mają szansę stać się przebojem na polskim rynku – dodaje Anna Frąckiewicz.

5. Browar miejski z Bielsko-Białej

Z pilotażowej formy usługi doradczo-szkoleniowej z zakresu marketingu i sprzedaży dla mikro- i małych przedsiębiorstw z branży przetwórstwa rolno-spożywczego skorzystało ponad 300 przedsiębiorców z całego kraju. Wśród nich znalazł się Browar Miejski w Bielsku-Białej, który stanowi ważny element kontynuacji bogatych tradycji piwowskich tego miasta

Historię powstania Browaru Miejskiego datuje się na początek XVI wieku, kiedy to książę cieszyński Kazimierz II ofiarował bielszczanom browar i nadał im przywilej warzenia oraz wyszynku piwa. Obecnie warzelnia Browaru Miejskiego jest jedynym miejscem w Bielsku-Białej, gdzie produkowane jest piwo. Klienci mogą tam zobaczyć cały proces produkcji piwa Bielitzer, począwszy od warzenia słodu w efektywnej, pokrytej miedzią kadzi warzelnej, aż po fermentację i leżakowanie. Browar oferuje również możliwość delektowania się smakiem świeżego piwa.

- Produkcja piwa stanowi podstawową domenę naszej działalności. Chcieliśmy się rozwijać i dotrzeć do większej liczby odbiorców. Stąd decyzja o zwróceniu się do KSU. Doradca bardzo nam pomógł. Nieocenione okazały się jego rady dotyczące kompleksowego wdrożenia wykonawczych programów marketingowych – mówi Jan Wienczek, właściciel browaru.

Usługa doradczo-szkoleniowa z zakresu marketingu i sprzedaży dla przedsiębiorców z branży przetwórstwa rolno-spożywczego świadczyła dla Browaru Miejskiego Agencja Rozwoju Regionalnego S.A. z Bielska-Białej. Zarząd Browaru nastawiony jest na dalszy dynamiczny rozwój firmy, dlatego doradca KSU opracował strategię ofensywną związaną z inwestowaniem w nowy produkt oraz pozyskaniem nowych klientów. Jednocześnie zaplanowano stworzenie nowej linii produkcyjnej. Rezultatem długoterminowym ma być otwarcie nowego browaru z produkcją skierowaną do sprzedaży detalicznej o wielkości 5 000 butelek piwa dziennie.

W trakcie świadczenia usługi doradcy ARR S.A. opracowali szczegółowy plan marketingowy, a w nim analizę pozycji firmy na rynku tak, aby móc przedstawić inwestorom browaru ocenę potencjału firmy i umożliwić jej rozwój poprzez otwarcie nowej linii produkcji do sprzedaży detalicznej poza Bielskiem.

- W początkowej fazie realizacji usługi zaproponowaliśmy zwiększenie działań marketingowych związanych z promocją samej firmy, jej oferty i historii celem poszerzenia grupy stałych odbiorców. W tym celu stworzone zostały zaproszenia na degustacje piwa oraz bony promocyjne i zniżkowe. Następnie, zgodnie z naszymi sugestiami, opracowana została mobilna wersja strony, dzięki której browar może dotrzeć do szerszego grona odbiorców – mówi Paulina Daczkowska, Konsultant ARR S.A..

Mobilna strona, oprócz pełnej informacji o browarze i gatunkach produkowanego piwa, zawiera także dane kontaktowe z funkcją automatycznego połączenia telefonicznego, mapę, na której znajduje się lokalizacja browaru oraz możliwość otrzymania 5% rabatu.

Dzięki pomocy KSU Browar Miejski już w tej chwili posiada bazę prawie 2 000 potencjalnych klientów. Właściciele poszerzyli ofertę produkowanych piw, a także otworzyli lokal Słodownia, w którym podawane jest naturalnie warzone piwo, zgodne z bielską tradycją piwowarską. Dzięki mobilnej wersji strony internetowej klienci browaru szybciej dowiadują się o aktualnych promocjach, chwalą stronę za jej przejrzystość i prostotę nawigacji.



6. Słodki sukces małego przedsiębiorstwa

Dzięki profesjonalnemu doradztwu mikro- i małe firmy mogą rozwinąć swój biznes w oparciu o nową strategię marketingową. Niekiedy doradcy szczególną uwagę zwracają na identyfikację wizualną firmy lub aspekty jakościowe jej produktów. Z takiego rodzaju doradztwa skorzystała Dorota Tęcza ze Świdnicy, pomysłodawczyni i właścicielka cukierni CAKES-ISLAND specjalizującej się w wypiekach artystycznych i dekoracji tortów.

Dorota Tęcza pasję do wypieków odziedziczyła po mamie, która na co dzień pracuje w restauracji. Pani Dorota przez lata pracowała jako księgowa, a swoje hobby realizowała popołudniami w domu. Jednakże w październiku 2012 r. zdecydowała się na odważny krok i założyła własny biznes. Ofertę CAKES-ISLAND stanowią przede wszystkim artystyczne wyroby cukiernicze. Są to głównie torty, babeczki oraz pierniki, które pani Dorota i jej współpracownicy tworzą na indywidualne zamówienie klienta. CAKES-ISLAND aktywnie promuje swoje wypieki, uczestnicząc w kulinarnych targach, imprezach okolicznościowych i branżowych, takich jak np. targi ślubne.

Koniecznym warunkiem rozpoczęcia i rozwijania działalności w branży spożywczej jest przystosowanie produkcji do specyficznych wymagań i standardów sanitarnych. Dolnośląska Agencja Współpracy Gospodarczej była jednym z 11 ośrodków świadczących usługę pilotażową KSU w zakresie doradztwa marketingowego i sprzedaży produktów z branży przetwórstwa rolno-spożywczego. Rozpoczynając współpracę z CAKES-ISLAND konsultanci DAWG przeprowadzili szczegółowy audyt marketingowy, na podstawie którego rekomendowali doradztwo w zakresie przystosowania produkcji do specyficznych wymagań i standardów sanitarnych. Realizacja usługi obejmowała opracowanie niezbędnej dokumentacji systemowej oraz wdrożenia zasad GHP i GMP. Ponadto, zaproponowano wsparcie w zakresie opracowania standardów bezpieczeństwa żywności oraz schematów produktowych zgodnie z wymaganiami HACCP. Założono, że dzięki zaproponowanym wdrożeniom, firma będzie postrzegana przez klientów jako producent najwyższej jakości produktów.

- W branży rolno-spożywczej obowiązują specyficzne wymagania HACCP. Wielu młodych przedsiębiorców ma pomysł na swój biznes, ale brakuje im szczegółowej wiedzy na temat norm i wytycznych. Doradztwo pomaga poszerzyć tę wiedzę, a także ułatwia wdrażać odpowiednie działania w firmie – mówi Agnieszka Mąka z DAWG.

CAKE ISLAND reprezentuje właśnie taki przypadek. Firma specjalizująca się w artystycznych wyrobach nie miała najmniejszych problemów z linią wizualną. Logo i typografia nawiązują do produktów tworzonych przez panią Dorotę. Dlatego właśnie postanowiono skupić się na kwestiach jakościowych. To one są dziś gwarantem bezpieczeństwa produkowanych wyrobów cukierniczych firmy CAKESISLAND.

- Debiut na tak konkurencyjnym rynku, jakim jest obecnie cukiernictwo artystyczne trochę mnie przerażał. Szczególnie, że to właśnie jakość wyrabianych przez nas produktów jest wizytówką CAKESISLAND. Dzięki pomocy doradców KSU, udało nam się bezproblemowo sprostać wszystkim wymaganiom sanepidu oraz kontynuować naszą działalność zgodnie z przepisami HACCP – mówi Dorota Tęcza.