

Insects Innovation in Gastronomy

ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ



Επεισόδιο 1: Εισαγωγή στις στρατηγικές μάρκετινγκ για την κατανάλωση εντόμων στη γαστρονομία

Disclaimer:

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ'ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.



Υποστήριξη μαθημάτων

Επεισόδιο 1: Εισαγωγή στις στρατηγικές μάρκετινγκ για την κατανάλωση εντόμων στη γαστρονομία

Table of Contents

Περίληψη.....	2
Βασικές γνώσεις & συμπεράσματα	2
Τελική σκέψη.....	3

Υποστήριξη μαθημάτων

Επεισόδιο 1: Εισαγωγή στις στρατηγικές μάρκετινγκ για την κατανάλωση εντόμων στη γαστρονομία

Περίληψη

Σε αυτό το εισαγωγικό επεισόδιο, ο εισηγητής θέτει τις βάσεις για το μάθημα, δίνοντας έμφαση στο ρόλο του στρατηγικού μάρκετινγκ για την ευρύτερη αποδοχή των τροφίμων με βάση τα έντομα. Ενώ η κατανάλωση εντόμων έχει πλούσια ιστορία σε πολλούς πολιτισμούς, οι δυτικές αγορές παραμένουν διστακτικές λόγω των εμποδίων αντίληψης. Το αποτελεσματικό μάρκετινγκ μπορεί να γεφυρώσει αυτό το χάσμα αξιοποιώντας την αφήγηση ιστοριών, το branding και την ψυχολογία των καταναλωτών. Το επεισόδιο περιγράφει τα βασικά θέματα του μαθήματος, από τη στόχευση του κοινού έως τις στρατηγικές ψηφιακού μάρκετινγκ, και κάνει μια προεπισκόπηση του επερχόμενου περιεχομένου.

Βασικές γνώσεις & συμπεράσματα

1. Η πρόκληση και η ευκαιρία της γαστρονομίας εντόμων

- Η κατανάλωση εντόμων δεν είναι κάτι καινούργιο - **πολλοί πολιτισμοί** την έχουν αγκαλιάσει εδώ και αιώνες.
- Το μεγαλύτερο εμπόδιο στις δυτικές αγορές είναι **η αντίληψη και όχι η διατροφή ή η βιωσιμότητα**.
- Το μάρκετινγκ μπορεί να αλλάξει **τη στάση των καταναλωτών** με τη διαμόρφωση της σωστής αφήγησης.

2. Ο ρόλος της αφήγησης στο μάρκετινγκ

- **Το μάρκετινγκ δεν είναι μόνο η παρουσίαση γεγονότων** - είναι η διαμόρφωση του τρόπου με τον οποίο οι άνθρωποι σκέφτονται και αισθάνονται.
- Τα έντομα θα πρέπει να τοποθετούνται όχι ως πρωτεΐνη τελευταίας ευκαιρίας, αλλά ως μια συναρπαστική, γκουρμέ και βιώσιμη επιλογή.
- **Παράδειγμα: Το σουσί** ήταν κάποτε άγνωστο στη Δύση, αλλά έγινε μια κορυφαία κουζίνα μέσω έξυπνης εμπορικής προώθησης. Ένας παρόμοιος μετασχηματισμός είναι δυνατός για τα τρόφιμα με βάση τα έντομα.

3. Τι θα μάθετε σε αυτό το μάθημα

- **Κατανόηση του κοινού-στόχου:** Προσδιορισμός των κινήτρων και υπέρβαση των αντιστάσεων.
- **Στρατηγικές branding:** Καθιστώντας τα τρόφιμα με βάση τα έντομα επιθυμητά και φιλόδοξα.
- **Υπέρβαση των ψυχολογικών εμποδίων:** Αντιμετώπιση του παράγοντα «αηδία» μέσω στρατηγικών μηνυμάτων.

Υποστήριξη μαθημάτων

Επεισόδιο 1: Εισαγωγή στις στρατηγικές μάρκετινγκ για την κατανάλωση εντόμων στη γαστρονομία

- **Τεχνικές ψηφιακού μάρκετινγκ:** Αξιοποίηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των διαδικτυακών πλατφορμών για την προβολή.
- **Ρυθμιστικοί προβληματισμοί:** Πλοήγηση στα νομικά πλαίσια για εμπορική επιτυχία.

4. Προεπισκόπηση των επόμενων επεισοδίων

- **Επεισόδιο 2: Ανάλυση αγοράς -** Προσδιορισμός του κατάλληλου κοινού για τα τρόφιμα με βάση τα έντομα.

Τελική σκέψη

Το μάρκετινγκ μπορεί να επαναπροσδιορίσει τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται τα τρόφιμα με βάση τα έντομα, όπως ακριβώς συνέβη και με άλλες κάποτε άγνωστες κουζίνες. Με τη σωστή στρατηγική, αυτά τα τρόφιμα μπορούν να μετακινηθούν από εξειδικευμένα σε mainstream, δημιουργώντας νέες γαστρονομικές εμπειρίες και βιώσιμες επιλογές για τους καταναλωτές.

