markta.at

markta.at - digitale Vermarktungsplattfrom für regionale LebensmittelproduzentInnen - Markteinführung & Vertriebsaufbau

Programm / Ausschreibung	AT:net, Phase 4, AT-net (4) 4. Ausschreibung 2017	**Status**	abgeschlossen
Projektstart	17.01.2018	**Projektende**	31.08.2019
Zeitraum	2018 - 2019	**Projektlaufzeit**	20 Monate
Keywords	Digitaler Bauernmarkt; Multi-sided Community Plattform; Alternative Food-Network; Regionale LebensmittelproduzentInnen und Kreativschaffende;		

Projektbeschreibung

Im Sinne eines digitalen Bauernmarktes bietet markta ein reiches Sortiment an hochwertigen Produkten, die online und direkt bei ProduzentInnen bezogen werden können. markta verbindet KonsumentInnen mit ihren ProduzentInnen und ermöglicht wieder Einblicke und direkte Zugänge zu hochwertigen regionalen Lebensmitteln.
markta.at befindet sich am Angang der Pilot-Phase des Prototyps mit über 75 ProduzentInnen. Dem gegenüber stehen über 500 KonsumentInnen, die kurz vor Jahresende und nach dem markta Crowdfunding – das im Oktober 2017 erfolgreich abgeschlossen wurde –Zugangscodes für die Beta-Version erhalten haben. Seit Mitte Dezember 2017 ist die Plattform für Beta-UserInnen zugänglich. Ab 1.2.2018 soll strukturiert an Optimierungen des Systems im Zusammenspiel mit den Beta-UserInnen gearbeitet werden und die Markteinführungsaktivitäten initiiert werden.
Die wesentlichen Funktionen der auf Basis des Magento-2 Shopsystems entwickelten Online-Plattform markta sind bereits vollständig einsatzfähig. Die Shopfunktionen für ProduzentInnen, KonsumentInnen und die Administration der Plattform sind programmiert und im Testbetrieb nutzbar.
Im Rahmen des Projektes sollen strukturierte Usability-Tests dazu beitragen die User Experience / Customer Journeys / Interface Design zu verbessern, sowie Bugfixes und die Verbesserung bestehender Features durchzuführen. Auch die Implementierung von Extensions sowie Updates und eine Prozessoptimierung beim IT Support inkl. CRM von ProduzentInnen werden realisiert.
Bestandteil des Vermarktungskonzeptes sind die enge Zusammenarbeit mit Interessensvertretungen und thematisch verwandten Initiativen, sowie die Akquisition von weiteren Abhol-/Logisikpartnern, die Einbindung der wachsenden Community auf KonsumentInnen- und ProduzentInnenseite, klassische Öffentlichkeitsarbeit und Social Media Marketing.
Im Projektzeitraum soll die Anzahl der KonsumentInnen damit auf 3.000 wachsen, des Weiteren sollen 100 Kreativwirtschaftende aufgenommen und 30 Abholstellen beliefert werden. Die Conversion Rate der PlattformbesucherInnen soll sich von aktuell 1% auf 5% erhöhen.
Das Herzstück von markta, die Vernetzung von regionalen LebensmittelproduzentInnen mit KundInnen über einen gemeinsamen Marktplatz und Anlaufstelle für regionale Lebensmittel, soll durch das Projekt erfolgreich realisiert werden. Erweiterungen des Angebotumfangs und der Funktionalitäten, sowie eine breite Präsenz in der Öffentlichkeit und Bewusstseinsbildung sind die wesentlichen Erfolgsfaktoren, um mit dem three-sided marketplace die drei verschiedenen

NutzerInnengruppen erfolgreich zu adressieren: LebensmittelproduzentInnen, KreativschaffendeundEnd-KonsumentInnen.

Abstract

markta.at is a virtual farmers market and online community platform for local food distribution. Based on the idea of 'from farm to fork', the goal is to directly connect consumers with regional food producers and to promote food sovereignty as well as the democratization of food production and consumption as a whole. markta promotes a holistic approach towards sustainable food consumption and wants to specifically strengthen the role of small producers.
Currently markta.at is at the beginnings of its pilot phase using a prototype with over 75 registered producers and over 500 consumers. The users received the access codes for the markta beta-version as part of the successful markta crowdfunding, completed in October 2017. Since mid-December 2017, the platform is accessible to selected beta-users. Starting with beginning of February 2018, the system will be optimized, integrating feedback from beta users and market launch activities will be initiated.
All essential functions of the online platform markta, which was developed on the basis of the Magento-2 shop system, are already fully operational. The shop functions are programmed and can be used in the beta-test mode by producers, consumers and administrators.
The project plan consists of structured usability tests, to improve the user experience / customer journeys / interface design, bug fixing and improvement of existing features. Furthermore, extensions and updates will be implemented and process optimization of IT support including CRM of producers will be established.
Cooperating with interest groups and related initiatives as well as integrating further pick-up/logistic partners are key strategies of the markta sales and marketing concept. Our target is to grow the community of consumers and producers from a community perspective as well as through classic PR, social-media-marketing concepts and viral marketing schemes. During the project period, our plan is to increase the number of regular consumers to 3,000; include 100 creative professionals for B2B-transactions and install at least 30 pick-up points. Alongside, we will raise the conversion rate of platform visitors from 1% to 5%.
The goal of the project is to successfully realize markta’s core concept – connecting regional food producers with customers via a common digital marketplace and community platform and establishing an alternative food network. Extensions of scope and functionality as well as a broad public presence and awareness-raising, are the key factors to successfully address the different user groups – food producers, creative professionals and consumers – via a three-sided marketplace.

Projektpartner

- markta GmbH