

uğurböceği

fikir ve marka aklı

yön belgesi..

örnek marka: üç kuşaktır zeytinyağı üreten bir ege aile işletmesi

konum cümlesi..

bahçesini bildiğiniz yağ..

bugün..

üç kuşaktır kendi bahçesinden yağ sıkıyor.. satışın beşte dördü toptancıya gidiyor; ürünün adı rafta görünmüyor, fiyatı başkası koyuyor..

asıl problem..

kaliteyi üreten kendisi, değeri toplayan başkası..

kime..

ege mutfağını şehirde, evinde yaşatmak isteyen 35-55 yaş ev aşçısı.. ikinci kapı: menüsünde yağın adını yazmak isteyen küçük restoranlar..

isim ve söylem..

aile adı korunur, yanına bahçenin adı eklenir.. az söz, çok bilgi: hasat tarihi, ağaç yaşı ve sıkım günü her şişede.. kaçınılacak sözler: "en iyi", "eşsiz", "doğal" gibi kanıtsız övgüler..

ilk 90 gün..

1. etiket ve şişe (kimlik masasına geçiş).. 2. 300 hanelik doğrudan satış denemesi: hasat bildirimiyle sipariş.. 3. iki restoranla, menüde adıyla yer..

neye bakacağız..

doğrudan satışın payı (bugün yüzde 5, hedef yüzde 15), ikinci sipariş oranı, restoran menüsünde ad.. 90. günde masaya yeniden oturulur..

karar noktaları: konum (2. hafta) · isim ve söylem (3. hafta) · kararı veren: kurucu ve ikinci kuşak

bu belge biçimi göstermek için hazırlanmış anonim bir örnektir; gerçek bir müşteriye ait değildir..