



ברוף נעמה < עיצוב פירות

פרזנטציה: נעמי גולן ומיכל צוריאל



קטגוריה

עיצוב בארים לארועים.

הסטורית העסק

מדובר בבעלת עסק חדש, לעיצוב בארים של פירות, עיצוב מגשי פירות וגילוף בפירות, בעיר אלעד וסביבתה.

ניתנת אפשרות למשלוחים בחינם בתוך העיר אלעד וסביבותיה.



איסוף נתונים <

תאור המוצר

עסק לעיצוב מגשי פרות, גילוף פרות וישנה אפשרות גם למגשי ירקות עוגות ויטרינה, שוקולדים, פיצוחים, יין, שמפניה ועוד

הפרות מונחים על מגשים חד פעמיים שאינם נדרשים להחזרה, ארוזים בטוב טעם ובאסטטיות ונקיות מירבית.

הפרות טריים ומרהיבים לעין ואף נקנים במקומות טריים על אף המחיר הגבוהה.

הקפדה מירבית על נראות ואסטטיות. והשרות יכול להגיע עד לבית הלקוח.



ארץ היצור

ישראל

נקודות מעניינות במוצר

המוצר מוגש בצורה מעוצבת יחודיית ציבועניות הנותנת לכל פרי את המקום והנראות שלו. מרהיב עין ומגרה ומושך את העין תוך הקפדה על אסטטיות.

מקומות המכירה

שיווק פרטי ע"פ הזמנה עם שרות אפשרות של משלוח עד הבית.



צורת השיווק

ע"י לקוחות מרוצים, פרסום במקומונים האזוריים, בסטטוסים וכרטיסי ביקור בחנות של עיצובי מתנות.

שרותית עם מגוון אפשרויות, גמישה.

מעדיפה איכות ללא פשרות ע"פ מחיר זול והקפדה על אסטטיות וטריות.

שרות ישיר לבית הלקוח.

מתחרים עקיפים

עסקים פרטיים בתחום עיצוב בר מתוקים, פטיפורים קינוחים ועוגות

מתחרים ישירים



ערך	גילוף	מחיר	משלוחים שרות	שרות נוסף	צורת הגשה	
מקצועיות	מקצועי ביותר אחרי נסיון של שנים	יחסית גבוהים	לא	אין	עמוס וכבד.	ציפי
	מתחילה בתחום	מחירים זולים בגלל שמתחילה.	עד הבית באלעד עם אפשרות גם לסביבה.	אפשרות למגשי ירקות ועוגות ויטרינה וכן לשילובים שונים	שולטת בעין מאד אסתטי ומרהיב עין. נתנת מקום לפרי.	נעמה
אומנות ובפרסומת כתבו יוקרה			לא כתוב	שדרוגים לקראת החגים אפשרות למגש אישי עם שילוב שוקולדים שייקים פרחים ומוסים	מראה צבעוני נתן אווירה שמחה אבל לא בולטת מית אסתטיות	לה פרוטה
יוקרה אסתטיות אומנות			לא כתוב	קורסים וסדנאות עיצוב בארים מגשי ירק		פרוטארט



הגדרת יעדים ומשימה <

יעד כמותי

< לחשוף אותה כמה שיותר למלא אנשים.

< להגיע ל10 מגשים בשבוע.

יעד איכותי

מאד חשוב לה טרנד הבריאות- והיא רואה בזה שליחות לגרום לאנשים לרצות לקנות בריא ולאכול בריא.

ולכן יש הקפדה על נראות ע"מ שיעבור הערך.

משימות מול המתחרים

< להטמיע את היתרון שמציע המותג מול המתחרים.

< להציע מה שאין למתחרים



קהל היעד והמטרה <

פילוח שוק

- < משפחות חסידיות שתרבות זו נצרכת אצלם במיוחד.
- < משפחות שרוצות לתת מתנה בריאה.
- < משפחות חרדיות שיש להם ארוע יום הולדת/ בר מצווה/
בת מצווה/ ברית וארוסין או שרוצים לפנק את יקיריהם.
- < אנשים שוחררי בריאות שרוצים לפנק את יקיריהם.
- < צוות בעבודה שמחפש כיבוד לצוות או לארועים במשרד.
- < מתנות למנהל או ראש צוות.
- < פינוק למשפחה לכבוד שבת/ חג.



קהל היעד היעודי

משפחות מהציבור החסידי באלעד שחלק מהתרבות שלהם זה להשקיע בתחום של עיצובי פירות בארועים שמחות או סתם לפנק את בני הבית.

קהל המטרה

קהל עיקרי

משפחות חסדיות בעיר אלעד.

קהל מגנטי

משפחות חרדיות שיש להם ארוע:



איפיונים אישיותיים

< קהל מגובש, הולך כעדר אחרי מותג.

< מחפש דברים לא שגרתיים, מחוץ לקופסא.

< אוהבים גיוון ושואוו.

< אוהבים יהירות ורושם.

איפיונים סוציאקונומיים

אנשים במעמד הבנוני ומעלה עם הכנסה חודשית סבירה,

לא גבוהה במיוחד.

נוטים לחיות ברמת חיים גבוהה (גם מעמד הביניים) גם אם אין

להם תקציב אם יקנו רק בשביל להרשים את הסביבה וכדי

להיות חלק מהחברה.



הגדרת סגנון חיים

- < המשפחות המודרניות יצאו לבלות בחוץ, יאכלו במסעדות וילכו לקניונים.
- < המשפחות השמרניות סגנון החיים שלהם זה יותר להיות בתוך הבית,
- < הם רגילים לצאת לחו"ל בעיקר אם יש להם שם משפחה, ואם אין זה תלוי במעמד החברתי.
- < לגבי נסיעות- מי שיש רכב הבעל הוא הנהג ואם אין נעזרים בתחבורה ציבורית/מוניות

מונעים פסיכולוגיים של הקהל

- < מונעים מתחרותיות.
- < יעשו דברים מעבר ליכולות שלהם עמ להתקבל כחלק מהחברה

מקורות השפעה על הקהל

החברה משפיעה מאוד, הכל עובר מפה לאוזן.



SWOT

חולשות	חוזקות
<p>< יחסית חדשה בתחום. < לא יודעת לשווק את עצמה.</p>	<p>< הקפדה על מוצרים טריים באיכות ואפילו אם זה מייקר את העלות. < שרות משלוחים לבית הלקוח באלעד והסביבה. < נותנת שירותים נוספים ע"פ דרישת לקוח: מגשי ירקות, עוגות ויטרינה, בלונים ושוקולדים. < אמינות מובטחת. < שרותיות.. < אסטטיות ברמה גבוהה. < התאמה ללקוח לפי צרכיה. < אפשרות של מגוון שילובים למגוון ארועים. < טרנד הדיאטות</p>
הזדמנויות	איומים
<p>< מצב קורונה אנשים שרוצים לפנק את יקיריהם ולתת להם מתנה מרחוק. < לתת הרגשה טובה אם א"א לבוא לבקר</p>	<p>< יש עליית מחירים בשל הקורונה < להרבה אנשים המצב הכלכלי קשה ואין כסף להוציא על "מותרות"</p>



USP

מבחר אפשרויות: מגשי פירות, מגשי ירקות, עוגות ויטרינה, הזמנת בלונים ושוקולדים.

אסטרטגיה

גיוון

הבטחה פרסומית

הופכת כל ארוע לחגיגה

סיבות להאמין

בגלל שיש לה מגוון אפשרויות של חגיגה אז כל אחד יכול לבחור לו את החגיגה שלו: חגיגה של בריאות, חגיגה של טבע, חגיגה של טעמים, חגיגה של מתיקות וכו'