

A close-up photograph of several golden-brown cinnamon rolls arranged on a white parchment-lined baking tray. The rolls are sliced, revealing a spiral pattern of light-colored dough and dark brown cinnamon filling. A white circular logo is superimposed in the center of the image.

NÆR

mikrobageri

PROJEKTSTYRING



Torsdag d. 05/03

Vi delte os op og tog hen til caféen og mikrobageriet, hvor vi lagde visitkortene og satte os til at observere. Efter observationerne mødtes vi kort for at tale igennem, hvad vi havde observeret

Tirsdag d. 10/03

Efter observationen blev vi i tvivl om målgruppen samt hvorvidt den første problemstilling fortsat kunne give mening. Vi fik derfor vejledning, som pegede på, at vi skulle tage en snak med klienten. Efter vejledningen fik vi derfor snakket igennem, hvad vi gerne ville vide og fik skrevet en besked og sendt afsted.

PROBLEMSTILLING

- Mere brødsalg i caféen
- Observation og spørgeskema
- Resultater



NY PROBLEMSTILLING

Hvordan kan Nær mikrobageri gennem digital formidling synliggøre deres brug af kvalitetsråvarer og håndværk for at øge opmærksomheden omkring bageriet?

MÅLGRUPPE

Unge voksne i alderen 26-34 i det grønne og blå segment, der bor i nærområdet og går op i råvarer og godt håndværk

Autencitet frem for masseproduktion



Tore Grønning

Fakta

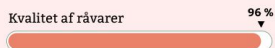
 27 år

 Marketingkoordinator

 Odense C



Motivationsfaktorer



Om Tore

Tore går op i kvalitet frem for kvantitet

Han Sætter pris på gode råvarer og prioriterer oplevelser i hverdagen.

Han bliver inspireret af kvalitet på sociale medier og køber hellere dyrt og godt end billigt og middelmådigt.

Motivation

Han vil gerne føle at han tager gode valg

derfor går han efter steder som udstråler autencitet og personlighed.

Og så støtter han lokalt.

Pain

Han føler at det generelt er et problem at pris og kvalitet ikke matcher.



Malou vandrum

Fakta

 34 år

 På barsel

 Odense SV



Motivationsfaktorer



Om Malou

Malou er netop blevet mor til en lille datter, og det har fået hende til at reflektere over familiens kostvaner. Hun lægger især vægt på at servere mad, der ikke er fyldt med e-numre og stærkt forarbejdede ingredienser. Derudover dyrker Malou både pilates og yoga, og hun holder meget af at indrette og dekorere sin lejlighed.

Motivation

Malous motivation udspringer i høj grad af hendes nye rolle som mor og ønsket om at give sin datter de bedst mulige forudsætninger fra starten. Hun ser mad som en vigtig byggesten for både sundhed og trivsel, og derfor bestræber hun sig på at vælge råvarer, der er så naturlige og uforarbejdede som muligt.

Pain

Hun er utilfreds med at så mange bagere går op i kvantitet over kvalitet

ITERATION

- Tone of voice

FASE 1



Planlægning

FASE 2



Test

FASE 3



Evaluering



ITERATION

1.

“ Hos Nær mikrobageri laver vi alt fra bunden og med omtanke. Vi bager med surdej og vi bruger gode råvarer, værner om håndværket og gør os umage - fordi kvalitet kan smages “

PERSONLIG

2.

“ Hos Nær mikrobageri produceres alle produkter fra bunden. Der anvendes surdej i bagningen, og der benyttes råvarer af høj kvalitet. Produktionen bygger på håndværksmæssige principper med fokus på kvalitet i det færdige produkt “

INFORMERENDE

3.

“ Mikrobageri, frisk surdej, gode råvarer, høj kvalitet. Kom og smag “

KORT OG KONTANT

ITERATION

1.

“ Hos Nær mikrobageri laver vi alt fra bunden og med omtanke. Vi bager med surdej og vi bruger gode råvarer, værner om håndværket og gør os umage - fordi kvalitet kan smages “

PERSONLIG

2.

“ Hos Nær mikrobageri produceres alle produkter fra bunden. Der anvendes surdej i bagningen, og der benyttes råvarer af høj kvalitet. Produktionen bygger på håndværksmæssige principper med fokus på kvalitet i det færdige produkt “

INFORMERENDE

3.

“ Mikrobageri, frisk surdej, gode råvarer, høj kvalitet. Kom og smag “

KORT OG KONTANT

Tekst 1 performer bedst på **engagement og sympati**

Tekst 2 performer bedst på **troværdighed og information**

Tekst 3 **performer dårligst og fremstår overfladisk**

ITERATION - Tone of voice

Vi kombinerer styrkerne fra alle tre tekster og tilpasser tone of voice til platform og mål



K L I E N T R A P P O R T

Kort og Overskuelig

*“Det her har vi lavet – og det er derfor, det virker
for jer”*

HVORDAN GÅR DET ?

