


MARKA: 	Co jest do zrobienia: PROJEKT ZESTAWU
1. OBECNY STATUS MARKI/RYNKU <p>Gerlach to lider na rynku sztućców ze stabilną świadomością marki ok. 80% oraz rosnący gracz/marka w kategoriach noży, garnków i patelni. Realizujemy kilkunastoprocentowe wzrosty rozbudowując asortyment docierając do różnych TG przy założeniu, że Gerlach to JAKOŚĆ. Starsi konsumenci (50+) kojarzą markę głównie przez pryzmat wysokiej jakości sztućców i ewentualnie noży. Do domu młodszych konsumentów (25-40 lat) dotarliśmy z nową ofertą garnków i patelni. 60% gospodarstw domowych posiada i używa na co dzień produkty Gerlacha. Dotychczasowa komunikacja wizerunkowa skupiała się na walorach jakościowych, a bohaterami naszej komunikacji od dwóch lat są produkty Gerlacha, które pokazujemy od strony designu, funkcjonalności i jakości użytkowej (np. wieczysta gwarancja sztućców). Dzięki temu marka ma coraz bardziej nowoczesny wizerunek i jest coraz lepiej rozpoznawana wśród młodych konsumentów. Udaje nam się również przełamywać myślenie „Gerlach to tylko sztućce”. Marka jest coraz częściej postrzegana jako nowoczesna. Nasze działania idą w kierunku przełamania stereotypu, że Gerlacha używa się na specjalne okazje (Sztućce schowane walizce) na rzecz funkcjonalności na co dzień.</p> <p>Markę można kupić w sklepach MT specjalistycznym (sklepy elektro), halach cash&carry, sklepy tradycyjne z wyposażeniem domu (w tym grupa sklepów patronackich), e-commerce. W MT masowym (hipermarkety/supermarkety/dyskonty) produkty Gerlacha są dostępne tylko podczas akcji specjalnych – dedykowanych (brak listingu).</p>	
2. STRATEGIA MARKI Cel wprowadzenia: <ul style="list-style-type: none"> Dotarcie do młodszej grupy konsumentów (25-40 lat) Odświeżenie wizerunku w kierunku nowoczesnej oraz innowacyjnej marki dla każdego Poszerzenie asortymentu w segmencie ECONOMY o zestaw naczyń (garnki + patelnie), gdzie koszt wyprodukowania zestawu nie będzie większy niż 130zł. Cel biznesowy: <ul style="list-style-type: none"> Wzrost sprzedaży w 2021r ok 7-8% w kategorii garnków. Cel komunikacyjny: <ul style="list-style-type: none"> Wzmocnienie wizerunku marki, która dzięki nowym wprowadzeniom odpowiadającym na potrzeby konsumentów, dotrze do młodszej grupy docelowej. 	
3. GRUPA DOCELOWA <p>Mamy potrzebę odmłodzenia naszej grupy konsumentów, w związku z tym oferta kierowana jest do kobiet i mężczyzn w wieku 25 – 40 lat, którzy lubią gotować, przyrządzać posiłki w swoich domach. Obserwują nowości, innowacje, cenią jakość funkcjonalną, wygodę i są na bieżąco z trendami. Dysponują mniejszą powierzchnią mieszkaniową, nie mają dużych kuchni, w związku z tym funkcjonalność jest dla nich istotna. Cena jest dla nich istotna ale nie najważniejsza, liczy się również jakość, a dodatkowo zwracają uwagę na markę.</p>	
4. INSIGHT I OCZEKIWANIA KONSUMENCKIE <p>Pierwsze mieszkanie/wynajęte mieszkanie (nie jest duże), dlatego poszukuję funkcjonalnego zestawu naczyń, który spełni moje wszystkie podstawowe potrzeby i nie zajmie dużo miejsca (niezmiernie ważne w kontekście ograniczonego miejsca do przechowywania). Naczynia muszą być wysokiej jakości (trwałość produktu jest dla mnie równie istotna jak jego funkcjonalność) i wyglądać nowocześnie (zgodnie z obowiązującymi trendami), aby dobrze prezentowały się przy otwartej kuchni.</p>	
5. GŁÓWNY KOMUNIKAT (np. USP) Minimum miejsca, maksimum możliwości	
6. UWIARYGODNIENIE (RTB)	

Funkcjonalność

- Zróżnicowany zestaw (patelnia, rondel, garnki)
- Dzięki specjalnie zaprojektowanym kształtom naczyń, przechowywanie przestaje być problemem (w jednej szufladzie zmieścimy wszystkie naczynia)
- Zestaw dzięki, któremu usmażymy, ugotujemy czy upieczemy swoje ulubione dania
- Łatwe do utrzymania w czystości (możliwość mycia w zmywarce)
- Odpinane ręczki – specjalne zaprojektowane ręczki/uchwyt multifunkcyjny (trwały, ergonomiczny), który można wykorzystać do każdego naczynia z zestawu.

Jakość:

- naczynia wykonane z najwyższej jakości stali 18/10
- ergonomiczne, nienagrzewające się uchwyty/rączka

Design:

- unikalne wzornictwo zgodne z obowiązującymi trendami

7. JAKĄ REAKCJĘ I SPOSÓB MYŚLENIA CHCEMY WYWOŁAĆ PO WPROWADZENIU PRODUKTU

Posiadam innowacyjny oraz funkcjonalny zestaw naczyń wysokiej jakości znanej, polskiej marki, spełniający wszystkie niezbędne potrzeby w codziennym przyrządzaniu posiłków.

8. SPECYFIKACJA PROJEKTU:

- Zestaw multifunkcyjny garnków i patelni składający się z 5-6 naczyń
- 1 patelnia w rozmiarze 24cm (wysoki rant – możliwość wykorzystania naczynia w piekarniku) – **Stal 18/10 z powłoką ceramiczną**
- Rondelek (1 litrowy) + pasująca pokrywka - **Stal 18/10**
- Garnek (2 litrowy) + pasująca pokrywka - **Stal 18/10**
- Garnek (4 litrowy) + pasująca pokrywka - **Stal 18/10**
- Garnek (5 litrowy) + pasująca pokrywka - **Stal 18/10**
- Przeznaczony do wszystkich rodzajów kuchenek – gazowych, indukcyjnych, elektrycznych, ceramicznych
- Przeznaczony do użycia w piekarniku
- Przeznaczony do użycia w zmywarce
- Oszczędność miejsca – naczynia ze względu na specjalnie zaprojektowane kształty oraz rozmiary pozwalają na umieszczenie ich jednego w drugim, tak aby zaoszczędzić miejsce w szafkach kuchennych
- Pokrywki – minimum 2 ale pasujące do każdego z naczyń (oszczędność miejsca)

TIMING: I semestr 2019/2020 r.

Ostateczny projekt: 28.02.2020 r.

UWAGA:

JEŚLI ZLECENIE NIE PRECYZUJE PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA INACZEJ TO ZAKRES PRAW AUTORSKICH/LICENCJI POWINIEN ZAKŁADAĆ BRAK OGRANICZEŃ TERYTORIALNYCH, CZASOWYCH I PÓL EKSPLOATACJI