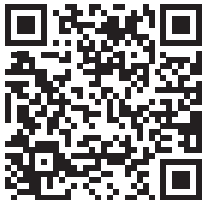


# INTRODAGE PÅ BUSINESS

NAVNE OG KLASSE

1



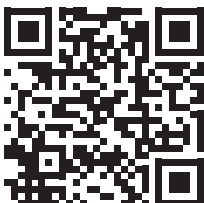
INTRODAG PÅ BUSINESS

2



MØD OSKAR  
SOM GÅR PÅ BUSINESS

3



VÆLG CASE



Produceret af



Finansieret af



Medfinansieret af  
Den Europæiske Union





# MÅLGRUPPEANALYSE



1

## PRODUKTER OG BUTIKKER – SOM MÅLGRUPPEN KAN LIDE.

Hvilke butikker kan de godt lide?

Hvilke produkter køber målgruppen?

2

## GEO-DEMOGRAFI – HVEM ER VORES MÅLGRUPPE?



### Alder:

- Under 12 år
- 12-17 år
- 18-24 år
- 25-34 år
- 35-44 år
- 45-54 år
- 55-65 år
- Over 65 år

### Bopæl:

- Bor i byen
- Bor på landet
- Bor i forstad



### Uddannelse:

- Ingen
- Mellem
- Lang

### Beskæftigelse

- Har job
- Går i skole

### Indkomstniveau:

- Har FÅ penge at bruge til sig selv
- Har OK penge at bruge til sig selv
- Har MANGE penge at bruge til sig selv

3

## PSYKOLOGISK PROFIL – HVORDAN 'ER' VORES MÅLGRUPPE?

### Livsstil:

- Aktiv - Dyrker fx. sport
- Social - Ses med mange
- Kan bedst lide at være alene
- Hjemme - foretrækker hjemmet
- Miljøbevidst - tænker over miljøet
- Andet: \_\_\_\_\_

### Personlighed:

- Ambitiøs
- Privat
- Social
- Selvsikker
- Trendy
- Andet: \_\_\_\_\_

### Interesser og hobby:

---

---

---

4

## KØBSADFÆRD

Hvordan køber målgruppen produktet?

- Impulsivt - køber UDEN at sætte sig ind i produktet.
- Velovervejet - sætter sig GRUNDIGT ind i produktet før et køb.

## MEDIEPROFIL

Hvilket socialt medie bruges til inspiration og køb?





# INDRETNING AF BUTIK



1

## HVORFOR KOMMER KUNDERNE?



Hvad bruger kunden butikken til?

- Købe produkter
- Blive inspireret til nye køb
- Hente produkter i butikken
- Andet: \_\_\_\_\_

2

## KENDTE BUTIKKER

Hvilke kendte butikker vil I lade jer inspirere af?

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

3

## INSPIRATION TIL INDRETNING



4

## BUTIKKENS UDTRYK OG FARVER

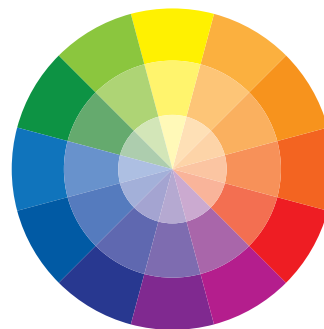


Udtryk i butikken:

- Hyggeligt
- Cool/trendy
- Moderne
- Afslappet
- Seriøst
- Naturlig
- Eksklusivt

Faver i butikken:

- Discount
- Humoristisk
- Minimalistisk
- Andet: \_\_\_\_\_



5

## BUTIKSSPEJL - OPSÆTNING OG OPBYGNING AF BUTIKKEN



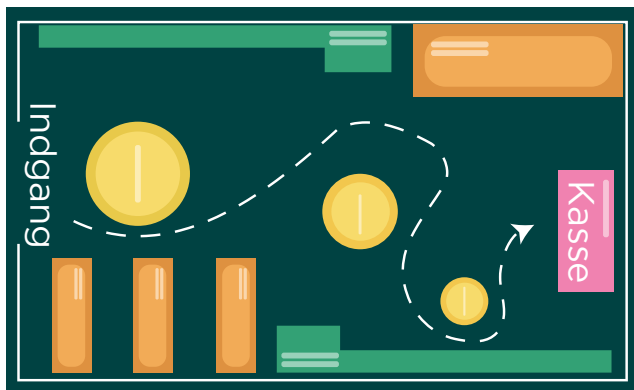
Hvilket design opsætning og opbygning har butikken? Udvælg hvilket design jeres butik skal have:

- Grid design
- Free form
- Racetrack

Fortsætter på næste side



# INDRETNING AF BUTIK



## Free Form

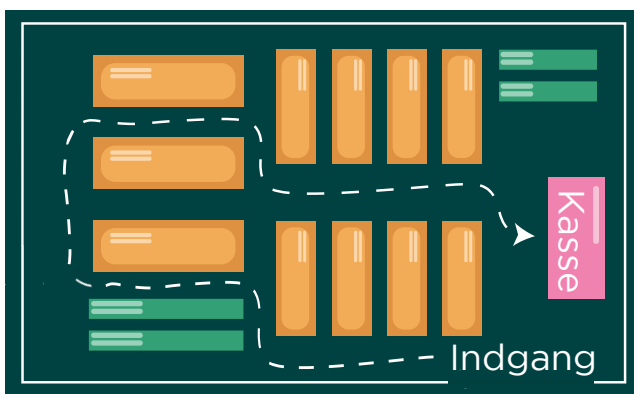
Mange butikker bruger det, der kaldes "Free Form" design. Et Free Form design giver mange muligheder for indretning. **Tøjbutikker, hvor man kan gå og kigge på varerne og drømme, er ofte "Free Form".**

### FORDELE

- Kunden kan gå rundt og blive inspireret.
- Godt til impuls køb
- Du kan lave butikken unik og lækker

### ULEMPER

- Plads til færre varer
- Kræver mere oprydning.
- Kan forvirre kunderne



## Grid design

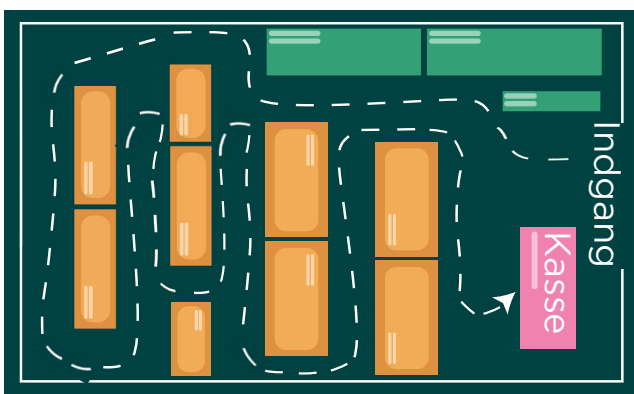
"Grid" design bliver ofte brugt i supermarkeder, hvor varerne bliver udstillet på høje hylder. **Mange supermarkeder har Grid Design.**

### FORDELE

- Effektiv og velkendt for kunderne.
- Plads til mange varer på lidt plads.
- Nem at holde pæn.

### ULEMPER

- Kan virke kold og kedelig.
- Der er ikke plads til lækre opstillinger.
- Kan få kunderne til at skynde sig.



## Racetrack design

"Racetrack" gør det muligt at lave en fast rute gennem butikken, som kunderne bliver nød til at følge. **Søstrene Grene og Normal har fx Racetrack Design**

### FORDELE

- Du kan sikre dig at kunden ser ALLE varer og bliver fristet før udgangen.
- Du styrer kundens rute.

### ULEMPER

- Kunderne bliver ikke længe og kigger.
- Kunder kan blive sure over altid at skulle gennem hele butikken.

6

## DESIGN JERES EGEN BUTIK - LAV ET BUTIKSSPEJL



Vælg og lav jeres eget butiksspejl på arkene: Butiksspejl #1 eller #2.



Blyant



Lineal



Saks



Lærer tygegummi



Farvet papir



# MARKEDSFØRING



## BUDSKAB OG MÅL MED JERES MARKEDSFØRING OG PLAKAT



### Hvad skal være jeres mål og budskab med reklamen?

- Vise priser og gode tilbud
- Vise noget nyt, I har lavet i butikken eller nye varer
- At skabe opmærksomhed og få folk til at kigge
- Få folk til finde vej og komme ind i butikken
- Få folk til at gå online og købe fra jeres butik
- Vise de varer, I altid har i butikken
- Fortælle noget særligt om jeres butik
- Få folk til at omtale butikken på sociale medier

Andet: \_\_\_\_\_

## INSPIRATION TIL MARKEDSFØRING



## TEKST PÅ DEN FYSISKE MARKEDSFØRING



**SLOGAN:**

**CALL TO ACTION:**

**BUTIKKENS NAVN:**

**INFORMATION:**



# DESIGN

## FARVER



Vores to vigtigste farver



## DESIGN JERES FYSISKE MARKEDSFØRINGSPLAKAT



## SKITSE



# HVAD HAR VI LÆRT?

## MARKEDSFØRING/INDRETNING

Hvor meget af det, I har lavet i dag, kunne I forvejen?



Hvor meget af det, I prøvede i dag, bruges som professionel businessuddannet?



## MÅLGRUPPEANALYSE

Hvor meget af det, I har lavet i dag, kunne I forvejen?



Hvor meget af det, I prøvede i dag, bruges som professionel businessuddannet?



## PITCH/FREMLÆGGELSE

Hvor meget af det, I har lavet i dag, kunne I forvejen?



Hvor meget af det, I prøvede i dag, bruges som professionel businessuddannet?





# PITCH/PRÆSENTATION



## 1

### FORTÆL OM JERES CASE. HVAD ER BUTIKKENS PROBLEM?

Giv et kort resume af jeres case, så alle forstår den.

## 2

### FORTÆL OM JERES MÅLGRUPPE

Beskriv jeres målgruppe ud fra jeres målgruppeark, så alle forstår, hvem de er.

## 3

### FORTÆL OM JERES INDRETNING OG BUTIKSPEJL(E)

Vis jeres butiksspejl og fortæl om jeres indretning. Fortæl, hvorfor I har valgt at lave den, som I har gjort:

1. Hvorfor passer den til jeres målgruppe?
2. Hvordan får den målgruppen til at have det i butikken?
3. Hvordan forbedrer den kundernes oplevelse?
4. Hvordan er indretningen med til at løse jeres case?
5. Andet?

## 4

### FORTÆL OM JERES MARKEDSFØRING

Vis jeres markedsføring og fortæl:

1. Hvorfor farverne, billederne og opbygningen passer til jeres butik og målgruppe?
1. Hvorfor jeres tekst på markedsføringen er god og passer til jeres målgruppe?
2. Hvorfor jeres målgruppe vil lægge mærke til markedsføringen?
3. Hvordan markedsføringen er med til at løse jeres case?
4. Andet?

## 5

### FORTÆL OM JERES BUDGET

Vis jeres budget og fortæl, hvordan det er med til at løse jeres budget. Fortæl også, hvorfor I har brugt flere penge nogle steder end andre.