

# INTRODAGE PÅ BUSINESS

NAVNE OG KLASSE

1



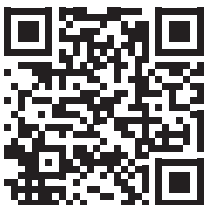
INTRODAG PÅ BUSINESS

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.
- Velovervejnet - sætter sig GRUNDIGT ind i produktet før et køb.

## MEDIEPROFIL

Hvilket socialt medie bruges til inspiration og køb?



# 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 BUTIKKSPEJL(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.