

En tiger i julekonceptet

Hvad har en tiger med et julekoncept at gøre?
Ingenting... Og så alligevel en hel del. Forklaring følger...

Kunsten er - når man arbejder med udvikling af salgskoncepter - at udvikle en langsigtet kreativ platform, der er tilpas generel, så den har appel på mange markeder, så skarp at forbrugeren forstår budskabet og finder det relevant og samtidigt så rummelig og fleksibel, at man løbende kan markedstilpasse og forny konceptet.

Den erfaring har vi i hvert fald gjort ved Bøg Madsen, hvor et af vores koncepter under HOUSE OF FLORA® - nemlig WELCOME™ konceptet, på baggrund af markedets respons har udviklet sig en hel del siden lanceringen for godt et år siden.

Fra starten var den kreative ide bag WELCOME™, at sammensætte et fast og relativt snævert sortiment af spændende pyntegrønt, vinterdekorationer og planter på en salgsklar CC, med fokus på det udendørs indgangsparti op mod jul.

Vores testsalg julen 2008 bekræftede os i at selve grundideen – den kreative platform: CREATE A WARM WELCOME™ WITH THE BEST FROM NATURE – var rigtig set, men viste også, at vi skulle være noget mere fleksible i forhold til sortimentstankegang og distributionsform, end vi havde lagt ud med, da ikke alle udvalgte produkter havde samme appel på de respektive markeder.

Russisk barriere

HOUSE OF FLORA® og herunder specielt WELCOME™ konceptet har til eksempel vakt rigtig pæn interesse på det Russiske



marked. Men flere barrierer blokerede i første omgang for implementeringen.

Langt hovedparten af befolkningen i Rusland bor i lejlighed og er plaget af tyveri, hvorfor pyntning af det udendørs indgangsparti ikke er relevant for den russiske forbruger.

Umiddelbart en ret så væsentlig barriere, idet konceptet netop var født med fokus på det udendørs indgangsparti.

Ved en generel drejning af WELCOME® til – som nu – at byde sæsonen, venner og familie velkommen, har konceptet udviklet sig til at være så rummeligt, at vi på det russiske marked – stadig med den samme kreative platform - kan lægge hovedvæg-

ten på at skabe en varm velkomst indenfor - og fastholde det udendørs fokus på de markeder, hvor det giver det skarpeste udtryk.

Pynter op til nytår

Endvidere har drejningen åbnet op for at udbygge konceptet til andre sæsoner end vintersæsonen. Helt konkret har vi udbygget med et WELCOME™ efterårs sortiment, ligesom vi er på vej med et forårs og sommer sortiment.

I november-december pynter man i Rusland ikke op til jul, hvilket også må siges at være en markant barriere for et julekoncept...

Til gengæld pynter man op til nytår med ting fra den traditionelle vestlige jul som juletræ, røde "julemands" huer, kugler, gaver og gran, (hvilket i første omgang vakte de russiske kunders interesse for WELCOME™ konceptet) lystigt mikset med elementer fra det kinesiske nytår.

Og det er her tigreren(!) kommer ind i billedet... År 2010 er ifølge kinesisk kalender tigrernes år og en tiger er derfor - set i det lys - et naturligt og relevant islæt i et WELCOME™ vinter/jule koncept til Rusland.

Efter internt at have overvundet den mentale barriere det var – i hvert fald for mit eget vedkommende - at forholde sig seriøst til en tiger i relation til "jul", indgår nu blandt andet hvide *Schlumbergera* i





tigerpotte samt *Pinus* pyntet med en tiger stick i bruttosortiment for WELCOME™, hvilket har været med til at skærpe interessen yderligere hos vores russiske kunder.

Lyt til kunden

Som ovenstående case viser, kan barrierer, som virker begrænsende for vores fremdrift, være barrierer, som kunden ikke

ser men mentale barrierer skabt af os selv. Et åbent sind ser muligheder frem for begrænsninger, og det er i mulighederne, vi finder vækstpotentialet

Hos Bøg Madsen ser vi således konceptudvikling som en proces, hvor vejen til succes er mødet til at spille ud med sit bedste bud, lytte til kundernes respons, holde fast ved de positive tilkendegivelser

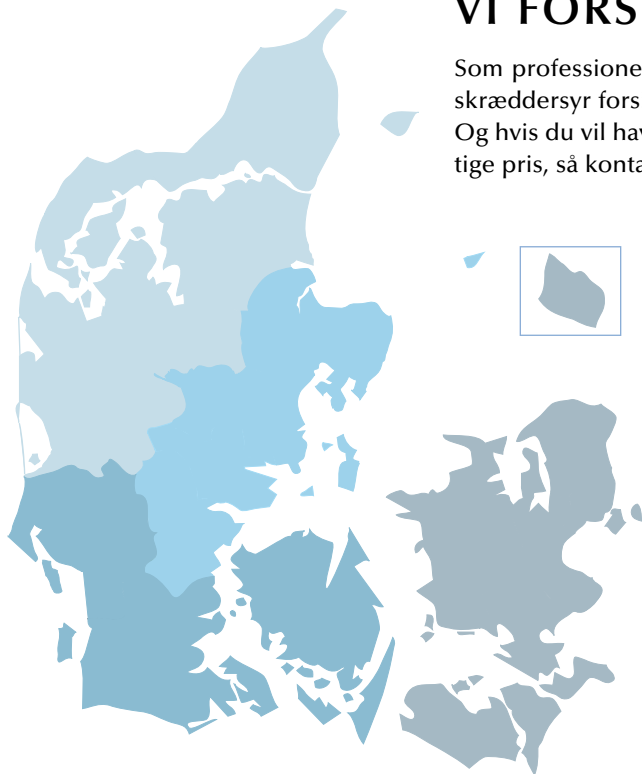
og – på en lønsom måde - justere ind i forhold til det, som kunderne vil ha.

En holdning vi også forventer at finde hos vores samarbejdspartnere i en fælles indsats på at vækste markedet.



VI FORSIKRER OGSÅ GARTNERIER

Som professionel gartner kan du forvente at vores erfarne specialister skræddersyr forsikringsdækningerne, så de passer bedst til dine behov. Og hvis du vil have syn for sagen, når vi siger, at vi også tilbyder den rigtige pris, så kontakt den lokale gartnerispecialist.



HER ER DIN LOKALE GARTNERISPECIALIST

SJÆLLAND



Storkundecheff
ERIK BRING
LARSEN
Mobil 51 16 40 25

JYLLAND ØST



Storkundecheff
MOGENS SNEDKER
Direkte 87 58 19 47
Mobil 20 71 68 98

JYLLAND SYD OG FYN



Storkundecheff
CHARLOTTE BAARUP
Mobil 20 45 69 73
abrcba@almbrand.dk

JYLLAND NORD OG VEST



Storkundecheff
SØREN FLØE
Mobil 20 41 17 12