



КОПИРАЙТ ДЛЯ МАРКЕТИНГ –КИТ 11.11.2013

Заказчик: «Koko-Chai» , приготовление и продажа напитков «health and vitality» в торговых центрах под собственным брендом

Концепция: оазис торгового центра

| № | Структура слайдов | Содержание |
|---|---|---|
| 1 | Обложка. Название компании, логотип. | Koko-Chai Приготовление и продажа напитков для красоты и здоровья |
| 2 | Какие проблемы Вы решаете | Мы позаботимся о ваших покупателях! Цель существования любого торгового центра – чтобы покупатели приходили за покупками чаще, находились дольше и оставляли как можно больше денег. Самое простое решение для завоевания лояльности посетителей Торгового центра – создать на пути покупательских потоков некие «оазисы», где они смогут можно перевести дух, обсудить покупки, определит маршрут, угомонить детей, и.... быстро утолить легкий голод или жажду. Особенно ценно, когда для создания таких «оазисов» не требуется ни копейки, а коммерческая выгода – очевидна. Таким оазисом может стать Koko-Chai. |
| 3 | Чьи проблемы Вы решаете (кто Ваш клиент) | Предлагаем вам выгодное сотрудничество: Размещение в вашем центре торговой точки по приготовлению и продаже безалкогольных напитков под брендом Koko-Chai Что такое Koko-Chai <ol style="list-style-type: none">1. Франшиза компании «Georg Pesck», которая является ведущим производителем в данной отрасли по всему миру (Азия, Европа, Америка) с 1980-х годов.2. Разнообразная рецептура напитков на любой вкус и полезных для здоровья3. Продукция для самой широкой целевой аудитории |

| | | |
|---|---|---|
| 4 | | <p>Как это выглядит:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Отдел площадью от 10 до 20 кв. метров. 2. Фирменная стилистика в дружелюбной цветовой гамме. 3. Более 70 видов горячих, теплых, холодных напитков и напитков со льдом в ассортименте на основе чая, кофе, молока и фруктов. 4. Позиционирование: напитки для здоровья и красоты. 5. Целевая аудитория: от 3 лет, то есть – все посетители торгового центра. |
| 5 | О компании | <p>Как это выглядит:</p> <p><i>Картинка отдела</i></p> |
| 6 | О компании 2 Почему выбирают | <p>Почему Koko-Chai выгодный арендатор?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Покупатели, своевременно утолившие жажду или легкий голод – дольше находятся в торговом центре; 2. Отдел Koko-Chai, размещенный на пути к «товарному магниту», замедляет поток покупателей и может являться самостоятельным источником привлечения покупателей; 3. Отдел Koko-Chai – красиво оформлен, продает полезную продукцию и работает на создание репутации торгового центра любого формата; 4. Отдел Koko-Chai – это торговая точка с продуманной концепцией, популярной продукцией и маркетинговой поддержкой мирового бренда «Georg Pesck». 5. Мы знаем, что нужно покупателям и все время работаем над качеством обслуживания и поставляемых продуктов. 6. Koko-Chai – аккуратный и пунктуальный плательщик. <p>Минимальный объем продаж в ТЦ со средней проходимостью – от 1000 стаканчиков напитков в день.</p> |
| 7 | Услуги | <p>Что предлагает Koko-Chai</p> <ul style="list-style-type: none"> • Черные, зеленые, фруктовые, травяные и молочные чаи в чистом виде и миксах; • Фруктовые, молочные и шоколадные коктейли; • Пуддинги • Кофе различных сочетаниях с молоком, топпингами и другими наполнителями. |
| 8 | Способы обслуживания | <p>Как обслуживаются покупатели:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Напиток употребляется в месте продажи; • Напиток уносится с собой. <p>Способы расчета:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Наличностью; • Электронными деньгами. |

| | | |
|----|-----------------------|--|
| | | |
| 9 | Виды продукции | <p>Чаще всего покупатели выбирают: (картинки со слайда – хиты продаж)</p> <p>Кроме того, в ассортименте:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Холодные чаи видов + картинки ● Горячие чаи видов + картинки ● Напитки на основе кофе..... видов + картинки <p>Коктейли, пуддинги видов + картинки</p> |
| 10 | | <p>Почему покупатели выбирают Koko-Chai</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Демократичные цены. Стоимость 1 стаканчика - от 30 до 120 руб. 2. Большой выбор: 70 видов напитков. 3. Продукция, полезная для здоровья. Дети любят Koko-Chai как лакомство, женщины – как средство для поддержания фигуры; 4. Это вкусно! 5. Привлекательный внешний вид отдела, персонала, напитков и одноразовой посуды 6. Стаканчик с напитком можно взять с собой. |
| 11 | | <p>Маркетинговая поддержка Koko-Chai:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Фирменные ценники 2. Акции, розыгрыши – 1 раз в неделю 3. Листовки на входе в ТЦ 4.что-то ещё <p><i>Картинка с фирменными ценниками, к примеру</i></p> |

| | | |
|----|---------------------------|---|
| 12 | | Наши ориентиры: <ol style="list-style-type: none">1. Высокий уровень обслуживания клиентов;2. Использование при приготовлении напитков только качественных ингредиентов;3. Развитие сетевой торговли на территории РФ4. Построение долгосрочных партнерских отношений с коллегами по бизнесу. |
| 13 | Спец.предложение | Наши пожелания к арендному месту: <ol style="list-style-type: none">1. Минимальный метраж 10 кв. метров2. Доступ к воде, электричеству (ок. 15 кВт), желательно, но обязательно наличие прямой вытяжки3. Размещение как в зоне фудкорта или на пути потока покупателей |
| 14 | Адресные данные компании. | Будем рады сотрудничеству: Руководитель проекта: Нарек Акопян +79647004936 Koko-Chai@mail.ru |