

FableWood

FableWood er en producent af dekor/high-end legetøj i form af 8 forskellige trædyr, som kendetegnes ved at dyrene består af flere dele med indbyggede magneter, så de kan samles efter egen fantasi.

CASE: Analyse af det asiatiske og europæiske marked for dekor/high-end legetøj og udarbejdelse af en digital kommunikationsstrategi for de forskellige (B2C) markeder.

OVERBLIK

Virksomhed	FableWood
Lokation	Kochsgade 31D, 5000 Odense
Kontaktperson	Lars Friis Nielsen

CASEBESKRIVELSE

FableWood er et dansk brand, der laver stilrene trædyr/legetøj, som er kendetegnet ved kreativitet, design og leg. Produktporteføljen består af i alt 8 dyr, som hver består af et sæt magnetiske dele. Hvis man har flere dyr, kan delene kombineres på kryds og tværs, så man kan skabe sit helt eget fabeldyr.

FableWood blev til virkelighed i marts 2018 efter de to designere og stiftere, Rasmus og Kristian, kom i mål med deres Kickstarter-kampagne. Kampagnen var med til at finansiere deres tre første dyr: Papegøjen, gorillaen og krokodillen.

Stor efterspørgsel efter trædyrene affødte endnu en succesfuld kickstarter-kampagne, hvilket fik designerne til at fremstille yderligere fem dyr. I dag består FableWood ud over de to stiftere, Rasmus og Kristian, af en nytilkommen investor Lars Friis Nielsen.

FableWood får produceret deres trædyr i Vietnam. Selvom, eller netop fordi, at produktionen er outsourcet, har de et stort fokus på arbejdsmiljø, sikkerhed for de medarbejdere, som producerer deres produkter, og det miljømæssige aftryk, de sætter under produktionen. Derfor er FableWood med i Eden-Projects, som kæmper for miljømæssig genbeplantning og styrkelse af lokalsamfundet i udsatte områder, henholdsvis i Sydamerika og Asien. For hvert trædyr, der bliver solgt, plantes der fem træer.

FableWood har med deres kickstarter-kampagner fået et godt afsæt, og ønsker nu at sætte sig på salget i Europa og Asien. Da deres produkter placerer sig i begge kategorier, interiør og legetøj, giver det en større udfordring i forhold til, hvordan de skal brande sig.

Derfor går en stor del af opgaven ud på at finde frem til, hvordan FableWood skal positionere sig på disse to markeder, og hvordan den digitale markedsføring samt kommunikation skal tilpasses til målgruppen (slutkunden).

KONKRETE OPGAVER

- 1. Fase: Analyse af markedet i Asien (Kina, Sydkorea, Japan) og Europa (Tyskland)**
FableWood ønsker at få undersøgt mulighederne for at indtræde på de ovenstående markeder.
Analysen kan indeholde følgende:
 - a) Identifikation af målgrupperne (Dekor / High-end legetøj) på de enkelte markeder

- i) Brug de eksisterende kunders motivation for at købe FableWood til at definere segmenterne. (Læs evt. anmeldelser)
- b) Analysér målgruppens købsvaner og behov.
- c) Undersøg, hvordan boligindretning spiller ind i samfundet hos målgruppen
- d) Undersøg målgruppens brug af digitale medier og platforme
- e) Etc.

2. Fase: Anbefaling til fokus

For at FableWood's indtræden på de enkelte markeder kan blive en succes, er det afgørende at de positionerer sig korrekt, i forhold til segmenternes opfattelse af produkterne. Derfor skal I komme med anbefalinger til FableWoods fokus på markederne.

- a) Anbefalingen kan indeholde
 - i) Målgruppens behov
 - ii) Målgruppens brugsmønster
 - iii) Målgruppen rådighedsbeløb
 - iv) Markedstørrelse
 - v) Salgssteder
 - vi) Etc.
- b) Udarbejd en præsentation/kort rapport til ledelsen med opsamlende pointer.

3. Fase: Aktivering af community

FableWood har et ønske om at aktivere det miljø, som virksomheden er en del af. Deres vision om dette er at få skabt et Community, hvor man inviterer kunderne indenfor dørene og den vej igennem skaber en relation til FableWoods brand. Ud over at aktivere kunderne ser de også en mulighed i at vokse sammen med andre brands, igennem co-creation og co-branding.

- a) Udarbejd en række forslag til, hvordan FableWood kan skabe et community.
 - i) Platform: Egen, Instagram, Youtube etc.
 - ii) Content: Hvilket content skal FableWood selv producere?
 - iii) Aktivitet: Skal FableWood lede det eller blot være deltager?
 - iv) Strategi: Hvordan skal man tiltrække folk?
 - v) Co-creation: Skal kunderne være med til at udvikle produkterne?
- b) Udarbejd en række forslag til en strategi for co-branding.
 - i) Hvilke slags virksomheder kunne være aktuelle?
 - ii) Hvilke produkter kunne produceres?
 - iii) Hvilket resultat vil være ideelt?

4. Fase: Digital markedsføring og kommunikationsstrategi (B2C)

FableWood ønsker at opbygge et stærkt brand med en tæt kontakt til deres kunder via sociale medier. Det er her, deres kunder er og her man nemt, hurtigt og billigt kan holde kontakten til kunderne.

- a) Kortlægning og strategi for SoMe-kanaler for markederne.
 - i) Overvej, om strategien kan ramme flere markeder eller de skal differentieres fra hinanden.
- b) Udvikl et årshjul til digital markedsføring på markederne.
- c) Udvikling af konkret SoMe-content til markederne



ØNSKET UDBYTTÉ FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå med:

- ✓ Analyse af afsætningspotentialet på det europæiske og asiatiske marked
- ✓ Positionering og strategi for markedsføring på de forskellige markeder.
- ✓ Udarbejdelse af digital kommunikation, content og årshjul til hvert af markederne

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

Markedsføring og branding, digital kommunikation/video og billeder, SoMe, storytelling, internationalt salg, projektledelse, forretningsudvikling.

TALENTPROFIL

FableWood er en lille, ung og dynamisk virksomhed. Der er højt til loftet og man mærker, at iværksætterånden gennemsyrrer virksomheden. Det arbejde, I ligger i casen, kommer også til at sætte et stort aftryk på FableWoods fremtid. Ud over arbejdet med casen er virksomheden klar på at udnytte alle jeres kompetencer, så der vil være rig mulighed for at bringe jeres styrker i spil.

De søger profiler, som har en samme åbne og nyggerige tilgang i arbejdsopgaverne, som de selv har. Deres arbejdsgange gør, at jeres arbejde vil foregå sideløbende med andre udviklingsprojekter. Det er derfor vigtigt, at I kan arbejde selvstændigt, og ikke venter på at få vist vejen, men finder den undervejs.