

INVITATION TO TENDER

Announced by

Birthesminde Salg ApS
Tempelvej 14
4390 Vipperød
Tel. 24220483
info@birthesminde.dk

Vi ønsker at få lavet en markedsanalyse af, hvordan og hvor Birthesminde kan optimere salget samt en række afsluttende anbefalinger

Om Birthesminde:

Birthesminde er grise med stor smag, gode griseliv, højt til himlen og lavt CO2-aftryk. Vi giver vores bud på en fremtidig kødproduktion som bygger på recirkulering, klimahensyn og dyrevelfærd. Gennem innovation og nytænkning skaber vi et velsmagende alternativ til konventionel storproduktion - på en transparent, ordentlig og ærlig vis.

Vi sælger økologisk, bæredygtigt og virkelig godt svinekødscharcuteri. Vi producerer gamle langsomt voksende racegrise, som er et unikaprodukt på markedet. Vi forarbejder kødet og laver Danmarks bedste charcuteri.

De sidste 10 måneder har vi udviklet eget charcuteri og arbejdet med at forarbejde vores kød. De næste 12 måneder ligger udfordringen i at sælge en større andel forarbejdede kødprodukter til den direkte forbruger gennem vores gårdbutik og onlinebutik.

Vi har tre salgskanaler: Gårdbutikken Birthesminde i Vipperød, online salg: <https://butik.birthesminde.dk/> samt grøntmarkeder i København.

Gårdbutikken:

Vi åbnede vores nye gårdbutik i starten af 2022 med en blød start. Vi har drevet gårdbutikken med tilhørende udendørs cafe siden påske 2022.

Her har vi haft vores første "sommersæson". Der har ikke været meget travl i år, men vi tror på, at der næste år kan blive travlt, hvis vi får fat i sommerhusgæster, turister mm.

Vi har i år lavet den største del af vores detail omsætning i gårdbutikken.

Der er desuden også sæsonsalg i gårdbutikken omkring jul, hvor folk som har forudbestilt varer via onlinebutikken kommer og afhenter, og her gør vi typisk et mersalg.

Også omkring skolernes efterårsferie/vinterferie og påske har vi mange besøgende på gården.

Onlinebutikken:

Onlinebutikken er ikke så aktiv i løbet af året - kun med få salg om ugen. Men i oktober åbner vi op for vores julesalg, som boomer fra oktober til december. Så her er der et stor sæsonsalg på onlinedelen.

Fysisk salg af varer på Grøntmarked i København:

3 gange om måneden tager vi på Grøntmarked og sælger vores varer.

Her er det muligt for kunden at forudbestille sine varer, men få benytte dette.

På en god markedsdag omsætter vi det samme som i butikken.

I dag ser vores salgsfordeling sådan ud:

45% af salget er engros salg (til nogle af landes bedste restauranter)

55% af salget til den private forbruger gennem salg fra gårdbutik og webshop.

I denne analyse ser vi kun på salg til private forbrugere.

Projektbeskrivelse

Vi ønsker at få lavet en markedsanalyse af, hvordan og hvor Birthesminde kan optimere salget samt en række afsluttende anbefalinger:

Analysen løber i flere spor:

1. En kvantitativ analyse på gårdbutikken Birthesminde:

- Det fysiske salg

Gårdbutikken/Birthesminde

- o Hvem besøger Birthesminde? (sommerhusgæsterne – og hvem er ellers målgrupper?) og hvor har de hørt om Birthesminde.
- o Forventninger til kundeoplevelsen/ produkter / udvalg
- o Undersøgelse af produkt-udbuddet
- o Hvorfra kender kunderne Birthesminde?
- o Hvem går Birthesminde glip af?
- o Indblik i sæsoner, åbningstider, spidsbelastninger, døde perioder m.m.
- o Hvilke uudnyttede muligheder er der markedsføringsmæssigt
- o Hvordan fastholder Birthesminde disse kunder/ knytter dem tættere/flytter dem over i online salg?
- Vi forestiller os et spørgeskema med en QR-kode, der scannes i butikken. Vi ønsker at indsamle data fra nu og frem til og med jul, så vi får en god datamængde at arbejde med. Samtidig ønsker vi stepvis rapportering – f.eks. første del leveret ultimo oktober.

2. Vi har Izettle salgsdata i gårdbutikken, og vi ønsker en analyse af disse tal, herunder:

- o Undersøgelse af produkt-udbuddet
- o Hvad er kundemønsteret?
- o Indblik i sæsoner, åbningstider, spidsbelastninger, døde perioder m.m.
- Samt anbefalinger på baggrund af denne analyse. Igen ønske vi en stepvis analyse.

Grønt Marked

3. En kvantitativ analyse på grøntmarkederne (Vesterbro, Østerbro og Refshaleøen).

- o Hvem tiltrækker Birthesminde her?
- o Hvor kommer kunderne fra?
- o Hvad handler de?
- o Hvordan fastholder Birthesminde disse kunder/ knytter dem tættere/flytter dem over i online salg?
- o Undersøgelse af produkt-udbuddet
- Vi forestiller os et spørgeskema med en QR-kode, der scannes ved standen. Vi ønsker at indsamle data fra nu og frem til og med jul, så vi får en god datamængde at arbejde med.

Online-salg

4. Google analytic analyse og shopify.

Beskrivelse af den digitale kunderejse

- o Hvem besøger Birthesmindes webbutik
- o Hvilken adfærd har de på www.birthesminde.dk og på <https://butik.birthesminde.dk> ?
- o Hvordan ser det digitale kort ud for kunderejsen? Hvor kommer kunderne fra?
- o Hvordan ser trafikken ud på tværs af Birthesmindes digitale kanaler Instagram, Facebook, Google, nyhedsbrev, eksterne online kilder m.m.) - hvorfra kommer kunderne til Birthesminde.dk?
- o Undersøgelse af produkt-udbuddet online
- o Hvad er kundemønsteret?
- o Hvem går Birthesminde glip af?
- o Indblik i sæsoner, produkter, fortælling m.m.
- o Hvilke uudnyttede muligheder er der ift. den digitale markedsføring – og hvordan kan vi optimere?
- o Hvordan fastholder Birthesminde de online kunder/ knytter dem tættere/forbinder dem med det fysiske salg

Eventuelt: Hvis der er mulighed for at inkludere en konkurrentanalyse, ønskes:

5. Konkurrentanalyse

- o Hvad findes der af andre gårdbutikker m.m. på Sjælland og hvad kan Birthesminde lære af dem?
- o Hvad findes der af andre online butikker - hvad kan Birthesminde lære af dem?

Anbefalinger

Det er vigtigt at hver analyse munder ud i en række implementer bare anbefalinger til årsplan / kampagnespor og forslag til optimering. Gerne en samlet afrapportering.

Budget: Op til 75.000,-

Tilbuddet skal være udspecificeret i de 4 (5) analysedele

Deadline for submission of tenders:

23-09-2022

Amount limit: 75.000,00 DKK excl. VAT

Submit tender