

Nazwa firmy

Sweet Vibes

Opis firmy

Sprzedaję wypieki, które urozmaicą Twój dzień lub nadadzą słodki klimat Twojemu przyjęciu. Tutaj każdy składnik ma znaczenie, ale to serce jest tym najważniejszym. Inspiruję do tworzenia słodkich dzieł sztuki.

Cukiernia, jak domniemam? Pytanie czy ze sklepem czy pod wysyłki, to mogło zostać jeszcze sprecyzowane dla szerszego kontekstu. Słodka nazwa dla cukierni, doprawdy.



Jestem absolutnie zachwycony tym opisem – nic dodać nic ująć.

1. Natalia, lat 20, Gdańsk, użytkowniczka instagrama z algorytmem skierowanym na content cukierniczy, początkująca cukierniczka bez wykształcenia kierunkowego, szuka inspiracji, porad cukierniczych, potrzebuje motywacji do rozwoju własnego biznesu i znajduje się w sytuacji takiej jak ja kiedyś, przez co łatwiej nawiązać kontakt emocjonalny z takim odbiorcą i okazać zrozumienie jego potrzeb.

I szli całą noc.*

2. Dorota, lat 45, Wrocław, użytkowniczka facebooka, matka szukająca osoby, która wykona tort na 18 urodziny jej syna, nie chce daleko podróżować, chce odebrać tort w granicach swojego miasta, zależy jej na dobrym smaku i wykonaniu tortu w nurcie obecnych trendów wśród młodych, bo sama nie jest w temacie

*To nawiązanie do popularnej powieści „Bramy Raju”, która składa się z zaledwie dwóch zdań. Jedno rozciąga się na 130 stron, a drugie brzmi właśnie „I szli całą noc” – mam nadzieję, że rozumiesz aluzję 😊

Poza tym, nazwy platform społecznościowych piszemy z wielkich liter. Poza tym protopersony bardzo konkretne, wiesz, w kogo celujesz swoje posty i dokładnie o to chodziło.

Existence: Pomysł zrodził się w głowie studentki Politechniki, która uznała, że pisaną jej drogą jest cukiernictwo, a nie jak wcześniej myślała - inżynieria. Bez planu, bez wykształcenia. Wszystko zrodziło się z pasji do wypieków, po czym przerodziła się ona w słodki biznes.

Purpose: Nasza firma oferuje ciasta, torty i inne słodkości na każdą okazję - urodziny, śluby, rocznice, chrzciny. Ponadto, wierzymy, że udostępniany kontent, który inspirował początkujących cukierników i motywuje ich do dalszej pracy oraz spełniania marzeń ale zarazem pokazuje realia tej ścieżki.

Identity: Różowy (dominujący kolor marki, z którym ma się kojarzyć, delikatność, kobiecość?, słodczy), biały (baza, tło, klasyka), złoty (jako akcenty, luksus, nowoczesność?), klimat słodkości, przyjemności, trochę marzycielski ton, lekkość, odrobina codziennej dawki luksusu dostępna dla każdego, słodki rytuał? (nawiązanie do rytuału jako jakiejś marki bardziej premium?). Język mniej formalny ale lekko subtelny, przedstawiający wypieki jako rodzaj sztuki dostępnej dla każdego.

Connection: protopersony z zad2. Głównymi komunikatorami mają być instagram i facebook. Komunikaty marki mają wywoływać poczucie przyjemności, słodkości, możliwości pozwolenia sobie na mały luksus w postaci jakiejś słodkości np ciasta wyglądającego zdecydowanie lepiej niż z pierwszej lepszej kawiarni.

Pomijając uwagę wyżej i drobne problemy z interpunkcją, to chyba najlepsza realizacja modelu EPIC, jaką dzisiaj czytałem. Jest autentyczna, pokazuje realną historię osoby, która stoi za tym biznesem i podkreśla jej misję. Nic dodać, nic ująć. Dobra robota

Connection – może jeszcze dodać coś o eventach IRL? Może cukiernia mogłaby zaopatrywać eventy otwarte? Takie luźne spostrzeżenie – do przemyślenia 😊