## 2.Interviews-Specialbutik

# Hvordan opdager jeres kunder jeres special-butik?

# Er det stamkunder eller kunder som lige er trådt ind af døren?

# Prøv at beskriv den typiske kunde (Livsstil, købekræft, værdier) som træder ind af døren.

# Beksriv den typiske kunde som bestiller over nettet.

# Hvorfor tror du, at jeres kunder vælger netop råstoff?

# ((Hvilke drivkræfter står bagved? Er det prisen, kvalitet,)

# Hvilke egenskaber ved alkoholen tror du tiltaler jeres kunder mest?

# Kan du give mig et indblik i, hvilke begivenheder eller anledninger folk typisk køber dette produkt til?

# Hvordan tilpasser I jeres markedsføring for at nå ud til jeres målgruppe?

# Hvilke egenskaber ved alkoholen tror du tiltaler jeres kunder mest?

## 2.Interviews-Råstoff mandag kl 8:00

Går på multimedie design

I gang med at skulle lave en opgave omkring produktet råstoff hvor vi skal indsamle data omkring målgruppen.

# Hvordan opdager jeres kunder råstoff?(user journey)

# Prøv at beskriv den typiske kunde (Livsstil, købekræft, værdier)

Kan du give mig et indblik i, hvilke begivenheder eller anledninger folk typisk køber dette produkt til?

Er der specifikke geografiske områder eller typer af forretninger, hvor jeres produkt er mest populært?

# Hvorfor tror du, at jeres kunder vælger netop råstoff?((Hvilke drivkræfter står bagved? Er det prisen, kvalitet,)

# Hvordan tilpasser I jeres markedsføring for at nå ud til jeres målgruppe? (Nu kan jeg se at i har valgt at linke til en instagram profil, og pinterest)

# Løbende overvejelser:

Hvor meget skal vi lægge vægt på at det er en millenial generation?

Er g-kompasset nødvendigt?(Det er vel lige meget)

## Kildehenvisning

# Kvalitativ data

* Hanrsreitzel.dk   
  Sidst besøgt: d. 9/11 2023  
  <https://introduktiontilmarkedsfoeringsome.digi.hansreitzel.dk/?id=138#c269>

”Millennials bruger flere platforme og er mere eksperimenterende end ældre generationer, men er mindre loyale over for brands. Grunden til den lave loyalitet kan være den større eksponering af priskampagner og værditilbud, som generationen lokkes med. ”

”Y-generationens købekraft og teknologiske kapacitet er afgørende for flere onlineforhandlere, der nyder godt af dette forbrugssegment.”

Pkmedier.dk  
<https://pkmedier.dk/millennials/>  
” På de sociale medier optræder disse også særligt som dem, der har styr på tingene. Generation Y, millennials, går nemlig især meget op i æstetik, og det er derfor også vigtigt for dem, at tingene ser ordentlige ud. Dette ses også på deres madforbrug, hvor de altid vil vælge en ret, der ser godt ud over et, der ser knap så godt ud.”

# Kvantitativ data

* Blogmindshare.dk   
  Sidst besøgt: d. 9/11 2023  
  <https://blogmindshare.dk/2017/08/30/8504/>   
  A graph of different colored squares

  Description automatically generated with medium confidence