



ASANTE
BAMBOO BIKES

Historia



Misja

- ▶ Celem Asante Bamboo Bikes jest tworzenie bambusowych rowerów w Ghanie i w Polsce. Chcemy również inspirować wyjątkowym designem, promować wykorzystanie materiałów odnawialnych i kreować pozytywną zmianę w Afryce poprzez stypendia edukacyjne.

Analiza makrootoczenia



Aspekty ekonomiczne

- ▶ Wysoki dochód Europejczyków (daje możliwość do kupienia dość drogiego produktu, jakim jest Asante).
- ▶ Rosnąca tendencja PNB w WB, Polski, Szwecji i spadek bezrobocia w tych krajach

Aspekty społeczno-kulturowe

- ▶ **Rośnie mobilność społeczeństwa**
- ▶ **Podniesienie poziomu wykształcenia**

Aspekty technologiczne

- ▶ Brak potrzeby transportu materiału
- ▶ Szybki wzrost rośliny, z której wykonane są ramy
- ▶ Jedno lotnisko międzynarodowe (w Akrze)

Aspekty ekologiczne

- ▶ Niewielka szkodliwość ekologiczna działań produkcyjnych
- ▶ „Podwójnie” ekologiczny produkt
- ▶ Produkt łatwy w utylizacji

Otoczenie bliższe - model 5 sił Portera



Najbardziej znane marki na rynku:

- ▶ Romet
- ▶ Giant
- ▶ Kross
- ▶ Unibike
- ▶ Kellys
- ▶ Merida



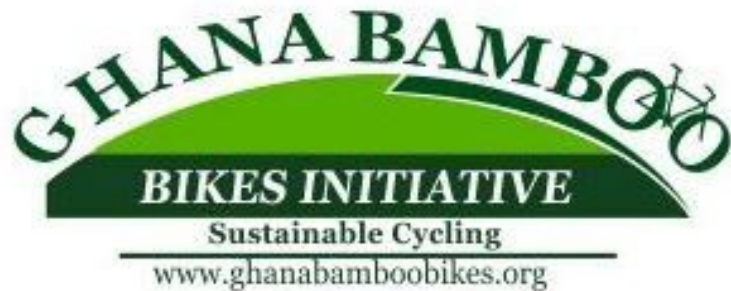
Groźba pojawienia się nowych konkurentów

MAŁA



Ghana Bamboo Bikes

- ▶ Obszar działania: Ghana



Asante Bamboo Bikes

- ▶ Obszar działania: Polska, Wielka Brytania i Szwecja (wkrótce Szwajcaria i Dania)



ASANTE
BAMBOO BIKES

Bliskie substytuty

BRAK



Siła przetargowa dostawców i nabywców

NISKA



Segmentacja rynku

- ▶ Wiek
- ▶ Dochód
- ▶ Wykształcenie
- ▶ Aktywność fizyczna

Wybór segmentu rynku

- ▶ 18-40 lat
- ▶ Osoby o ugruntowanej sytuacji finansowej
- ▶ Osoby o dużej świadomości ekologicznej
- ▶ Osoby aktywne fizycznie
- ▶ „Hipsterzy”

Analiza wewnętrzna

- ▶ Zasoby rzeczowe: wysokiej jakości bambus
- ▶ Zasoby finansowe: African Udział rowerów Fundacja, Międzynarodowa Sieć bambusa i ratanu
- ▶ Zasoby ludzkie: 23 pracownika
- ▶ Własność intelektualna: towarowy znak Asante Bamboo Bikes

Analiza SWOT

► Mocne strony

- połączenie zysku finansowego z zyskiem społecznym
- oryginalność
- ręczne wykonanie

► Słabe strony

- długi czas oczekiwania na produkt
- stosunkowo wysoka cena

Analiza SWOT

► Szanse

- zwiększająca się świadomość ekologiczna społeczeństwa

► Zagrożenia

- polityka cenowa konkurencji

Cele

- ▶ Wejście na rynek szwajcarski i duński, a w dalszej przyszłości działalność we wszystkich krajach Europy Zachodniej i Stanach Zjednoczonych
- ▶ Stworzenie elektroniki dla rowerów

Pozycjonowanie

- ▶ Produkt drogi
- ▶ Produkt dobrej jakości
- ▶ Produkt ekologiczny
- ▶ „Coś więcej niż rower”

Zakres korzyści dla klienta

- ▶ Wygodny, wytrzymały i niezawodny środek transportu
- ▶ Satysfakcja z korzystania produktu „podwójnie” przyjaznego dla środowiska
- ▶ Poczucie posiadania oryginalnego, spersonalizowanego produktu
- ▶ Radość z wspierania rozwoju edukacji na Czarnym Kontynencie

Asortyment



Asortyment - szerokość



Linia City



Linia Classic

Asortyment - długość i głębokość



Asortyment - spójność



Opakowanie



Marka



ASANTE
BAMBOO BIKES

Dystrybucja

- ▶ Strona internetowa

Cena



Promocja



Promocja cele

- ▶ Zwiększenie sprzedaży rowerów Asante w okresie maj-sierpień o 25% w stosunku do zeszłego roku
- ▶ Zwiększenie wspomaganej świadomości konsumenta wśród uczestników rowerowych mas krytycznych do 25%

Promocja - adresaci działań

- ▶ Uczestnicy rowerowych mas krytycznych
- ▶ Osoby startujące w amatorskich wyścigach kolarskich, duathlonach i triathlonach
- ▶ Miłośnicy zdrowego trybu życia i ekolodzy
- ▶ Artyści i zwolennicy nowoczesnego designu

Promocja - narzędzia

- ▶ Uczestnictwo rowerów Asante w wydarzeniach dla miłośników jednośladów
- ▶ Wystawienie kilku uczestników amatorskich wyścigów kolarskich na rowerach Asante
- ▶ Stoiska firmowe na targach żywności ekologicznej i zdrowego trybu życia
- ▶ Stoiska firmowe na targach designu

Promocja handlowa

- ▶ Konkurs na zaprojektowanie nowego modelu roweru firmy Asante z linii City