

WOODNOTES

PORTFOLIO

SOFIE SKOV

SOFIE AMELIE LAURSEN

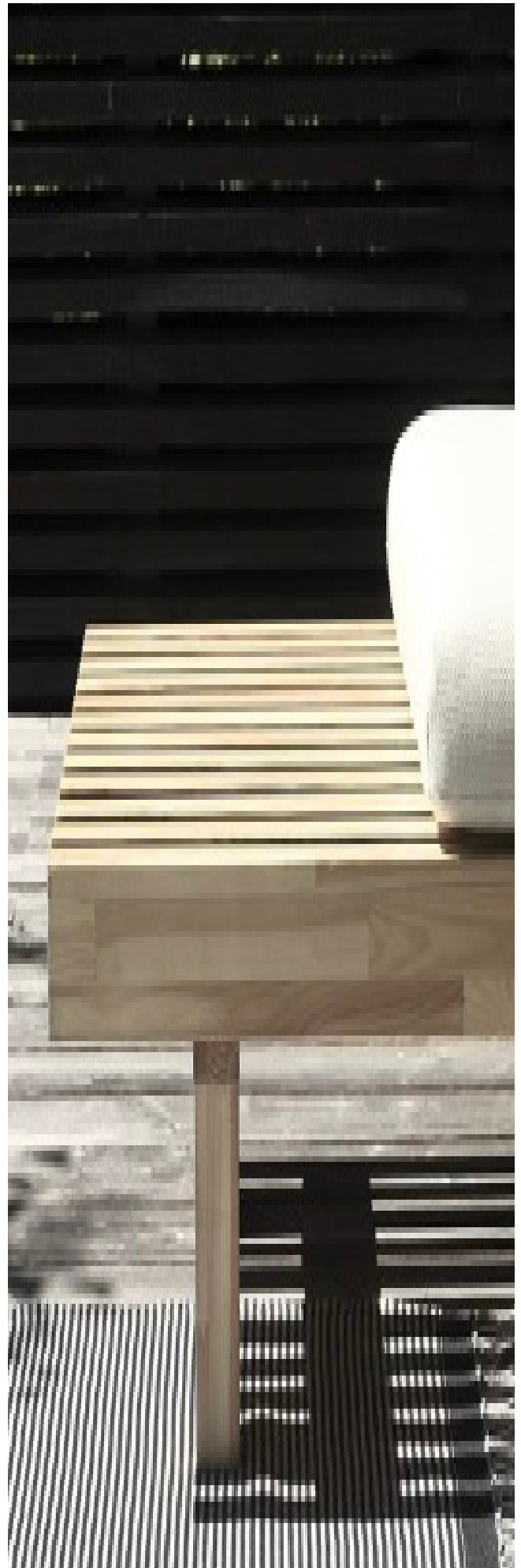
ANNA-CLARA SCHMIDT

EMILIE JOSEFINE KVIST

DOMINIC BENTALEHA

INDHOLD

1. PROJEKTFORMÅL
2. DESIGN DNA
3. BRAND THINKING CANVAS
4. GENERELT
5. IDEUDVIKLING AF MESSESTAND
6. IDEUDVKLING AF PRODUKT
7. KALKULTIONER
8. PERSONAS
9. MARKETING MIX / DE 4'ER
10. VALUE PROPOSITION
11. KILDELISTE





PROJEKTMÅL

Hovedmålet med vores nye produkt er at udvide Woodnotes' målgruppe til at ramme et større kundesegment vha. Et andet prisparameter, hvor flere vil kunne være med. Woodnotes ligger i en høj prisklasse, hvilket gør at den almene forbruger ikke nødvendigvis kan være med. Ved at skabe et mere prisvenligt produkt vil man kunne nå ud til og tiltale et større kundesegment.

DESIGN DNA



FORM



Produkternes form er inspireret af nordisk designtradition og kendetegnes ved rene, skarpe linjer og geometriske former. Der lægges vægt på tidløshed og enkelhed, som er gennemgående i hele Woodnotes' designfilosofi.

FUNKTION



Woodnotes' produkter kombinerer æstetik og funktionalitet med fokus på nordisk minimalisme og praktiske anvendelsesmuligheder. Sortimentet spænder fra større interiørprodukter som møbler, opbevaringsløsninger og siddepladser til mindre dekorative genstande som vaser og keramik. Produkterne er designet til at være fleksible, brugervenlige og praktiske, hvilket understreger deres dobbelte formål som både æstetiske og funktionelle elementer i hjemmet.

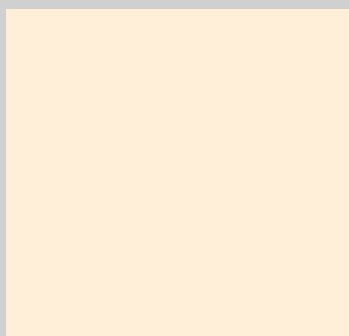
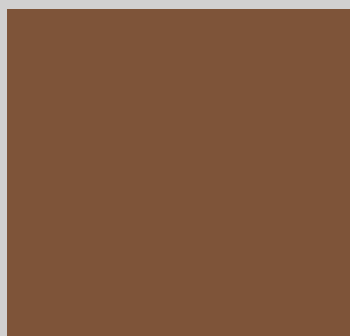
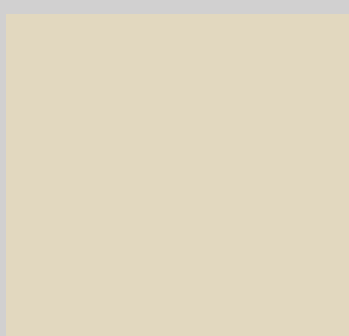
MATERIALER



Materialerne, der anvendes, er hovedsageligt naturmaterialer såsom papirgarn, som både reducerer affald og genbruges i produktionen. Derudover anvendes træ, metal og stof, der understøtter den bæredygtige tilgang.

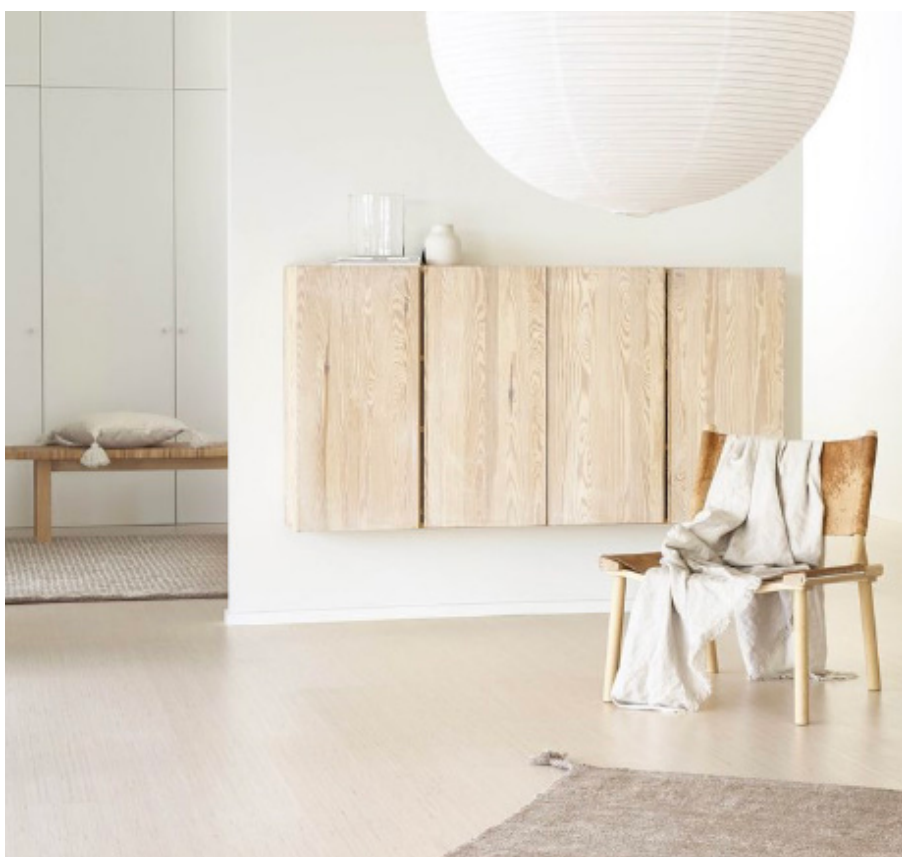
FARVER

Farvepaletten, som Woodnotes bruger, er primært jordnær og naturtro med nuancer af beige, grå, brun, sort og hvid, hvilket harmonerer med den nordiske æstetik.



KONSTRUKTION

Konstruktionen prioriterer stabilitet, holdbarhed og simpel montering, alt sammen med fokus på finsk håndværk.



DEKORATION

Dekorationen er minimal og integreret i designet for at sikre fokus på enkelthed og funktionalitet.

KOLLEKTIONER

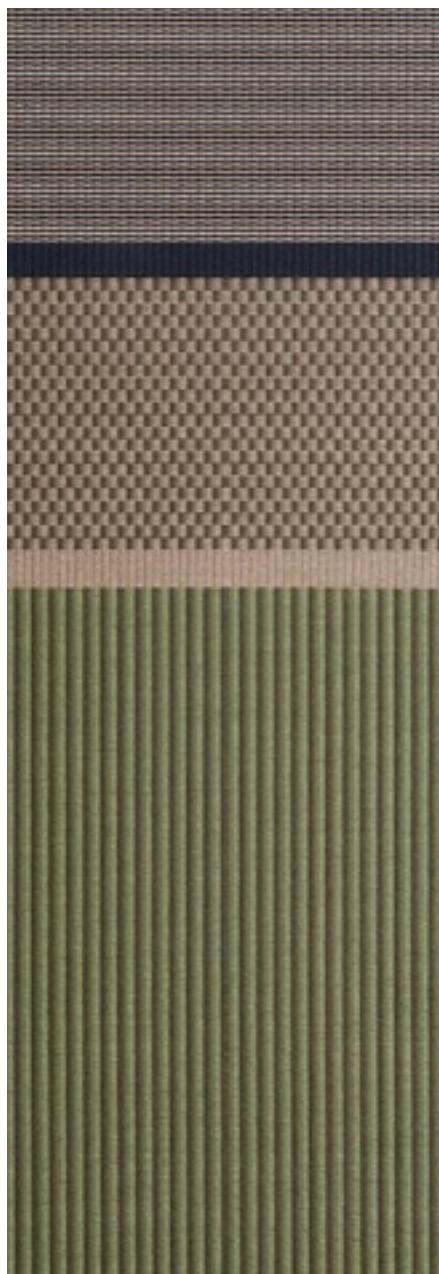
Sand Collection som er inspireret af naturlige landskaber og med fokus på mønstre og farver.
My Lounge som er deres modulære loungemøbler, som er en kombination af komfort og minimalisme.
Paper Yarn Rugs som er deres signatur kollektion, som indeholder deres kendte tæpper, som er vævet af papirgarn i forskellige mønstre og farver.

Nedenfor vises kollektionen af tæpper fra sæsonerne 2022, 2023 og 2024.

KOLLEKTION 2022



KOLLEKTION 2023



KOLLEKTION 2024

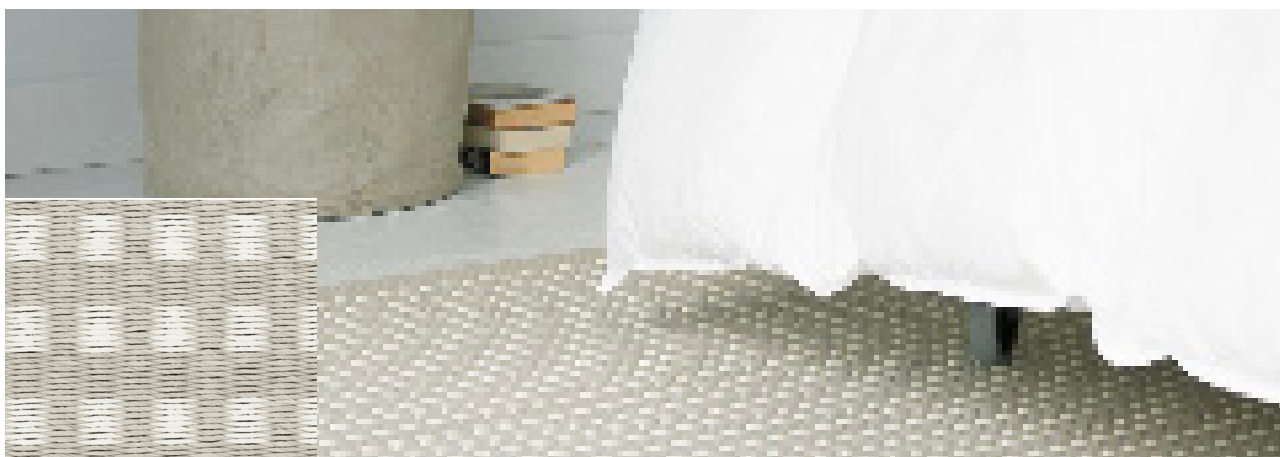


FORARBEJDNING



Forarbejdningsprocessen inkluderer strenge kvalitetskontroller, hvor papirgarnet spindes og væves, og alle materialer er certificerede for at opretholde høj standard.

KVALITET



Kvaliteten er kompromisløs med slidstærke materialer, certificerede råvarer og et solidt håndværksmæssigt fundament. Woodnotes forener traditionelt finsk håndværk med moderne, bæredygtige løsninger, hvilket resulterer i produkter, der både er tidløse og funktionelle.

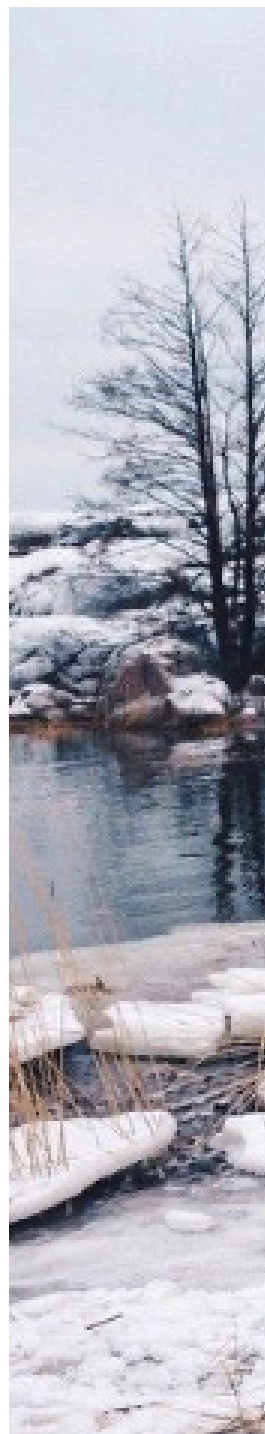
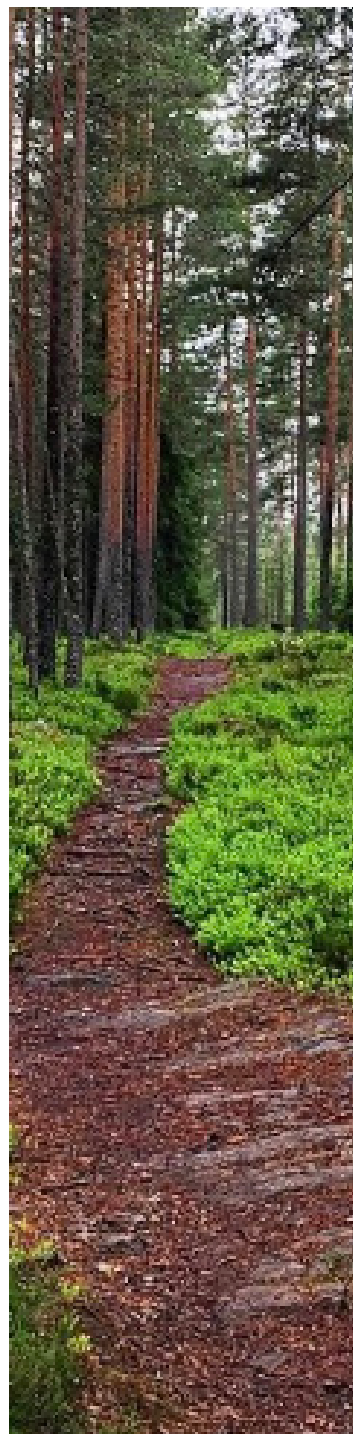
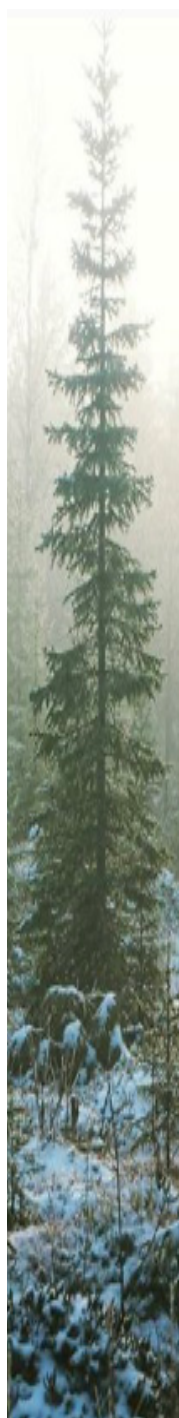
BUDSKAB



Woodnotes' produkter udstråler et symbolsk og mentalt budskab om funktionalitet og kvalitet, inspireret af den finske natur. Designet skaber en dyb forbindelse mellem natur og æstetik, hvor hver genstand bliver en forlængelse af naturens egne kvaliteter. Denne tilgang er rodfæstet i den finske kultur og afspejler en respekt for miljøet og de ressourcer, det tilbyder.

INSPIRATION

FINSK NATUR



ORGANISATION

Som organisation præsenterer Woodnotes sig som en samlet enhed i samarbejde med forskellige designere. Virksomheden er globalt anerkendt og eksporterer 70% af sin produktion til mere end 40 lande, hvilket vidner om deres internationale rækkevidde og kvalitet.



DET FUNKTIONELLE

Produkterne har både en funktionel og emotionel værdi for brugerne. Funktionelt tjener de som løsninger til afslapning, opbevaring og hverdagens praktiske behov. Med brug af naturlige, genanvendelige materialer som papirgarn fremmer produkterne bæredygtighed og inspirerer til ansvarlig forbrugeradfærd.



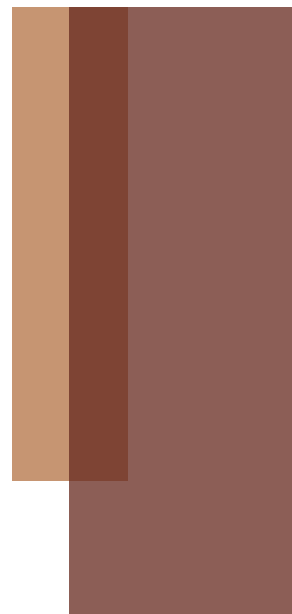
DET EMOTIONELLE

Emotionelt skaber Woodnotes en følelse af ansvarlighed og støtter brugernes ønske om at blive set som miljøbevidste. Designet bidrager dermed ikke kun til hjemmets æstetik, men også til forbrugerens værdier og identitet.



BRAND THINKING CANVAS





BRAND ESSENCE

“

*Woodnotes er
en harmonisk
sammenkobling
af naturinspir-
eret kreativitet,
bæredygtige
materialer og et
tidløst design*

“





The spirit of sustainable Finnish design
simplicity, harmony and functionality

VISION

Woodnotes' vision er at skabe tidløst, bæredygtigt design, der forener skandinavisk æstetik med funktionalitet. Med fokus på naturlige materialer og miljøvenlig produktion fremhæver de kvalitet og respekt for naturen.

MISSION

deres mission er at skabe designprodukter der både harmonerer med naturen og kombinerer skandinavisk minimalisme og funktionalitet. Virksomheden udnytter særlig papirgarn, for at sætte deres bæredygtigt aftryk i verdenen og i branchen. De har en dyb respekt for naturens materialer og kombinerer dette med teknologi for at skabe unikke og bæredygtige produkter.



VALUES

Woodnotes forener tidløst design med stolte finske rødder og en klar bæredygtig vision. Brandet anvender nøje udvalgte materialer som papirgarn for at skabe holdbare og miljøvenlige produkter. Den lokale produktion understøtter deres mission om ansvarlig fremstilling og høj kvalitet. Gennem innovation og en konstant udvikling kombinerer Woodnotes traditionelle materialer med moderne teknologi, hvilket resulterer i unikke og funktionelle designløsninger.

BRAND PROMISES

Woodnotes er et brand, der kombinerer bæredygtighed og miljøvenlighed med en tidløs æstetik og høj kvalitet. Deres fokus på innovation og funktionalitet går hånd i hånd med en dyb respekt for traditionelt håndværk og ekspertise. Produkterne fremstilles lokalt under etiske forhold, hvilket sikrer både en ansvarlig produktion og en unik finish, der holder i mange år.

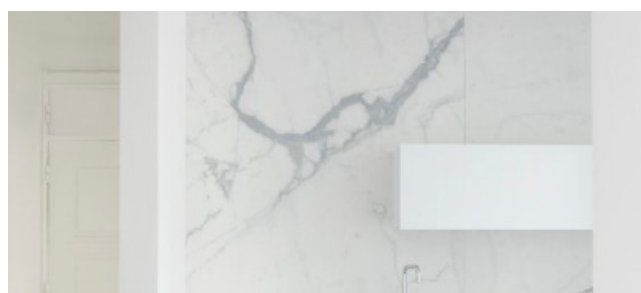
VISUAL IDENTITY

Logoet er stilrent og elegant, skabt med skrifttypen "Canela Text", der perfekt afspejler brandets fokus på enkelhed og kvalitet.

Woodnotes er kendetegnet ved et minimalistisk design, der kombinerer en neutral farvepalette med en legende brug af colorblocking og geometriske former.

Farvepaletten er foretrækkende jordfarver og subtile, neutrale nuancer, der understreger deres enkle og harmoniske æstetik.

Brandets typografi er lige så enkel og tidløs som deres designs, hvilket understøtter den minimalistiske tilgang.



TEKNOLOGI

Woodnotes anvender avanceret teknologi i kombination med traditionelle håndværksteknikker for at skabe deres produkter. En central del af deres produktion er udviklingen og brugen af papirgarn, som er både slidstærkt og miljøvenligt. Produktionen involverer præcisionsmaskiner til vævning og fremstilling af tæpper og tekstiler, hvilket sikrer en høj grad af ensartethed og kvalitet.

Desuden eksperimenterer Woodnotes med innovative kombinationer af materialer og moderne fremstillingsmetoder, som eksempelvis laserskæring og specialudviklede væveteknikker, der gør det muligt at skabe geometriske mønstre og unikke teksturer. Denne teknologiske tilgang bidrager til at opretholde deres bæredygtige og æstetiske vision.

PRODUCTS & SERVICES

Woodnotes tilbyder et bredt udvalg af produkter, der forener funktionalitet, æstetik og bæredygtighed. Sortimentet omfatter håndlavede og maskinvævede tæpper, fremstillet primært af papirgarn, hvilket giver dem en unik tekstur og holdbarhed. Derudover tilbyder de møbler som taburetter, stole, borde, senge og sækkestole, alle designet med fokus på minimalistisk elegance og høj kvalitet.

Woodnotes' sortiment inkluderer også gardiner og skærme, herunder persiennner og paneler, der skaber en harmonisk atmosfære i ethvert rum. Tilbehør som puder, strandtasker, strik og kurve fuldender deres kollektion og tilfører et stilfuldt og funktionelt præg.

For at sikre, at produkterne holder i mange år, tilbyder Woodnotes en vedligeholdelsesservice med rådgivning og vejledning i korrekt pleje, så kunderne kan forlænge produkternes levetid og bevare deres smukke udtryk.

PLACES & EVENTS

Woodnotes har et showroom der hedder “Buehøjgård Showroom” i København, hvilket har en stærk central placering i en hovedstad, hvor design vægtes højt. De deltager i samtlige designevents, blandt andet “3daysofdesign”, for at holde sig synlig på markedet. Her får designere/brands muligheden for at præsentere deres kollektion til et bredt spektrum af fagfolk.



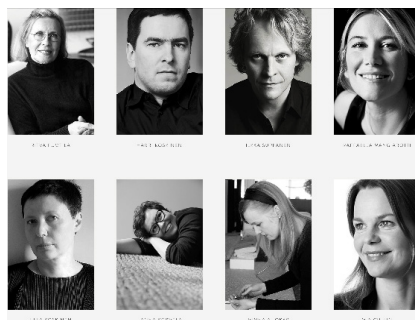
PEOPLE

Woodnote er grundlagt af Ritva Poutila og sønne Mikko Poutila. Deres team er lavet af en bred vifte af designere som de har et stærkt samarbejde med. Hver designer bringer forskellige specialer og fokus til designprocessen. Fælles skaber de sammenhængende produkter, der reflekterer Woodnotes kerne af finsk design.



TALENT

De samarbejder med to partnerfirmaer og har også deres eget værksted som er placeret i Finland. Produktionen har høj ekspertise inde for papirgarn og andre naturlige materialer.



BEHAVIOR

De prioriterer bæredygtighed, innovation, kvalitet og stærk kundeorientering. Dette skyldes blandt andet af de tilbyder skræddersyet produkter efter behov.



PARTNERSHIPS & COLLABORATIONS

I 2020 blev der lavet en sammenlægning mellem firmaerne Woodnotes og Nikari, dog fortsætter de som separate virksomheder, men med en fælles CEO, Johanna Vourio. Samarbejdet styrker organisationen og driften gennem øget synergi mellem de to brands.

Denne sammenlægning muliggør vidensdeling og optimering af ressourcer, hvilket skaber en mere effektiv forretningsstruktur. Trods den organisatoriske integration bevarer begge brands deres unikke identitet og designfilosofi.

COMMUNICATIONS & CHANNELS

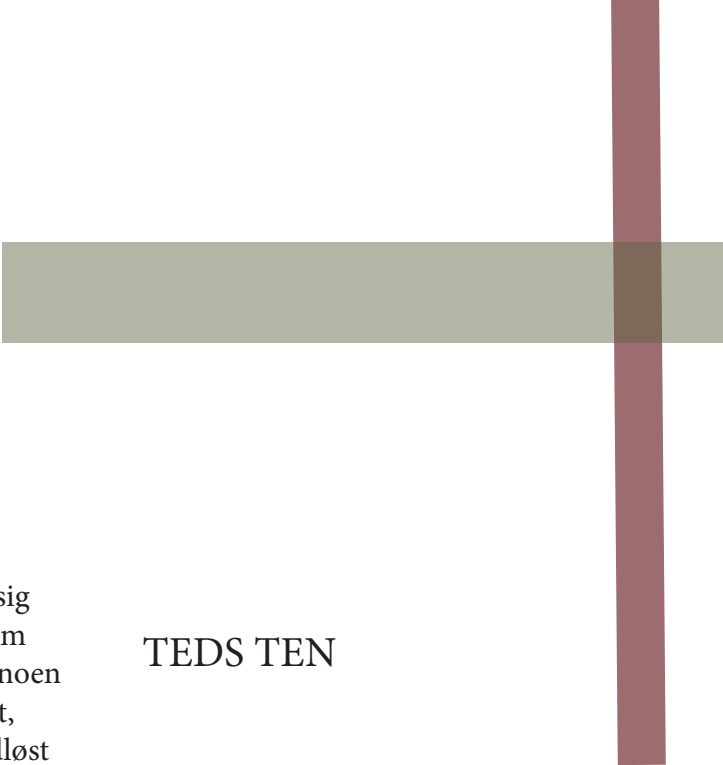
Woodnotes bruger deres hjemmeside som primær platform til at formidle brandets identitet, historie og kollektioner. Sociale medier som Instagram, Pinterest og Facebook holder kunderne opdateret med lanceringer og nyheder.

For at styrke deres synlighed samarbejder Woodnotes med PR-agenturet "Samira Kudsk PR", specialiseret i livsstil og design. Dette sikrer bred mediedækning og øger brandets relevans.

Samlet set kombinerer Woodnotes digitale kanaler og PR for en effektiv kommunikationsstrategi, der fastholder kundernes interesse.

GENERELT





BÆREDYGTIGHED

Den bæredygtige vinkel på produktet lægger sig op ad flere punkter i Teds Ten. Her tales der om punkt 2 vedrørende cirkularitet. Her vil kimonoen bibeholdes i værdikæden så længe som muligt, bl.a. vha. Anvendelse af restmateriale og et tidløst design. Det tidløse design vil endvidere nedsænke behovet for forbrug, da designet ikke er baseret på trends og kan forblive aktuel i længere tid. Afslutningsvis vil punkt 3) komme ind over produktionen, da der ikke vil anvendes kemikalier til farvning, og i stedet udelukkende naturlige farvestoffer.

TEDS TEN

2

Design for cyclability - Sørge for at produktet forbliver i værdikæden så længe som muligt, materialet er rent og ikke et blandingsprodukt og kan nemt genbruges

3

Design to reduce chemical impacts - Kun anvende naturlige midler til at farve stoffet med

8

Design to reduce the need to consume - Udføre et tidsløst design som ikke er baseret på trends

MÅLGRUPPE

Woodnotes forhandler primært til B2B kunder, hvori de sælger til high-end retailers, som så sælger det videre direkte til privatkunden. Ydermere man man sige at deres forhandlere er nichevirksomhed indenfor Nordisk design, som ligger i premiumsegmentet, og deres købere af meget designbevidste kunder.

Hvis at producere vores nye produkt, vil hovedformålet også være at ramme en ny og bredere målgruppe. Dette vil middel- og overklasse med designbevidsthed og et ønske om kvalitet og bæredygtig ansvarlighed.

Brandet differentierer sig igennem materiale innovation med papirgarn, stærk kombination af æstetik og funktionalitet, samt deres samarbejde med førende designer indenfor udvalgte produkter





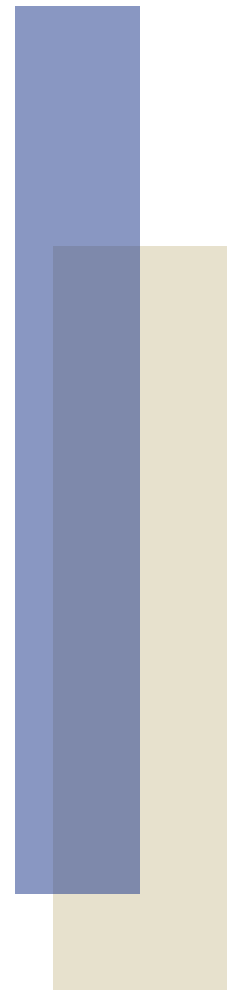
KONKURRENTER

Woodnotes nuværende konkurrenter er andre nordiske premiumbrands, såsom Artek, Muuto og Fritz Hansen, som alle rør sig indenfor det samme prissegment. Tager man derimod udgangspunkt i det nye produktsortiment med beklædning, vil nye konkurrenter være brands som HAY og Frama, der også tilbyder tøj udover deres andre interiørprodukter i et prissegment, som er mere relaterende til den nye målgruppe, som vi forsøger at ramme.



DISTRIBUTION- OG SALGSKANALER

Woodnotes sælger på nuværende tidspunkt kun til B2B-kunder, som så videresælger til privatkunder. Hvis de skulle ind kooperere vores nye produkt i deres sortiment, så ville det være oplagt at åbne op for direkte B2C salg gennem deres webshop. Dette ville dog kræve større lagerbeholdning og logistiske tiltag.



IDEUDVIKLING

Messestand



MOODBOARD

MESSESTAND



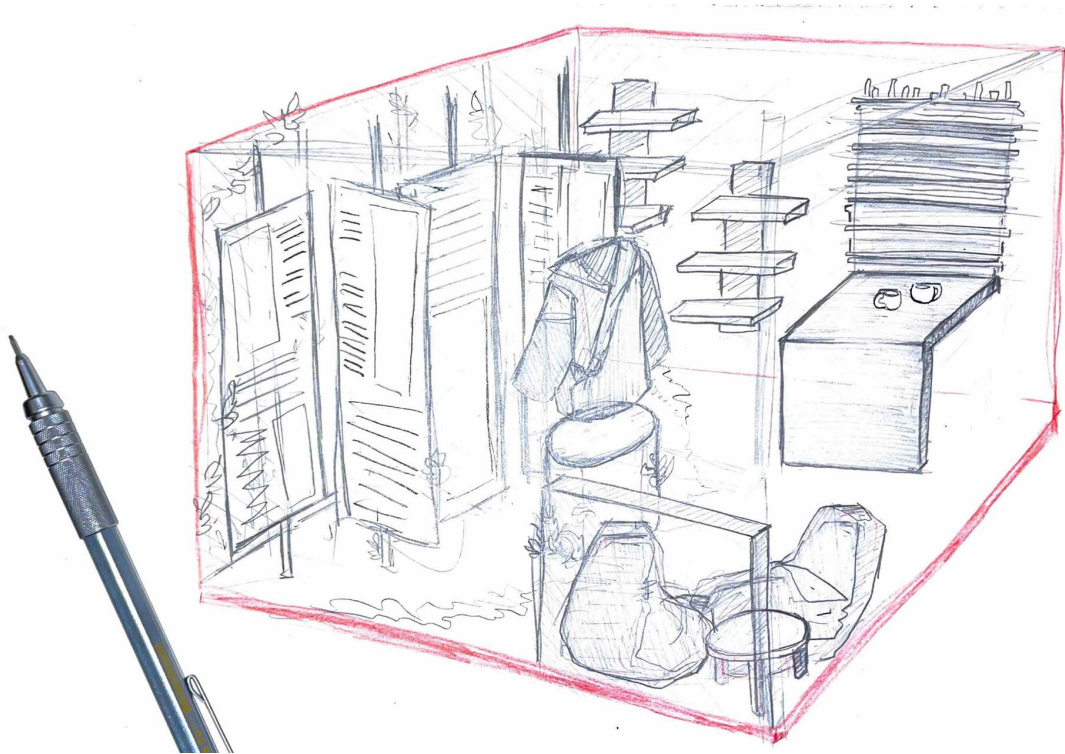
TANKER BAG MESSESTAND

For at skabe en messestand, der afspejler Woodnotes' design-DNA og atmosfære, fokuserer vi på et stilrent og harmonisk miljø. Standen vil være præget af neutrale farver med en kombination af lyse og mørke nuancer, der skaber kontraster og understøtter brandets visuelle identitet.

Woodnotes arbejder aktivt med colorblocking i deres tæpper, og vi ønsker at integrere dette element i messestandens design for at skabe en visuel sammenhæng. Derudover er træ et gennemgående materiale i deres kollektioner, hvilket vi vil fremhæve ved at bruge træelementer i både lyse og mørke nuancer.

Brandet henter stor inspiration fra naturen, og derfor vil vi inddrage naturlige elementer såsom træ og mos for at skabe en organisk og sanselig oplevelse. På denne måde sikrer vi, at messestanden ikke blot præsenterer Woodnotes' produkter, men også formidler den æstetik og de værdier, som brandet står for.

SKITSETEGNING AF MESSESTAND



01



02



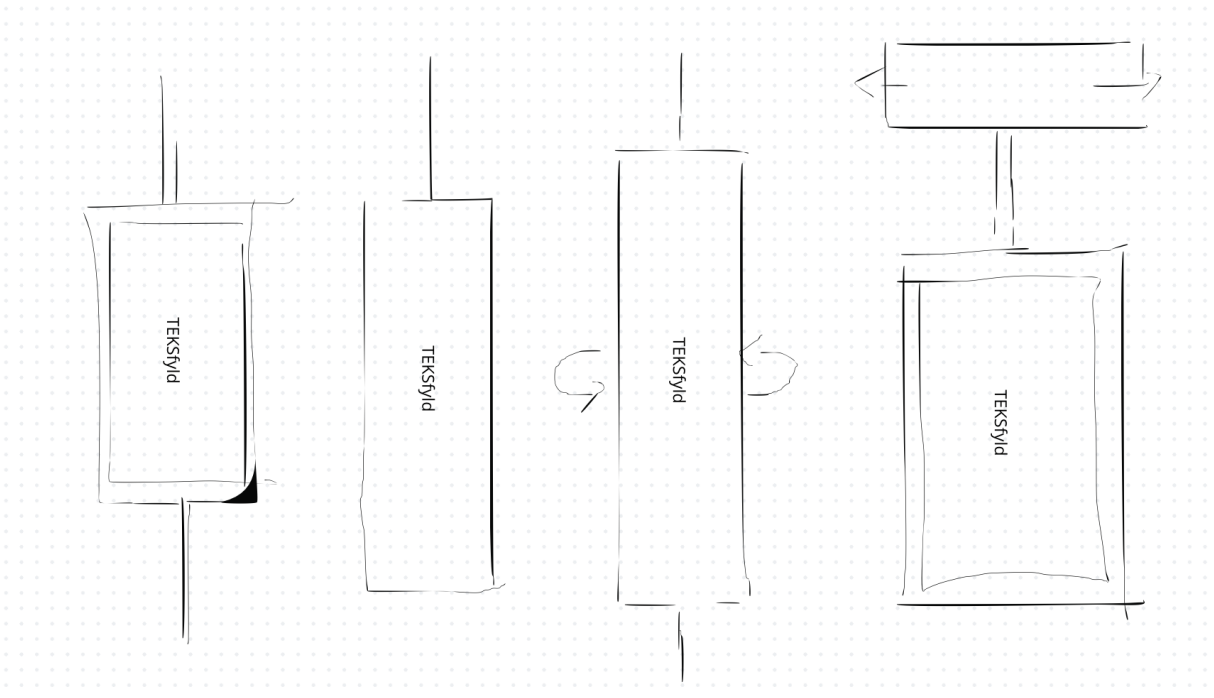
04



03



SKITSETEGNING AF SKILTE



ENDELIGE SKILTE

ABOUT WOODNOTES

Woodnotes is a Finnish design company founded in 1987 by textile designer Ritva Puotila and her son Mikko Puotila. The company is still owned by its founders.

The original concept of Woodnotes' products was to combine the artistic creativity inspired by Finland's rugged nature with valuable craftsmanship and advanced technologies, utilizing basic Finnish raw materials, wood and paper. Woodnotes is the first company in the world to use paper yarn in a contemporary way in functional textiles. Ritva Puotila wanted to use paper yarn because of its properties - to make the most of its unique characteristics, not as a substitute for other materials.



NEW LAUNCHING

The Woodnotes collection, which has expanded over the years from carpets made from paper yarn to a comprehensive concept, is augmented every year with new, relevant, and innovative products.

Now we are expanding beyond interiors, Woodnote is launching its first-ever clothing line, with a kimono as the debut piece, inspired by Finland's rich design heritage and the harmony between nature and everyday life, the Woodnote kimono blends organic materials with minimalist aesthetics. Just as their furniture celebrates natural beauty, this garment embodies effortless elegance and versatility.

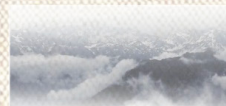


PRODUCTION

The production and technological know-how of two partner companies and our own workshop stand behind Woodnotes quality: mastery of spun paper yarn, expertise in weaving and sewing, and manufacturing of a unique collection of products through customized industrial production. Thanks to this expertise, it is possible to create products with unique aesthetic properties, allowing us to realize the artistic vision of our company.



PRODUCTION



By combining the development of raw materials with that of weaving technologies, it is possible to expand our product catalogue and bring new, innovative products to market.

The natural beauty of spun paper yarn is refined to produce timeless products of a rare aesthetic quality. The characters of pure natural materials are expressed in clean, long lasting geometrical figures. All Woodnotes products reflect strongly the spirit of Finnish design: simplicity, harmony and functionality.

The everyday beauty of Woodnotes products is the key to counterbalancing the massive information flow of the modern world.

AMBITION FOR PRODUKT

For at udvide Woodnotes' målgruppe og samtidig understøtte det eksisterende produktsortiment introducerer vi en alsidig kimono. Dette produkt er designet til at være en mere tilgængelig og prisvenlig mulighed for kunderne, uden at gå på kompromis med brandets æstetik og værdier.

Kimonoen er en del af vores loungewear-sortiment, men dens enkle og tidløse design gør, at den også kan integreres i hverdagsgarderoben. Den har en boxy pasform, hvilket sikrer en behagelig og fleksibel pasform for mange kropstyper, og den er designet som et genderfree produkt for at imødekomme en bredere kundegruppe.

For at understøtte Woodnotes' fokus på bæredygtighed er kimonoen produceret i naturfarvede materialer, hvilket gør den mere skånsom for miljøet. Den enkle silhuet og det minimalistiske design passer perfekt ind i Woodnotes' DNA, og produktet tilbyder en elegant, funktionel og tidløs tilføjelse til både loungewear og hverdagsmode.

MOODBOARD PRODUKT



SKITSETEGNINGER AF KOLLEKTION

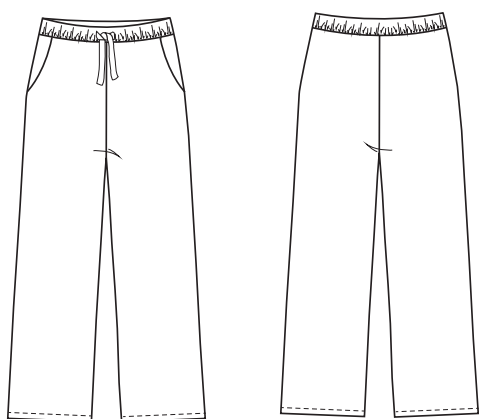


Vores nye loungewear-kollektion er skabt med en tydelig tråd til Woodnotes' designarv og brandets unikke DNA. Bestående af fem udvalgte produkter, der kan mikses og matches, tilbyder kollektionen alsidighed og fleksibilitet.

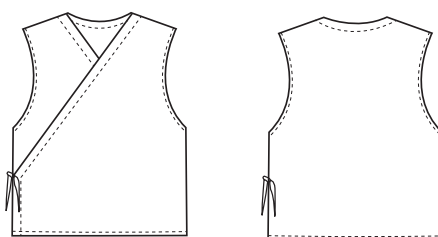
Selvom kollektionen primært er designet som loungewear, har vi også tænkt på, hvordan hvert stykke tøj kan integreres i hverdagsgarderoben. Dette giver kollektionen ekstra værdi, da produkterne både kan bruges til afslapning og som en stilfuld del af hverdagslooket.

Designet afspejler Woodnotes' kerneværdier: naturlige materialer, bæredygtighed og minimalistisk æstetik. Resultatet er en tidløs og funktionel kollektion, der kombinerer komfort og elegance på en ansvarlig måde.

BUKSER



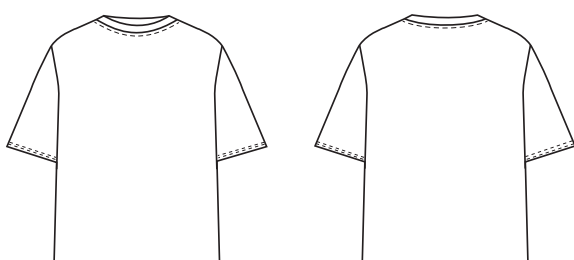
VEST



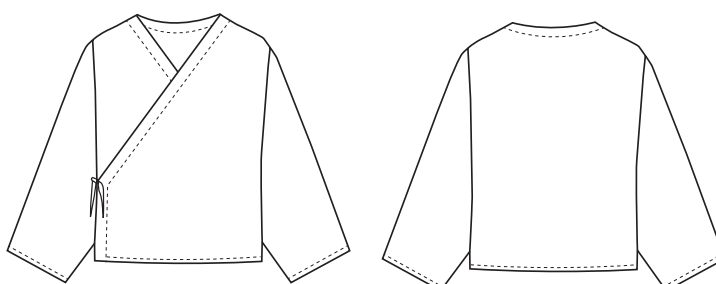
SLIPPERS



T-SHIRT



KIMONO



TUULI KIMONO

FOR



BAG



KALKULATIONER

Der er blevet anvendt en almindelig prissætningsformel til at beregne en detailpris for en kimono fra et high-end mærke som Woodnotes, hvor en standard mark-up vil bruges for at åbne brandets kundesegment. Denne formel inkluderer materialeomkostninger og arbejdskraft.

Materialeomkostningerne for en sådan kimono kan f.eks. se således ud:

Materialer	Type	Farve	Stk. pris/m	Forbrug	Pris
Stof	100% bomuld	Dusty black	97kr	2,5m	242,5kr
Tråd	Papirgarn	Dusty black	0,012kr	104	1,2kr
Brand label	Bionedbrydeligt		5kr	1	5kr
Size tag	Polyester		0,10kr	1	0,1kr
Care label	Polyester		0,25kr	1	0,25kr
Hangtag	Bionedbrydeligt		3kr	1	3kr
Pose / Indpakning	Bionedbrydeligt		9,5kr	1	9,5kr
I alt					261,6kr

Udover materialeomkostningerne på 261,6 kr, går der også omkostninger til arbejdskraft. Arbejdskraften beregnes ud fra den gennemsnitlige Skandinaviske minutfaktor på 4,11 kr og ganges med en produktionstid på 12 min. Med omkostninger medregnet, ganges dette yderligere med en standard mark-up faktor på 2,5.

En beregning af en tænkelig detailpris for en kimono fra Woodnotes kan hermed se således ud:

$$(261,6 + (4,11 \cdot 12)) \cdot 2,5 = 777,3$$

Ved denne udregning får man prisen 777,3 kr, som man runder op til nærmeste hele tal, hvilket herunder er 799,95 kr. Denne pris tænkes at kunne virke mere tilgængelig for flere og kunne åbne deres kundesegment for en bredere målgruppe.



ANNE-METTE

Navn: Anne-Mette

Køn: Kvinde

Alder: 45 år

Civilstand: Gift

Bopæl: Forstad til KBH

Anne-Mette er en 45-årig kvinde, der bor i en forstad til København med sin ægtefælle. Hun er selvstændig designer og arbejder med kreative projekter, hvor bæredygtighed og æstetik er i fokus. Med en øvre middelklasseindkomst har hun økonomisk frihed til at investere i kvalitetsprodukter, der afspejler hendes værdier og personlige stil. Hendes hjem er en vigtig del af hendes liv, og hun ser det som en forlængelse af sin identitet, og hun stræber efter at skabe et stilrent og funktionelt miljø med tidløst design og høj kvalitet.

Anne-Mette har en forkærlighed for nordisk og internationalt design og følger trends inden for interiør, kunst og slow living. Hun oplever dog udfordringer med at finde produkter, der både lever op til hendes krav om kvalitet og passer til hendes minimalistiske æstetik. Hun forventer gennemtænkte og bæredygtige løsninger fra de brands, hun vælger, og går aldrig på kompromis med sine værdier.

Som bevidst forbruger er Anne-Mette tiltrukket af brands som Woodnotes, der kombinerer naturlige materialer, tidløst design og funktionalitet. Hun søger produkter, der afspejler hendes livsstil og værdier, samtidig med at de skaber en harmonisk og holdbar atmosfære i hjemmet.



ANTONIO

Navn: Antonio

Køn: Mand

Alder: 58

Civilstand: Gift og har 2 voksne børn

Bopæl: I Aarhus men kommer oprindeligt fra Italien

Antonio er en 58-årig mand, oprindeligt fra Italien, der nu bor i Aarhus med sin ægtefælle. Som ingeniør og far til to voksne børn er han analytisk og værdsætter funktionelt design, der kombinerer æstetik og kvalitet. Antonio er dybt fascineret af nordisk minimalisme og den skandinaviske livsstil, som han ønsker at integrere i sit hjem.

Hans passion for arkitektur og rene linjer gør ham til en bevidst forbruger, der søger bæredygtige produkter, der harmonerer med hans æstetiske præferencer. Antonio oplever dog udfordringer med at finde designløsninger, der både lever op til hans krav om miljøbevidsthed og passer til hans minimalistiske stil.

Woodnotes passer perfekt til Antonios behov med deres fokus på naturlige materialer, tidløst design og bæredygtighed. Produkter som papirgarnstæpper, modulære møbler og elegante tekstiler tilbyder ham funktionelle og miljøvenlige løsninger, der afspejler hans værdier og fascination for nordisk æstetik.



LOUISE

Navn: Louise

Køn: Kvinde

Alder: 36

Civilstand: Kæreste

Bopæl: Kolding

Louise er en 36-årig kvinde fra Kolding, der bor med sin kæreste. Hun arbejder på kontor og er aktiv på sociale medier, hvor hun søger inspiration og deler sin interesse for design og kunst. Louise ønsker at investere i kvalitetsprodukter, der afspejler social og miljømæssig ansvarlighed, og hun prioriterer bæredygtighed i sine valg.

Hun leder efter tøj, der er behageligt og alsidigt – noget, der både kan bruges som loungewear og til udendørs aktiviteter, samtidig med at det harmonerer med hendes stilrene hjem. Hendes største udfordring er at navigere i det store udvalg og forstå, hvor bæredygtige forskellige brands faktisk er.

Hvis Woodnotes producerede tøj, ville de være en oplagt løsning for Louise. Deres fokus på naturlige materialer, minimalistisk design og bæredygtighed ville appellere til hendes værdier og æstetik. Med deres tøj kunne Louise finde elegante, komfortable og miljøvenlige løsninger, der passer til hendes behov og stil, samtidig med at hun kunne fremhæve deres bæredygtige profil på sine sociale medier.

MARKETING MIX / DE 4P'ER

P RODUKT

Woodnotes sælger tæpper, møbler, gardiner og andet boliginteriør, som er produceret med fokus på skandinavisk minimalisme samt funktionalitet. Herunder har de, som de eneste i verden, øget fokus på papirgarn, som giver produkterne en unik struktur og holdbar, samtidig med at det appellerer til deres bæredygtige profil. Woodnotes' produkter er Premium kvalitet, som viser en kombination af traditionelt håndværk og moderne teknologi. Denne bæredygtighedsproces ved at producere produkter ud af papirgarn kan også være med til at tiltrække miljøbevidste kunder.

P RIS

Woodnotes positionerer sig som et eksklusivt brand, og prisen reflekterer kvalitet, bæredygtighed og design. Eksempelvis ligger deres tæpper i en prisklasse mellem 3.000-15.000 kr. Og priserne varierer afhængig af produktkategorien. Derudover så prissættes deres produkter på baggrund af den værdi, som produkterne giver for kunden, herunder især kvalitet og bæredygtighed. For at Woodnotes kan opretholde deres eksklusivitet, så undgås prisreduktion så vidt muligt – dog når man sælger til B2B, så kan den enkelte forhandler vælge at trodse dette.

P LACE

Woodnotes primære kunder er B2B, bestående af Premium møbel- og interiørforhandlere, der videresælger deres produkter som er tilgængelige igennem deres webshop. Den nemme tilgængelighed via den digitale platform har sikret Woodnotes en global position på markedet, men med størst tilstedeværelse i Europa.

P ROMOTION

For at understøtte sit eksklusive produktsegment anvender Woodnotes en flersidet markedsføringsstrategi, der omfatter både digitale og traditionelle kanaler. Sociale medier som Instagram, Facebook og Pinterest, samt nyhedsbreve direkte til kunderne, spiller en central rolle i at fremvise virksomhedens produkter og æstetik. PR-indsatser som bl.a. artikler i boligmagasiner og deltagelse i designmesser hjælper også til at bibeholde deres position i markedet og formulere deres brand identitet til forbrugerne.

VALUE PROPOSITION



01

CUSTOMER JOBS

Anne-Mette:

Søger et bæredygtigt og stilrent produkt, der passer til hendes minimalistiske hjem.
Har behov for en kimono, der både er funktionel og reflekterer tidløst design.

Antonio:

Leder efter en bæredygtig kimono, der forener nordisk minimalisme og italiensk elegance.
Ønsker en kvalitetskimono, der kan bruges både til afslapning og som en del af en sofistikeret livsstil.

Louise:

Søger en alsidig kimono, der fungerer både som loungewear og til udendørs brug.
Har behov for gennemsigtighed om bæredygtighed og materialer i produktet.

02

PAINS

Manglende tilgængelighed af tidløse og bæredygtige kimonoer, der matcher minimalistiske og nordiske designstandarder.

Udfordringer med at navigere i bæredygtige muligheder og finde pålidelige brands.
Svært at finde et produkt, der er både æstetisk, funktionelt og miljøbevidst.

03

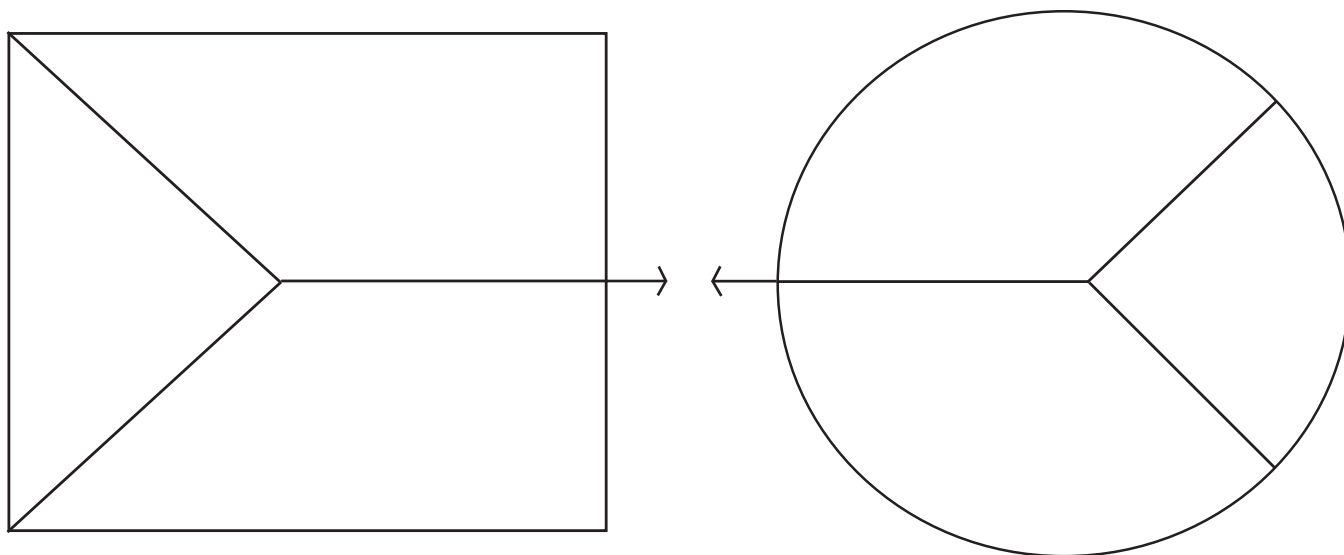
GAINS

Et bæredygtigt, tidløst design, der harmonerer med nordisk minimalisme og personlig stil.

Høj kvalitet og funktionalitet, der gør kimonoen alsidig.

Et produkt fra et brand, der kombinerer naturlige materialer med æstetik og ansvarlighed.

VALUE MAP



PRODUCTS AND SERVICES

- En bæredygtig kimono lavet af naturlige materialer som økologisk bomuld eller bambus.
- Tidløst og minimalistisk design, der afspejler Woodnotes' DNA.
- Forskellige farvevalg i neutrale toner, som beige, grå og sort, der til skandinavisk æstetik.

PAIN RELIVERS

- Sikring af gennemsigtighed om bæredygtighed og materialer.
- Et funktionelt design, der passer til både afslapning og stilfuldt brug udenfor hjemmet.
- Høj kvalitet og holdbarhed, der retfærdiggør investeringen.

GAIN CREATORS

- En kimono, der kombinerer elegance, komfort og bæredygtighed, ideel til alle tre personas.
- En mulighed for kunderne til at bære et designobjekt, der matcher deres æstetiske og miljømæssige værdier.
- En ny kategori fra Woodnotes, der styrker deres brandværdi og udvider deres appel til designbevidste forbrugere.

KILDELISTE

Nikari. (n.d.). Yhdessä luonnollisesti. Hentet [dato], fra <https://nikari.fi/fi/yhdessa-luonnollisesti/>

Samira Kudsk PR. (n.d.). About. Hentet [dato], fra <https://samirakudskpr.com/about/>

Woodnotes. (n.d.). Designers. Hentet [dato], fra <https://www.woodnotes.fi/designers>

Woodnotes. (n.d.). Gallery. Hentet [dato], fra <https://www.woodnotes.fi/gallery>

Woodnotes. (n.d.). Our story. Hentet [dato], fra <https://www.woodnotes.fi/our-story>

Woodnotes. (n.d.). Projects. Hentet [dato], fra <https://www.woodnotes.fi/projects>

GRUPPEKONTRAKT

Gruppemedlemmer:

Anna-Clara Schmidt

Dominic Bentaleha

Emilie Josefine Marcelle Kvist

Sofie Amalie Laursen

Sofie Skov

Mål for projektet

At lave en fyldestgørende opgave.

Mødetider/fravær

Vi mødes medmindre andet er aftalt, og ellers tages dialogen over Messenger igennem tekst eller videoopkald. Hvis man forhindres i at møde op, giver man gruppen besked.

Rollefordeling

Gruppeformand; Sofie Skov som udgangspunkt – til fællesvejledning.

Kommunikation

Kommunikationen foregår igennem en fælles Messenger gruppe, hvor man giver klar besked hvis man er forhindret i at deltage på den pågældende dag, eller hvis man er i tvivl om noget angående opgaver, så vi kan hjælpes ad. Hvis nogle er fraværende, hjælper vi hinanden med at holde alle opdaterede på opgavens fremgang, og man giver naturligvis besked om sit fravær

Adfærd

Vi snakker selvfølgelig pænt og respektfuld til hinanden, selv i pressede situationer. Vi sørger for at alle føler sig inkluderet og hørt i dialogen.

Konsekvens / Konfliktløsning

Vi vil som udgangspunkt prøve at tage en åben dialog med personen om deres engagement og deltagelse i gruppearbejdet - sidste udvej er, at tag fat i en vejleder. Vi snakker ud i gruppen og lytter til de andre for at finde en fælles løsning, som alle er tilfredse med.

Ritualer

Vi ser gerne, at vi holder hinanden opdateret om, hvor langt man er nået, og hvad man har lavet ved evt. Hjemmearbejde, så alle er informeret og undgår dobbeltarbejde.

UNDERSKRIFTER