

Projektbeispiel: Markteintrittsstrategie

Die **Tasly Holding Group** ist ein chinesisches Gesundheits-konglomerat, welches sich auf die Herstellung von TCM-Produkten (Traditionelle Chinesische Medizin) spezialisiert hat. Deepure ist ein Premium Teeprodukt von Tasly.



Herausforderung

Die zentrale Herausforderung bestand darin, das Marktpotenzial für Deutschland zu quantifizieren und ein genaues Verständnis der Zielgruppe bezüglich ihrer Präferenzen zu erlangen.



Maßnahmen

- Deutschen Markteintritt für TASLY mit Deepure planen
- Geschäftspotenziale und Kernzielgruppen identifizieren
- Generierung relevanter Marktsegmente, sowie für den Teemarkt spezifische Trendprofile
- Zielgruppenforschung:
 - Quantitative Online-Umfrage zu Konsum- und Kaufmotivation
 - Moderierte Fokusgruppen zu qualitativen Motiven
 - Blindverkostung etablierter deutscher Teemarken und Deepure-Sortiment
- Identifizierung von Zielgruppen anhand obiger Ergebnisse
- Entwicklung einer fundierten Markenstrategie und -positionierung



Ergebnisse

- Differenzierte Geschäftspotenzialanalyse
- Relevantes Kundenverhalten
- Fokussiertes Markenversprechen
- Effiziente Vorlage für Markenbildung
- Roadmap zur Markteinführung

Mit der Unterstützung von enable2grow haben wir relevante Marktpotenziale in Deutschland identifiziert und unser Produkt dementsprechend strategisch positioniert.

Dr. Vladas Snieckus, CEO, TASLY Europe Co. Ltd

