

## Загальний фідбек творцям хлібу для зумерів

Вітання всім учасникам кейс-чемпіонату від Концерну Хлібпром та Проєкту USAID "Економічна підтримка України".

Ви всі зробили неймовірну роботу і запропонували цікаві рішення, на які варто звернути увагу. У кожному рішенні було щось хороше і щось, що можна було б покращити.

Ви отримаєте 2 документи зі зворотнім зв'язком:

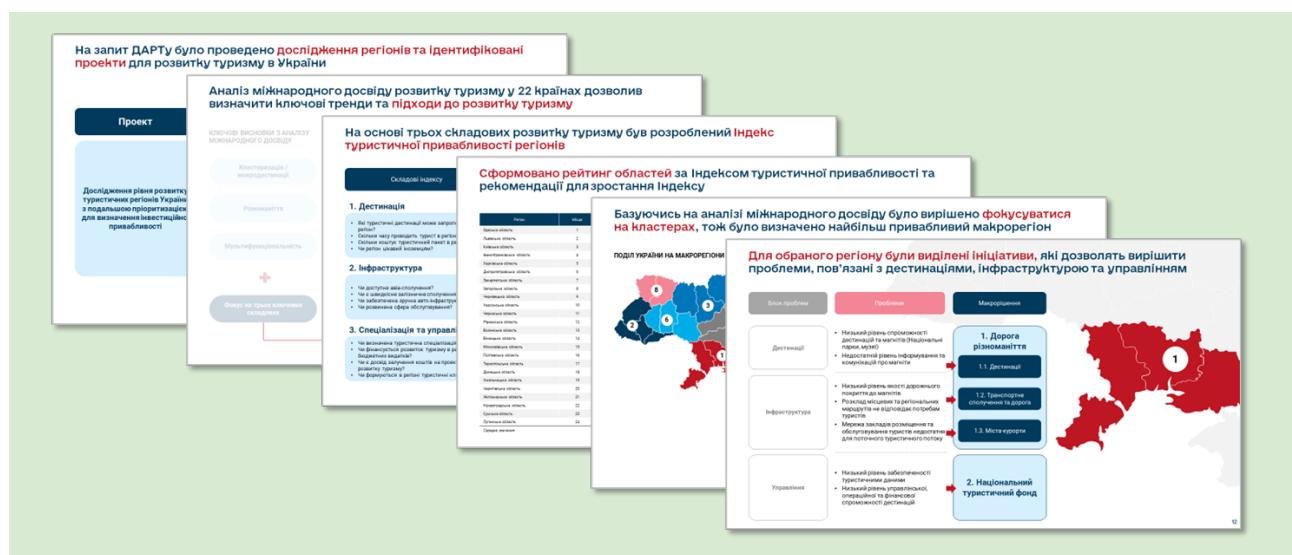
1. **загальний**, в якому я опишу, як би мало виглядати ідеальне рішення і з чого воно мало б складатися (✓), і які ключові помилки були у всіх рішеннях (😞);
2. **індивідуальний**, в якому я прокоментую рішення конкретно вашої команди, зверну увагу на ключові плюси (✓) та мінуси (😞).

Сподіваюся, що цей фідбек буде корисним для вас і ви зможете показати ще кращий результат наступного разу.

Також, я буду дуже радий поспілкуватися і пояснити на дзвінку, що було так, а що не так. Для цього **напишіть мені** (👤) в особисті повідомлення і знайдемо оптимальний для вас час.

Я буду описувати **ключові плюси** (✓) у випадковому порядку, адже для мене були більш важливі одні елементи, представники Концерну Хлібпром звернули увагу на інше. Але всі вони були максимально важливі для того, щоб рішення можна було високо оцінити.

✓ **Зрозуміла історія.** Коли я читаю презентацію, я хочу прочитати зрозумілу історію, щоб всі слайди були логічно, послідовно зв'язані між собою. Для цього потрібно мати заголовки на слайдах і формулювати їх так, щоб вони складалися в історію. Подивіться на приклад нижче, щоб краще зрозуміти, що я маю на увазі.



✓ **Чітка ідея.** Круто, коли ідея одна і дуже чітка: це може бути як один продукт, так і набір продуктів, які зв'язані певною логікою. Ця ідея має бути дуже очевидно подана, щоб не потрібно було розбиратися, що саме ви пропонуєте. Нижче кілька прикладів з цього чемпіонату, коли ідея була дуже чіткою і зрозумілою.

- Grab&Go пропонує швидке та смачне рішення для тих, хто має обмежений час, а самі вироби зручно упаковані, що дозволяє насолоджуватися ними в будь-якому місці
- Bread Map. Для цієї лінійки ми обрали найкорисніші та найяскравіші продукти, якими славляться різні регіони

✓ **Реалістична та релевантна ідея.** Представники Концерну Хлібпром звертали особливу увагу на те, щоб ідею можна було реально втілити в життя. Ця оцінка базувалася на досвіді компанії у запуску інших проєктів. Але скажу відразу, що допустимий “поріг експериментальності” був досить високий і за цим критерієм команди фактично не відсіювалися.

✓ **Повнота рішення.** Концепція нової лінійки повинна була включати ряд пунктів, які були описані в презентації кейсу. Якісне рішення повинно було включати всі або майже всі згадані елементи.

Звісно, ми не очікували, що у всіх команд всі елементи будуть ідеально пропрацьовані: хтось робив фокус на дизайні, хтось на фінансах. Важливо було побачити, що команди хоча б намагалися пропрацювати все.

✓ **Читабельність презентації.** Я не сильно звертав увагу на те, чи презентації рівні та красиві, але хороші рішення мають бути, як мінімум, читабельними. У блоці зі сферами для покращення є кілька порівнянь.

---

Якщо у вашому рішенні щось не відповідає описам вище, то це і є **сферою для покращення** (😞). Однак я додатково описав найбільш кричущі помилки, які негативно вплинули на оцінку ваших рішень.

😞 **Незрозуміла історія.** Частина презентацій була швидше набором окремих слайдів ніж цілісною історією. У таких презентаціях потрібно було самостійно придумувати зв'язок між слайдами. Це ускладнювало сприйняття презентації.

Фактично в жодній з команд не було чіткого резюме на початку презентації. Повірте, якщо ви на початку чітко озвучите, яку проблему ви вирішили і що конкретно ви пропонуєте, то потім буде в рази зрозуміліше слухати всю іншу презентацію.

😞 **Зайва інформація.** Подекуди було багато інформації, яке не приносила ніякої цінності рішенню. Якщо ви щось аналізуєте і показуєте це в презентації, то читач має мати відповідь на питання “і що мені з цього”?

Наприклад, якщо ви витрачаєте кілька слайдів, щоб описати конкурентів, всі види їх продукції... і потім робите з цього висновок, що у "конкурентів є багато різної продукції", то в цьому немає багато цінності.

😞 **Не чітка ідея.** Я дуже розумію бажання показати дуже багато всього, адже тоді "щось точно сподобається журі". Але це навпаки розмиває фокус вашого рішення і стає незрозуміло, що саме ви хочете запропонувати: ви пропонуєте 10 видів хліба і не зв'яжете їх однією концепцією, або навіть зв'яжете, але ця концепція трохи "натягнута", якщо ви пропонуєте рекламувати і продавати продукцію всюди і всім...

Ви повинні пропонувати не варіанти рішень, а конкретне рішення та аргументувати його. Адже багато варіантів рішень, швидше за все, означає відсутність рішення.

😞 **Нереалістична та нерелевантна ідея.** Це просто протилежне до того, що було описано в характеристиках якісного рішення.

😞 **Неповне рішення.** Тут все доволі очевидно: погано, коли немає частин презентації, які очікує кейсодавець. Насправді, було багато хороших ідей, які були просто трохи недоопрацьованими. Якщо ці ідеї зробити з рівнем деталізації як у рішень, які пройшли у фінал, то, можливо, список фіналістів міг би бути іншим.

😞 **Нечитабельні презентації.** Багато презентацій було дуже складно сприймати через багато кольорів, шрифтів, фонів.

розроблено згідно з результатами опитування 200 зумерів

НАША ЛІНІЙКА - ЦЕ УСОБЛЕННЯ ЗУМЕРІВ У СВІТІ ХЛІБУ!

Бігго, чебурекі! Це ж хліб до нових вражень!

Кожна позиція нашої лінійки кардинально відрізняється між собою, і тим паче серед інших запропонованих позицій на вже усталеному ринку хлібного світу!

Характеристика лінійки

- Зручність у використанні (можна відкрити, не треба різати і хліб не крихиться)
- Інноваційна форма
- Цікавий смак
- Відсутність подібної продукції у конкурентів

МИ ХЛІБНИЙ КОМПАС!

НАША ЛІНІЙКА ВКЛЮЧАЄ 4 ВИДИ ХЛІБУ З РІЗНИХ КУТОКІВ СВІТУ: ФРАНЦІЯ, ЯПОНІЯ, США, ХІТІ. ТА МИ НЕ ЗУПИНИЛИСЬ НА ЗВІЧАЙНИХ РЕЦЕПТАХ, А СУТТЄВО ЇХ ЗМІНИЛИ. САМЕ ТАК РОБЛЯТЬ ЗУМЕРИ. САМЕ ТАК РОБИМО МИ!

Тактика використання "шароварних" назв є антитрендом серед зумерів, цієї тематики краще уникати

ІНШІ ІДЕЇ ДЛЯ «ВІРУСНОГО» ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ БРЕНДУ

ІНШІ ІДЕЇ:

- Створимо відеорецепти, де кулінарний експерт готує різні страви з кольоровим хлібом. Покажемо, як ці хліби можна використовувати для приготування бутербродів, тостів, салатів та інших страв.
- Створимо серію постів в Instagram, де будемо показувати яскраві та оригінальні способи сервірування кольорового хліба.
- Зробимо співпрацю з кулінарним блогером або інфлюенсером, щоб він/вона продемонстрували різноманітні рецепти з кольоровим хлібом у своїх відеоблогах або на своїх сторінках в соцмережах.

Екологічна

Схема великої упаковки

Наше пакування повністю підлягає переробці. Після використання та переробки воно стане книгою, одноразовим посудом, газетою або іншим пакуванням.

😞 **Загалом візуальний вигляд презентацій.** Можна багато говорити про вигляд самих презентацій. Над цим точно потрібно попрацювати, щоб зробити їх максимально легкими для сприйняття та красивими. Особливо це стосується моментів, коли ви намагаєтеся словами пояснити те, що можна показати.