

Reykjavík 19.11.2008

## Glófi ehf. Verkefnislýsing; Hönnun á nýrri vörulínu.

### Bakgrunnurinn:

Hver er staðan hjá fyrirtækinu / verkefninu. Hvaða þarf þarf að uppfylla.

Við höfum ákveðið að verkefnið snúist um að hanna nýja vörulínu sem sé meira í átt til tiskuvöru en okkar núverandi vörur, sem að mestu leyti eru hannaðar með ferðamanna- og útivistarmarkaðinn í huga.

Hver er staða á markaði, samkeppni, viðskiptavinir. Annað sem þykir mikilvægt.

Við erum að vinna greiningu á þessum hluta markaðarins og munum leggja hana fyrir hönnuðinn til skoðunar og umræðu og til að vinna útfrá með okkur og verkefnishópnum sem að þessu kemur.

### Hvert er markmið, tilgangur verkefnisins:

Hverju er verið að ná fram til hvers er hönnunin.

Markmiðið er að koma með vörulínu sem getur opnað okkur leið inná markað sem er stór og vaxandi, en við höfum ekki geta sótt inná ennþá vegna skorts á vörulínu. Hér erum við að tala um ýmsar verslanir í tískuörugeiranum, einkum efri enda hans, bæði innanlands og til útflutings.

### Markhópurinn:

Fyrir hvern er hönnunin/ varan til hvers á hún að höfða. Hverjir eru væntanlegir kaupendur.

Vörulínan á að vera úr vélþrjónaðri ullarvöð og á einkum að höfða til kvenna á aldrinum 20 til 50 ára.

### Hverjar eru aðaláherslurnar:

Hvað er merkilegt við þessa vöru hvernig er hún frábrugðin öðrum sambærilegum.

Vörulínan verður úr íslenski ull og einkum verður um sjöl, slár, þeysur, pils, kjóla og yfirhafnir að ræða og eftir því sem við á einnig húfur og vettlinga í stíl.

### Meginsölupunktur:

Hvað hefur þessi vara sem gerir hana eftirsóknarverða.

Hún verður úr náttúruvænu efni; íslenski ull. Við viljum sækja hugmyndirnar í íslenska náttúru og strauma í tískuheiminum í dag og á næstu misserum.

### Önnur mikilvæg atriði:

Sá hönnuður sem fenginn verður til verksins verður að hafa reynslu í hönnun, helst á ullarvörum eða sambærilegu og helst að hafa hannað vörulínu sem farið hefur í gegnum framleiðsluferli.

### Hvað þurfum við og hvenær:

Hvenær á varan að fara á markað. Hverjar eru helstu dagsetningar og tímamörk

Erfitt er að setja fastar dagsetningar á þessu stigi, en markmið okkar er að geta kynnt vöruna fyrir væntanlegum söluaðilum innanlands í lok maí þannig að framleiðsla geti hafist í júlí og sala í verslunum, til að byrja með innanlands, seinnipart ágúdt 2009 og kynning á erlendum markaði, fyrir umboðsmönnum okkar erlendis til að byrja með, í október.

Við sjáum fyrir okkur vekferlið þannig að byrjað verði á hugmyndavinnu á grundvelli markaðsgreiningar okkar.

Síðan komi skissuvinna og hönnun uns heildarmynd vörulínunnar er mótuð. Þá verði einng komnar hugmyndir um band, líti, tölur, rennilása, fóðringu og fl.

Að því búnu verði framleiddar prototypur og þær kynntar væntanlegum viðskiptavinum. Við munum jafnvel vilja hafa í verkefnishópnum einhverja af væntanlegum viðskiptavinum og/eða aðila sem þekkir vel til þarfa þeirra.

Að þessu loknu verði lokahönd lögð á línuna, sniðin grateruð og gengið frá línunni til framleiðslu. Loks fer línan í framleiðslu.

### Tengiliður:

Páll Kr. Pálsson framkvæmdastjóri, s. 5345050 | 8201030, pkp@skyggni.is

