

## Jón og Óskar – 14/11/08

### Bakgrunnurinn:

Hver er staðan hjá fyrirtækinu / verkefninu. Hvaða þarf þarf að uppfylla.  
Hver er staða á markaði, samkeppni, viðskiptavinir. Annað sem þykir mikilvægt.

Jón og Óskar er 37 ára gamalt fyrirtæki sem hefur mikla reynslu af framleiðslu skartgripa. Við höfum undanfarin ár framleitt skartgripa sérstaklega með útlendinga í huga og markaðssett þá sérstaklega til þeirra. Við höfum má segja þróað sérstakt útlit á gullskartgripum sem okkur hefur fundist falla í sérstaklega góðan jarðveg hjá erlendum viðskiptavinum okkar. Þetta eru skartgripir úr gulli (ekki silfri eins og hjá nánast öllum öðrum íslenskum fyrirtækjum sem hafa markaðssett skart til útlendinga) og fela því í sér mikinn virðisauka. Við höfum mikinn áhuga á að þróa þessa vöru áfram þannig að úr verði heilsteyptr vörulína sem við getum selt til ferðamanna, til einstaklinga í gegnum internetið og seinna meir jafnvel selt beint til erlendra heild- eða smásala.

### Hvert er markmið, tilgangur verkefnisins:

Hverju er verið að ná fram til hvers er hönnunin.

Við höfum áhuga á að framleiða þessa vöru í magni og flytja hana út. Vegna þess að varan er úr gulli en ekki silfri felst í henni mikill virðisauki og hægt er að framleiða hana á Íslandi á samkeppnishæfan máta. Verðbil á hlutum úr línunni yrði frá kr.20.000,- einfaldir eyrnalokkar upp í 600.000 þykk hálsfesti og með því að bæta demöntum í hlutina gæti verðið orðið mun hærra. Íslenski vinkillinn í hönnuninni yrði allsráðandi og það þarf að gera sannfærandi sögu á bakvið vöruna. Þróa þarf vöruna, stilla upp vörulínu og þróa allt útlit í kröngum hana. Þakningar og grunn að markaðsefni.

### Markhópurinn:

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

Varan er hugsuð fyrir útlendinga:

1. fólk sem hefur áhuga á Íslandi og hefur komið hingað og langar að eiga fallegan grip sem hefur íslenska tilvísun og það getur tengt við Ísland. Um er að ræða verðmætan grip sem aðeins efnameiri ferðamenn geta keypt.
2. ef tekst að gera vörulínu sem fellur í kramið hjá erlendum ferðamönnum má bjóða hana á sínum eigin verðleikum á alþjóðamarkaði sem fallega hönnun og fallegan grip með eða án skírskotunar til Íslands.

### Hverjar eru aðaláherslurnar:

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

Skartgripirnir sem við höfum smíðað undanfarin ár hafa sérstaka áferð sem við höfum kennt við ís og höfum við kallað þessa skartgripa Icecold. Hugmyndin er fengin úr ís, klaka og jöklum landsins. Þessi áferð er einstök og við höfum ekki séð hana annarsstaðar í heiminum. Við setjum líka mikið demanta í skartgripina.

Semsgt, mjög vönduð hönnunarvara í hákassa úr gulli sem væri til í útfærslu með demöntum og lituðum eðalsteinum, s.s. safír, rúbín, emerald.

### Meginsölupunktur:

Hvað hefur þessi vara sem gerir hana eftirsóknarverða.

Einstaka áferð á gullskartgripum og íslenska tenginu þar sem náttúruöflin koma við sögu.

Hágæða vörulína í mikilli breidd þar sem hægt er að bæta í safnið smám saman (safna eins og fólk gerir með matarstell), raða saman á ýmsan máta og láta bæta í hlutina eðalsteinum eftir á eftir efni og aðstæðum

## Önnur mikilvæg atriði:

Framleiðslugetan er til staðar. Virðisaukinn er mikill ef text að búa til vörulínu – merki sem höfðar til breiðs hóps. Við höfum dæmi t.d. frá Danmörku s.s. Pandora og Georg Jensen.

## Hvað þurfum við og hvenær:

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

Við hefðum áhuga á að vera tilbúin með vörulínu, pakkningar og markaðsefni fyrir næsta sumar og markaðssetja hana til erlendra ferðamanna.

## Tengiliður fyrirtækisins vegna verkefnisins:

Hákon Jónsson framkvæmdastjóri, s. 5524910 | 8955053, jonogoskar@jonogoskar.is