



... besser geht's nicht

MAKA_vA = Getränke TM



Von **Michael Wihan**

Die Idee entstand vor ca. zwei Jahren; seither kontinuierliche Weiterentwicklung.



ÜBERBLICK



- 1) Inhaltsstoffe**
- 2) Produktfamilien**
 - Platzierung
 - Zielgruppen
 - Einführung
- 3) Organisation**
- 4) Werbelinie**



DER VORTEIL

Mystische Lebenselixiere als Inhaltsstoffe:

- **Ling Zhi** (seit 4000 J. - China)
- **Maté Tee** (seit Inkas - Südamerika)



LING ZHI



„Der Pilz der Unsterblichkeit“

- + positiver Einfluss auf Nervensystem
- + bindet freie Radikale
- + reguliert Allergien
- + ist sogar tumorhemmend
- + reguliert Cholesterienwerte
- + Herz-, Milz-, Lungen-, Nieren- und Leberschützend

.....

→ Nach neuesten Erkenntnissen das wahrscheinlich wirksamste natürliche Mittel zur Immunstärkung überhaupt!



Yerba Maté Tee

„*Das Gold der Indios*“

- + stärkt Immunsystem
- + Müdigkeit und Abgespanntheit verschwinden sofort
- + bekämpft freie Radikale
- + schützt und entgiftet die Leber
- + dämpft Hunger und wirkt zusätzlich fettspaltend
- + gibt sofort lang anhaltende & gesunde Energie !

.....

→ Körperliche & geistige
Leistungsfähigkeit wird gesteigert



LEITBILD

„Das Wissen um die Lebenselixiere Ling Zhi und Maté Tee ist tausende Jahre alt; es wird Zeit, es wirtschaftlich bekannt zu machen.“



MAKAvA *Tetra Packungen*



< Die vereinten Kräfte von
Ling Zhi und Maté würden
MAKAvA zum
wirksamsten Lebenselixier
überhaupt machen -

,Besser geht's nicht'



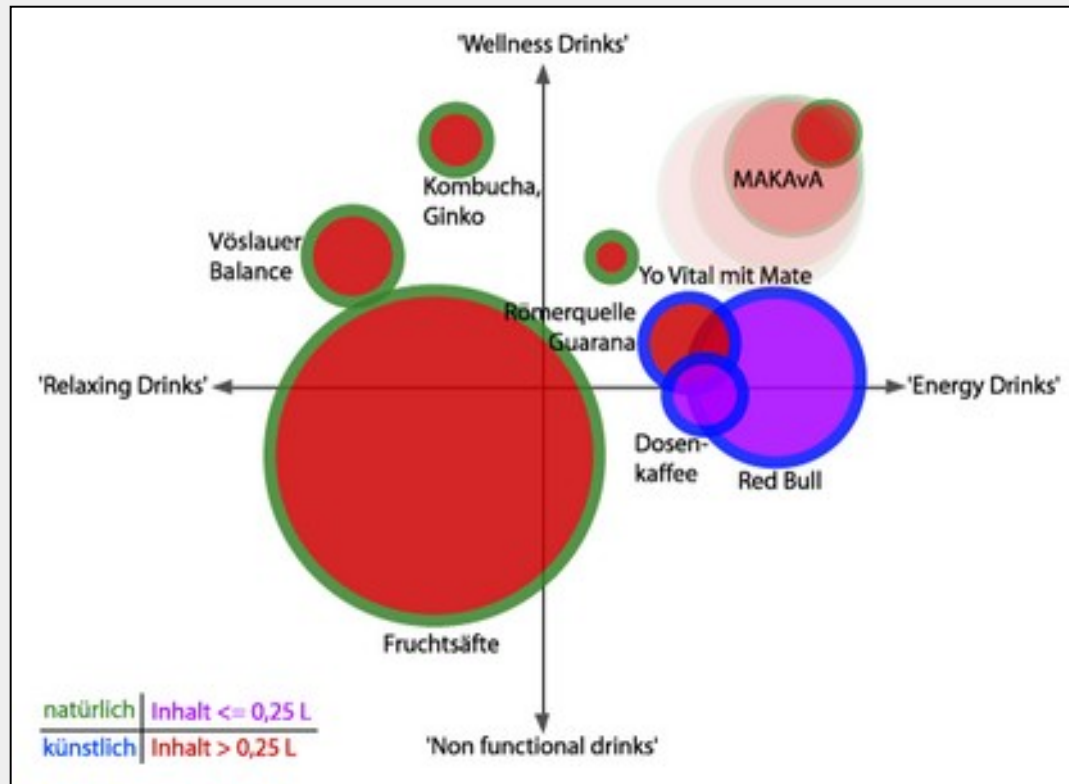
VISION

**MAKAvA als allgemein bekannte
und beliebte Getränke TM
etablieren.**



PRODUKTPLATZIERUNG

Den MAKAvA Tetra Paks eröffnet sich ein
neues Marktsegment



> von bleibendem wirtschaftlichen Wert



Die Tetra Paks
vereinigen die
Power der Energy
Drinks mit dem
guten Gewissen
der Wellness
Drinks



„MAKA vA – Ancient Tea“



1. EBENE:

„Standardgetränk“

- in 1L Tetra Pak,
- einfach & preiswert
- aber Info überzeugend

**Geschmackserlebnis
→ KERNPRODUKT**



**Beim Kauf ein
billiges Getränk
für Jedermann;
bei der
genaueren
Betrachtung
jedoch
überzeugend**



„Ancient Tea Premium“



2. EBENE:

„extravagantes Produkt“

Wirkung / Volumen

- für unterwegs
- für Partys



**Auffallend,
einzigartig und
neu – was viele
sicherlich gerne
ausprobieren
möchten**



„Limited Editions“



3. EBENE:

„zu besonderen Anlässen“

- Jedes mal NEU
- schmuckvolles Design
- Sammelleidenschaft
- „Milka Strategie“



**Eine sehr gute
Möglichkeit
langfristig immer
aktuell zu bleiben**



ZIELGRUPPEN

- Tee od. Kaffeetrinker
- Studenten & Schüler
- Lebenselixier für alle
- Jugendliche („*Party People*“)
- „Gewichtbewusste“



→ Hat für jeden eine positive
Eigenschaft !

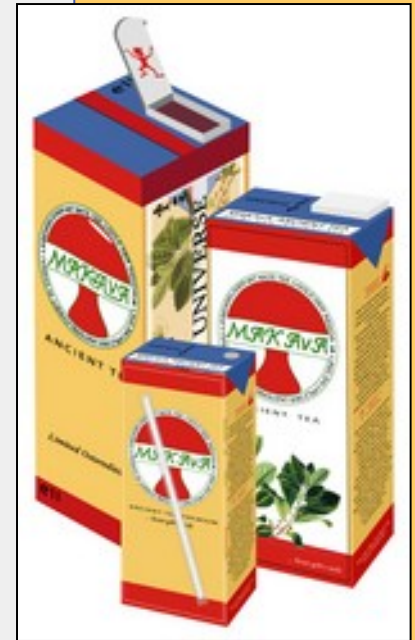


PRODUKTEINFÜHRUNG



Übliche **Push Strategie**

- informative- und Markenwerbung
- *„MAKAvA Geburtsfeier“*



ZULASSUNG



- Maté Voraussetzungen OK
- Ling Zhi ist als ‚*unbedenklich*‘ eingestuft

→ Zulassung **Zusammensetzung**



EINKAUFSPREISE

Maté: DE: ~7€ / kg

ARG.: ~1,5€ / kg

Ling Zhi: AT: ~0,7€ / g



→ Alles **Endverbraucherpreise** !



~~0,27€ Ling Zhi
und 0,08€ Maté pro
Standardgetränk
'MAKAvA Ancient
Tea'



MAKAyA UMFAST ...



< Vorhandene Yerba Maté Produkte

Tetra Pak
Produktfamilie >



Eine große
Marktlücke: Arg.
Maté Produkte in
AT nicht
verfügbar!



ZWISCHENHÄNDLER



< 4. EBENE:

„Yerba Maté Produkte“



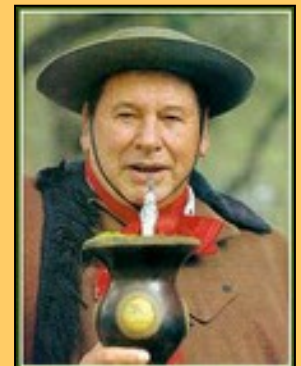
Bombilla



Mate



Export:
300000 t/Jahr



PRODUKTPLATZIERUNG



- ~300 Sorten
- Accessoires



Erfrischend neuen Platz
in der Reihe der
wirksamen
Aufgussgetränke



PRODUKTEINFÜHRUNG



Pull Strategie

- Auf MAKAvA.NET erhältlich
→ weniger Aufwand / Testphase



*Der einfache Weg in die
Welt des Yerba Maté
Genusses ...*



PRODUKT LINK

Bemerkt der Käufer, dass unser Getränk als **Basis** ein uraltes, grandioses Teegetränk, mit bemerkenswerter Tradition, hat?



Wie wird er auf die zahlreichen Produkte in unserem Web Shop aufmerksam?



Optimal für die
Glaubhaftigkeit

+

Der schnelle Weg
in den Web Shop



PRODUKT LINK

Bemerkt der Käufer, dass unser Getränk als **Basis** ein uraltes, grandioses Teegetränk, mit bemerkenswerter Tradition, hat?



Wie wird er auf die zahlreichen Produkte in unserem Web Shop aufmerksam?



Optimal für die
Glaubhaftigkeit

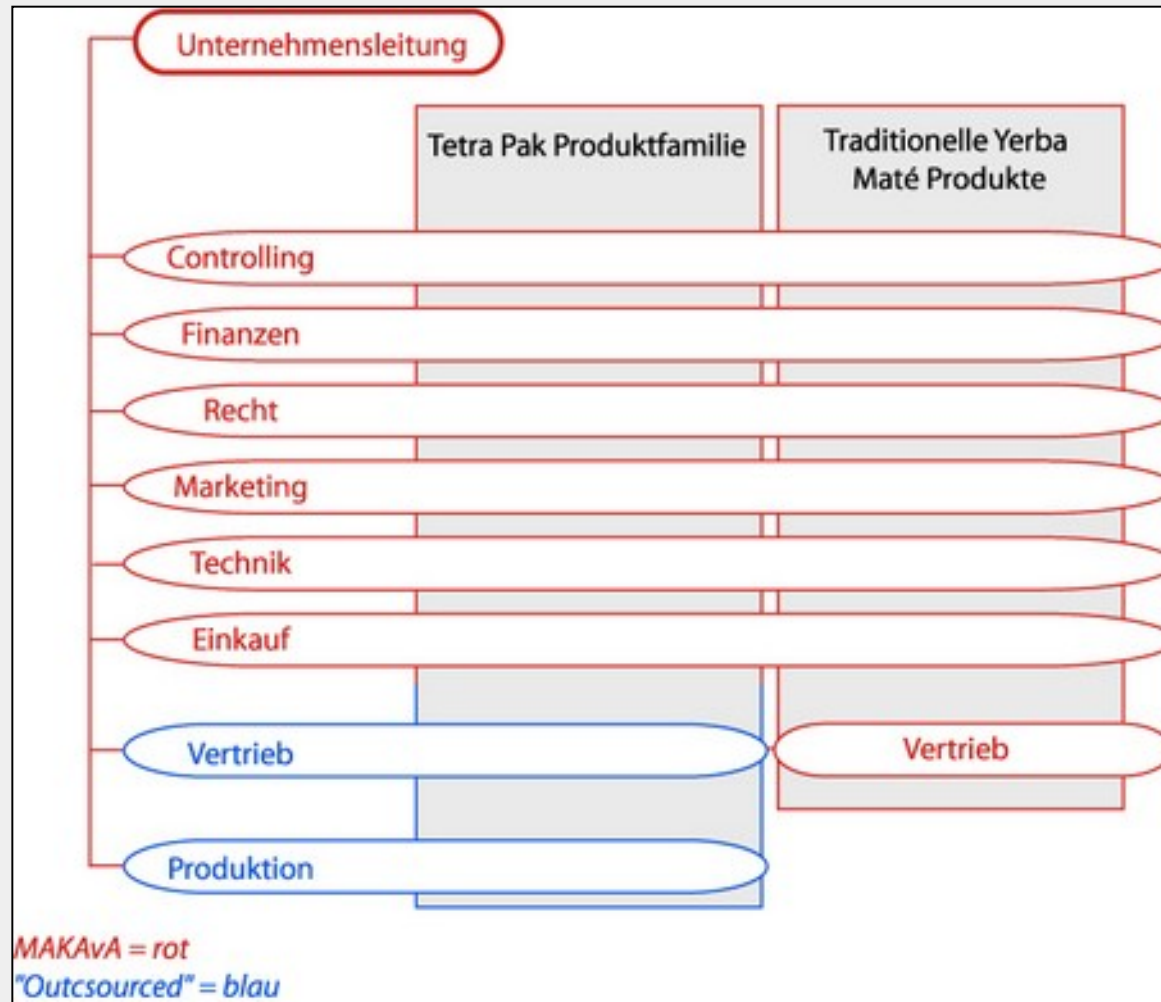
+

Der schnelle Weg
in den Web Shop



ORGANISATION

z.B.:



MAKAvA kann noch jede passende Organisationsform annehmen.



WERBELINIE & MARKETING



Das **vorgegebene Bild** von MAKAvA bei den zahlreichen Zielgruppen entstehen lassen.

Jede **positive Eigenschaft** für das Zielsegment bewerben

→ „**Besser geht's nicht**“



GEWINNCHANCE



**... Jeder liebt
Sofortgewinne**

- Für Unentschlossene
- Eine **Belohnung** für unsere
Stammkunden



FAIRER HANDEL

**Gesunde, mystische
Inhaltsstoffe**

+

Faire Handelspolitik

= MAKAvA

*→ Alles Andere würde nicht zum Image
passen ...*

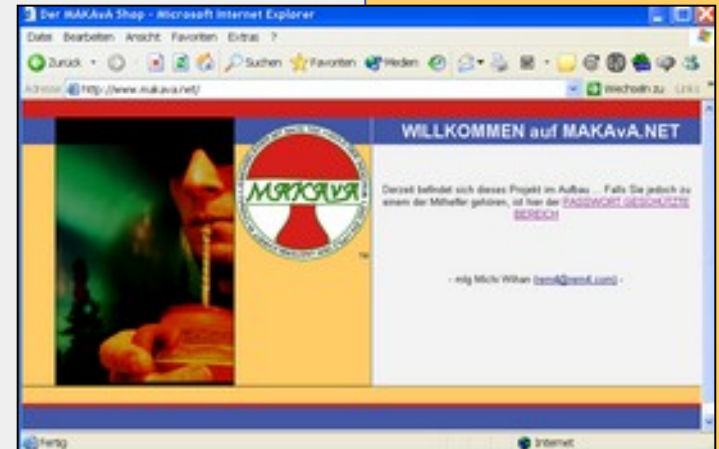


ONLINE AUFTRITT

→ MAKAvA.NET wird **virtueller Stützpunkt** der kompletten INFORMATION (Kunden+intern)

→ Durch Spezialsoftware **mächtiger Werbeträger**

→ Nun also endlich auch die Möglichkeit, im **Web Shop** Yerba Mate zu bestellen



Link: MAKAvA.NET
ID: member
PW: willrein



PROMOTION BUS



→ Event
→ Rundfahrt
= Werbung !

Eine neue und unvergessliche Art
der Werbung, welche die
Einzigartigkeit von MAKAvA
unterstreicht



Eine ungesehene
Spezialkonstruktion
mit aufklappbaren
Sonnendächern ...



MAKAvA PARTY PEOPLE

Ehrliche Werbung aber utopisch
und fabelhaft ...



MAKAvA feiert in der
SONNE



INFORMATIONSWERBUNG



*... eine **mystische Image Werbung**,
welche sich auf die Geschichte der
Lebenselixiere bezieht*



RESUMÉ



→ Vierschichtige
Produktpolitik

→ komplexe
Werbung

→ Markt
vorhanden



MEINE ROLLE

Möglichkeiten zum Umsetzen finden.

→ Meine berufliche **Lebensaufgabe** ist ein zeitloses Image der Marke aufzubauen...



**DANKE FÜR DIE
AUFMERKSAMKEIT**