

Cup Cakes are SOGOOD



Wie?
Geertjan Vorstenbosch, marketing manager Dr. Oetker Nederland en Ron van der Vlugt, creative director van SOGOOD.

Wat?
Introductie Cup Cakes assortiment van Dr. Oetker.

Waarom?
Geertjan Vorstenbosch: "Dr. Oetker is marktleider in het bakartikelenchap. Die positie behouden we door continu innovatie te plegen. Dr. Oetker introduceert een nieuwe serie producten, inspeland op de trend van het zelf maken en decoreren van cupcakes.

Ruim een jaar geleden zagen wij steeds meer publicaties en tips over het zelf creatief decoreren van cupcakes. Sommige artikelen uit ons assortiment leenden zich hier al voor, maar we wilden een nieuw assortiment dat de consument de mogelijkheden laat zien en daarmee inspireert tot het bedenken en maken van eigen creaties."

Wanneer?
De samenwerking met de met de mensen van SOGOOD bestaat al sinds 2004. Begin 2011 werd het eerste deelasortiment voor de Cup Cakes lijn geïntroduceerd. In het begin ging het alleen om decoratie, daarna ging het heel snel. Al gauw werd de succesvolle lijn

uitgebouwd en kwamen er ook specifieke bakmixen voor Cup Cakes op de markt.

Hoe?
Ron van der Vlugt: "Wij ontwerpen al jaren alle bakartikelen voor Dr. Oetker. De Cup Cakes vormt eigenlijk één verpakkinglijn met een sterke blokpresentatie op het schap. Wij hebben een opvallende range gecreëerd die direct uitnodigt om aan de slag te gaan. Bij bakken, maar bij Cup Cakes in het bijzonder, staat fantasie, creativiteit en plezier centraal en dat hebben we voor het voetlicht gebracht. Het opvallende en speelse design speelt hier goed op in en weet met name de jonge vrouw en jonge moeder aan

te spreken en daarmee tevens een nieuwe grote groep consumenten naar het bakschap te trekken."

Resultaat?
Geertjan Vorstenbosch: "Het succes heeft onze verwachtingen overtroffen. De artikelen wisten een grote groep mensen direct aan te spreken en al snel werden de prognoses ruimschoots behaald. Inmiddels bereiden we de derde lancering van een range CupCakes artikelen binnen één jaar tijd voor."

Leerpunten?
Ron van der Vlugt: "Eigenlijk ligt bij Dr. Oetker het verpakkingontwerp redelijk vast.

Er zijn vele regels waaraan we moeten voldoen. Maar in dit project kregen en namen we de vrijheid om een geheel eigen visuele taal te ontwikkelen, natuurlijk passend bij Dr. Oetker. Ook hier loont innovatie, het merk ontwikkelt zich in de tijd." Geertjan Vorstenbosch: "De opvallende kleur vormt een eye catcher in het schap en weet de decoraties en bakmixen, die niet altijd bij elkaar in het schap staan, goed met elkaar te verbinden waardoor cross-selling wordt gestimuleerd. Wij zijn zeer tevreden met het ontwikkelde design en de prestatie van deze mooie productrange en blijven werken aan de verdere uitbouw van het succes!"

Voor meer informatie bezoek www.sogooddesign.nl of bel Edwin Visser op 06-57575507 voor een goed gesprek.