

ASK

Fra papir til pølse.
Reisen ASK gård

Kristoffer Evang

MARKEDS STRATEGI:

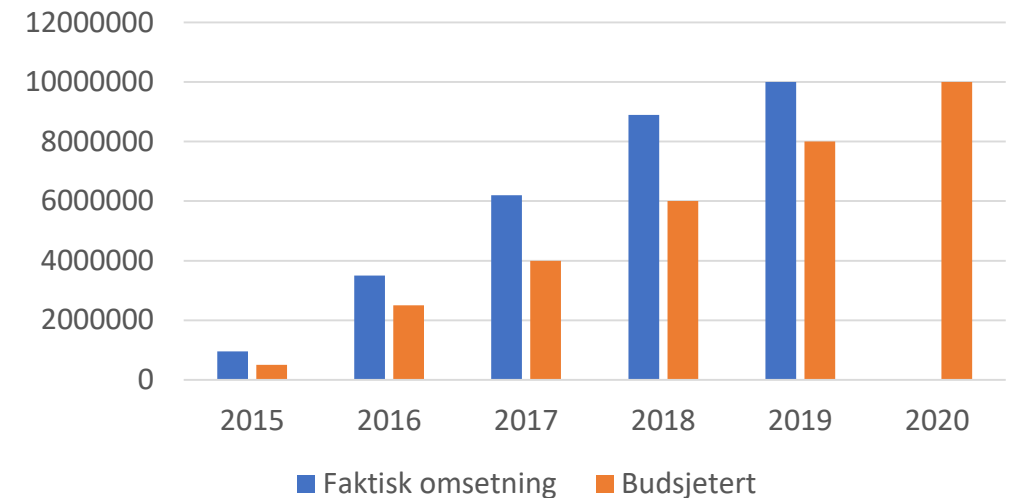
- **3 år og 5 år budsjett**
 - 3 år detaljert, 5 år som misjon.
- **Visjon**
 - MAKE FOOD GREAT AGAIN
- **Misjon**
 - Produksjon av bærekraftig høykvalitets spekemat

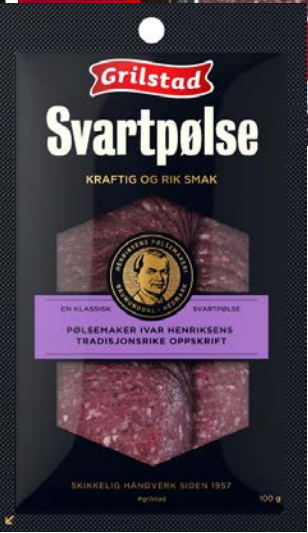
- **Kunde grunnlag**
 - Hvem er kunden
 - Hvor handler denne kunden
 - Segment

- **Core value**
 - **Bærekraft**
 - Produksjon
 - Miljøvennlig
 - Økologi
 - Nose to tail
 - **Dyrevelferd**
 - Økologi
 - Opphav
 - **Håndverk**
 - Kvalitet og kontroll i alle ledd
 - Tydelig preg av hånd produksjon
 - Unike smaker



5 års plan









SALGS FREMMERE

HOVED SMAK

PRODUKT NAVN

PAY OFF

BRAND

PRODUKTET SKULLE HA TYDELIG AVSENDER – TYDELIG FARGE – TYPETE PRODUKT NAVN

Dyrevelferd



Bærekraft



Håndverk





DYREVELLFERD



Bærekraft



Handverk





