

Еда как software

Функциональная область: маркетинг, продукт

Отрасль: производство продуктов питания, ритейл продуктов питания

Ключевые слова: b2c, коммуникации, маркетинг

Автор: Анастасия Сербинова

Дата публикации: 29.07.2019

Лицензия: Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0 Всемирная (CC BY 4.0) Анастасия Сербинова. Копирование, распространение и иное использование разрешается при условии указания авторства.

“Наша философия пришла вместе со мной из digital, мы относимся к еде как к программному обеспечению” - основатель компании NUGGS про свой новый стартап - компанию, которая производит и продает через интернет вегетарианские наггетсы, нацеливаясь на широкую аудиторию мясоедов.

На сайте компании помимо кнопок «Buy a Box» и «Help» - раздел с релизами продукта.

Вот, например, из предпоследнего релиза NUGGS 1.2:

- NUGGS 1.2 имеет несколько новых форм а-ля наггетс, заменяющих старую круглую.
- Внедрена новая многоэтапная система жарки для обеспечения хрустящего теста.
- Применена новая технология работы с белком гороха для удаления всех аллергенов.

Отличный подход. Компания показывает, что постоянно работает над улучшением продукта, кроме того, эффективно коммуницирует эти улучшения: в минималистичном интернет-магазине наггетсов кнопку "Релизы" невозможно не заметить, а обозначение продукта, как NUGGETS 1.3 не оставляет сомнения, что ты имеешь дело с продуктовым continuous improvement.

<https://eatnuggs.com/releases>

Об авторе: Анастасия Сербинова партнёр, консультант, преподаватель Vera Via Strategy Consultants.

Постоянный линк кейса: <https://veraviastrategy.com/strategic-case-library/eda-kak-software>

2020 Vera Via Strategy Consultants