

Begleitblatt zur Musteredition

ARGANERO — interne Verkostung
Für Verkauf und Brand Management

Bitte nicht wie eine klassische scharfe Sauce beurteilen

ARGANERO wurde als **präziser Finishing-Accent** für hochwertige Gerichte entwickelt. Die Pipette erlaubt eine kontrollierte Dosierung vom feinsten Akzent an. Ziel ist, Geschmack zu vollenden — nicht ihn mit Schärfe zu überdecken.

EMPFOHLENE VERKOSTUNG IN VIER SCHRITTEN

- 01 Die Edition vollständig öffnen.** Präsentation, Materialität, Neugierde und den Moment des Öffnens bewusst wahrnehmen — bevor überhaupt gekostet wird.
- 02 Das Gericht zuerst ohne ARGANERO kosten.** Dieser Zwischenschritt ist entscheidend: Nur so lässt sich der Unterschied überhaupt beurteilen.
- 03 Einen einzigen Tropfen zugeben und vergleichen.** Bei Bedarf schrittweise erhöhen. Geeignet sind Fleisch, Fisch, gegrilltes Gemüse, eine Sauce oder gereifter Käse.
- 04 Zum Schluss nicht nur den Geschmack beurteilen,** sondern die mögliche Wirkung im Kundenkontext: bei einer Fahrzeugübergabe, einer Ausfahrt oder einem Kundenanlass.

ZUM PRODUKT

ZUSAMMENSETZUNG

Argan & Habanero

INHALT

30 ml, mit Pipette

HALTBARKEIT

1,5 Jahre deklariert

ERHÄLTLICH

nicht im Handel

WICHTIG

Die Musteredition zeigt die **DONUM Original Collection**. Eine Edition für Schmohl würde hinsichtlich sichtbarer Gestaltung, Storytelling, Übergabe und Begleitmaterialien **individuell entwickelt** — bis hin zum Inlay, das etwa den Fahrzeugschlüssel aufnehmen oder die Geschichte des Hauses erzählen kann.

*Es geht nicht darum, Schärfe hinzuzufügen.
Es geht darum, ein hochwertiges Gericht mit wenigen Tropfen zu vollenden.*

DONUM AUSTRIA

SECHS FRAGEN FÜR DIE INTERNE ENTSCHEIDUNG

01 Erzeugt die Präsentation unmittelbar Neugierde und einen bewussten Öffnungsmoment?

02 Wirkt die kontrollierte, tropfenweise Anwendung wie ein hochwertiges kulinarisches Ritual?

03 Können wir uns vorstellen, die Edition bei einer Fahrzeugübergabe, einer Ausfahrt oder einem Kundenanlass persönlich zu überreichen?

04 Hat das Produkt genügend Eigenständigkeit, um auch Wochen später noch an diesen Moment zu erinnern?

05 Würde die Edition zuhause Fragen und Gespräche auslösen, durch die der Kunde die Geschichte von Schmohl weitererzählt?

06 Funktioniert **eine gemeinsame Edition für alle Marken** — oder braucht jede Kundenwelt eine eigene? Rolls-Royce, die Sportwagenseite mit McLaren und Bugatti, und Bentley dazwischen.

WIE ES WEITERGEHT

- 01 Verkosten und intern abstimmen** — mit dem Verkaufsteam und den Brand Managern der einzelnen Marken.
- 02 Kurzes Folgegespräch**, sobald das Feedback zusammengetragen ist. Gerne mit allen, für die das Thema relevant ist.
- 03 Signature Development** — erst danach beginnt die eigentliche Entwicklung: Branding, Kundenwelt, Anlass und Storytelling werden gemeinsam definiert, bevor irgendetwas produziert wird.

RÜCKFRAGEN JEDERZEIT

Moises Graniel · Geschäftsführer DONUM Austria
info@donumaustria.com · +43 678 125 8869 · www.donumaustria.com