



Predstavitveni list podjetja

V okviru projekta **VERDEinMED** so podjetja, usmerjena v trajnost, prejela prilagojeno tehnično pomoč izbranih strokovnjakov za reševanje praktičnih izzivov in krepitev svoje pripravljenosti na trg.

Primer 2 SLO: **BRINAS STUDIO**

Brinas Studio

Brinas Studio (Romana Brina Gobec s.p.) je specializiran za izdelavo ročno barvanih modnih oblačil z uporabo edinstvenih internih receptur in trajnostnih naravnih barvil.



Ključni učinki in rezultati

- Jasno opredeljeni in prioriteto razvrščeni ukrepi, usklajeni z najmočnejšimi prihodkovnimi segmenti podjetja,
- Izboljšana pripravljenost na sezonsko prodajo,
- Boljše razumevanje logike oblikovanja cen in tržnega pozicioniranja za podporo prodajnim ciljem,
- Strukturiran pristop k e-poštnemu marketingu,
- Praktični ukrepi za aktivacijo pop-up dogodkov z namenom povečanja prepoznavnosti, vključenosti in konverzije,
- Konkretno izboljšave spletne strani za povečanje konverzij ter pregled že izvedenih sprememb,
- Integriran marketinški koledar, ki izdelke, kampanje, dogodke in e-poštni marketing povezuje v enotno in smiselno časovnico.

Ključne ugotovitve in spoznanja iz mentorskega procesa

- Vrednostne ponudbe, ki temeljijo na trajnosti, so najučinkovitejše takrat, ko so prevedene v jasne koristi za kupce, ter podprte z dobrimi temelji za pretvorbo zanimanja kupcev v nakup (elementi zaupanja, jasno predstavljene produktne strani in strukturirani e-poštni prodajni tokovi).
- Enoten integriran koledar, ki povezuje izdelke, dogodke in komunikacijo, lahko bistveno izboljša doslednost, ter zmanjša razdrobljenost marketinških aktivnosti.
- V prihodnjih ciklih bi bilo smiselno že v zgodnji fazi spodbujati izhodiščno merjenje stanja in enostavno spremljanje ključnih kazalnikov uspešnosti, da bi bilo mogoče rezultate bolj količinsko dokazovati.

Vrsta tehnične pomoči: Mentorstvo na daljavo
Obdobje mentorstva:

1. oktober 2025 – 31. december 2025

Skupno trajanje: 15 srečanj × 2 uri

Mentor: Tina Logar Bauchmüller s.p., mila.vert
mila.vert

Več informacij:
<https://knowledge.verdeinmed.eu/sl/>

Osrednji izziv

Okrepiti poslovni pristop podjetja, ki temelji na trajnosti, ter povečati njegovo konkurenčnost na trgu.



Obpravnavane teme

- Razvoj trajnostnega poslovnega modela: strateško okvirjanje, zelena/krožna vrednostna ponudba in vključevanje deležnikov;
- Določanje prioritet in segmentacija aktivnosti (filtriranje z vidika prodajnega potenciala);
- Okvir za razmislek o oblikovanju cen (vidiki stroškov, vrednosti in tržnega pozicioniranja);
- Predloge za načrtovanje kampanj in vsebin (sezonska ponudba, zasnova novičnika, marketinški koledar, e-poštni marketing, B2C);
- Ukrepi za povečanje uspešnosti pop-up dogodkov z namenom večjega dosega, obiska in prodaje (prek neposrednega nagovora, pripovedovanja zgodb in promocijskih mehanizmov);
- Pregled spletne strani za izboljšanje konverzije in krepitev zaupanja (hierarhija vsebin, jasnost predstavitve izdelkov, ocene in značke zaupanja).