# Teams Meeting Transcript: Tailspin Toys & CubiX

Speaker: Kay (00:01)

Guten Tag zusammen, ich freue mich, dass wir heute über eine mögliche Zusammenarbeit sprechen können. Wir bei Tailspin Toys sind beeindruckt von der Idee hinter CubiX. Ihre Bausätze aus recyceltem Plastik in Würfelform sind nicht nur innovativ, sondern passen perfekt zu unserer Ausrichtung auf nachhaltige und kreative Spielzeuge.

Speaker: CubiX Vertreter (00:32)

Vielen Dank, Kay. Es freut uns, dass unsere Werte und Produkte so gut mit Ihrer Marke harmonieren. Unser neuester Bausatz, der unter dem Namen 'CubiX Creator' eingeführt werden soll, ist besonders spannend. Er erlaubt es Kindern, bis zu zehn verschiedene Modelle mit denselben Würfeln zu bauen, was die Kreativität anregt.

Speaker: Kay (1:15)

CubiX Creator – ein großartiger Name, der das kreative Potenzial des Produkts perfekt einfängt. Ich sehe großes Potenzial, dieses Produkt als Highlight in unserer nachhaltigen Spielzeuglinie zu positionieren. Aber bevor wir loslegen, sollten wir mögliche Herausforderungen berücksichtigen. Gibt es etwas, das uns bei der Markteinführung beachten sollten?

Speaker: CubiX Vertreter (2:07)

Ein Punkt ist sicherlich die Kommunikation des Konzepts. Manche Eltern könnten denken, dass Würfelformen weniger vielseitig sind als traditionelle Bauteile. Wir müssen den Mehrwert klar hervorheben – die Einfachheit der Würfel kombiniert mit unendlichen kreativen Möglichkeiten.

Speaker: Marketing-Teammitglied (2:58)

Das ist ein guter Punkt. Wir könnten in unserer Marketingstrategie Videos einsetzen, die zeigen, wie Kinder mit den Würfeln spielerisch experimentieren und spannende Modelle bauen. So können wir die Vielseitigkeit direkt sichtbar machen.

Speaker: Kay (03:17)

Eine großartige Idee. Außerdem sollten wir die Nachhaltigkeit des Produkts hervorheben. Die Tatsache, dass CubiX Creator aus recyceltem Plastik besteht, spricht umweltbewusste Eltern an. Aber wie sieht es mit der Produktionskapazität aus, falls die Nachfrage schnell steigt?

Speaker: CubiX Vertreter (04:12)

Ein berechtigter Punkt. Wir können aktuell bis zu 50.000 Einheiten pro Monat produzieren. Sollten wir auf höhere Volumina stoßen, wären wir jedoch bereit, unsere Kapazität zu erweitern. Das wäre allerdings mit zusätzlichen Investitionen verbunden.

Speaker: Kay (04:58)

Gut zu wissen. Für die erste Phase könnten wir mit einer Testkampagne starten, um die Nachfrage zu analysieren. Parallel dazu könnten wir an einem Co-Branding arbeiten, um unsere Markenwerte zu kombinieren. Verpackungen, die sowohl CubiX als auch Tailspin Toys präsentieren, könnten ein starkes Statement setzen.

Speaker: CubiX Vertreter (05:59)

Das klingt nach einem sinnvollen Ansatz. Wir könnten auch darauf achten, dass die Verpackungen minimalistisch und umweltfreundlich gestaltet sind, um die Nachhaltigkeitsbotschaft weiter zu unterstreichen.

Speaker: Marketing-Teammitglied (06:49)

Absolut. Für die Kampagne schlage ich eine Kombination aus Social Media, Influencer-Marketing und gezielten Anzeigen vor. Wir könnten auch Events in unseren Filialen veranstalten, bei denen Kinder live mit CubiX Creator spielen können.

Speaker: Kay (07:52)

Das wäre perfekt, um sowohl die Vielseitigkeit als auch die Qualität des Produkts zu demonstrieren. Ein Punkt, den wir im Auge behalten sollten, ist jedoch die Preisgestaltung. Haben Sie bereits eine Preisstrategie entwickelt?

Speaker: CubiX Vertreter (08:47)

Ja, unser empfohlener Einzelhandelspreis liegt bei 29,99 Euro. Wir denken, dass das ein guter Kompromiss zwischen Erschwinglichkeit und Premium-Positionierung ist.

Speaker: Kay (09:42)

Das klingt angemessen. Wir könnten auch Sonderangebote für die Einführung erstellen, um die Marktdurchdringung zu fördern. Zum Beispiel könnten wir Rabatte für den Kauf mehrerer Sets anbieten.

Speaker: Marketing-Teammitglied (10:16)

Ich denke, ein Bundle-Angebot wäre auch interessant. Zum Beispiel: CubiX Creator mit einem exklusiven Zubehör-Set, das nur in unseren Filialen erhältlich ist.

Speaker: Kay (11:06)

Eine tolle Idee. Als nächste Schritte sollten wir einen detaillierten Projektplan erstellen, der die Markteinführung, das Marketing und die Schulung unseres Verkaufsteams umfasst. CubiX, könnten Sie uns bis nächste Woche Produktmuster und erste Entwürfe für das Co-Branding liefern?

Speaker: CubiX Vertreter (11:56)

Natürlich. Wir senden Ihnen die Materialien bis Mitte nächster Woche zu. Vielen Dank für die Zusammenarbeit – wir freuen uns darauf, CubiX Creator gemeinsam mit Tailspin Toys auf den Markt zu bringen.

Speaker: Kay (12:51)

Danke Ihnen! Ich werde die Ergebnisse dieses Meetings in einer Präsentation zusammenfassen und allen Beteiligten zusenden. Ich freue mich darauf, dieses innovative Produkt gemeinsam erfolgreich zu machen.