

Sablé

by Saman Chegini, Shima Shabani Rod

About Sablé Pâtisserie

شبله یک کارگاه شیرینی فرانسوی است که در سال ۱۴۰۱ توسط الهام علوی و سامان چگینی، یک مادر و پسر عاشق شیرینی‌های فرانسوی تأسیس شده است.

تمرکز ما در شبله تولید بیسکویت‌ها و شیرینی‌های خشک فرانسوی با بهترین کیفیت ممکن و بدون هیچگونه مواد افزودنی و نگهدارنده است.

در کنار شیرینی‌ها، مارمالادهای ارگانیک هم از محصولات خاص شبله هستند. به این صورت که تمامی میوه‌های مورد استفاده از ابتدا در باغ‌های شبله واقع در دماوند به صورت ارگانیک پرورش داده شده، دست‌چین شده و سپس تبدیل به مارمالاد می‌شوند.

مأموریت شبله، گسترش فرهنگ مصرف شیرینی فرانسوی با بالاترین کیفیت ممکن و ارائه‌ی محصولات شخصی‌سازی شده در راستای ایجاد یک تجربه‌ی خاص برای مشتریان است.

سَبَلَه [سَبَلَه] (I)

نوعی شیرینی خشک فرانسوی با بافتی نرم و شکننده که نام آن از واژه فرانسوی sablé به معنای شن گرفته شده است. این شیرینی غالباً از کره، وانیل طبیعی، آرد و شکر تهیه شده و بافت لطیف و شن مانند آن به راحتی در دهان آب می‌شود.



آلبالو خشک ارگانیك (سایز بزرگ)

۴۵۰,۰۰۰ تومان



آلبالو خشک ارگانیك (سایز کوچک)

۳۰۰,۰۰۰ تومان



مینی مدلن

۳۵۰,۰۰۰ تومان



مینی دیامان

۳۵۰,۰۰۰ تومان



مارمالادهای ارگانیك سبیله



مینیا تورے های سبیله

Sun-dried Sour Cherry (450.000 t)



Sablé Products Chart



Business Model Canvas

KEY PARTNERS - Premium Ingredient Suppliers - Packaging Suppliers - Equipment Suppliers - Delivery Services (Tape & Snapp) - Sales Visitors for B2B Acquisition - Customer-Required Collaborations (Influencers, Marketers & Event Planners) - Igu Studio (Branding & Design Solutions)	KEY ACTIVITIES - Production of High Quality Customized French Pastry - Brewing High Quality Coffee - Baking & Selling Artisan Bread - Creating & Maintaining a Luxury Café Ambiance - Organic Cultivation, Harvesting & Processing - B2B Sales & Relationship Management Through Visitors - Brand Management & Control - Advertisement on social media (Instagram, X) KEY RESOURCES Physical: - Skills: Forme in Damwand - Studio & Physical Store (Place) - Computers, Devices & Baking Gear - Ingredients Resources - Packaging Resources Intellectual: - Website - Recipes - Strong Brand Reputation Human: - Skilled pâtisseries, baristas, bakers & staff	VALUE PROPOSITION - Authentic French-inspired baked goods paired with artisan bread and luxury coffee for an exclusive café experience - Organic, preservative-free marmalades and quality pastries with distinct aromas and textures - Luxury café setting: Elegant and welcoming space with exceptional service and attention to detail & experience - Personalized products for individual and corporate clients (custom gifts, etc.) - B2B solutions: Wholesale products tailored for cafés, event planners, and hypermarkets	CUSTOMER RELATIONSHIPS - Luxury experience for visitors of the physical store/café with high quality customer service and personalized interaction - Strong online presence: Website and social media engagement for connecting with the community - VIP programs, newsletters, and loyalty benefits for regular customers - Direct Relationship via Tel & DM - Dedicated relationships with B2B customers managed via sales visitors CHANNELS - Physical store/café - Website (soblepoetry.com) - Social Media (For raising awareness and call to action) - Visitors (B2B)	CUSTOMER SEGMENTS B2C: - Affluent A+ demographic in North Tehran (Districts 1 & 3) - French pastry lovers and high-end gift buyers - Coffee and artisan bread enthusiasts seeking luxurious culinary experiences - Individuals nostalgic for traditional flavors and exclusive homemade treats B2B: - Luxury coffee purchasing wholesale baked goods (including pastries, breads, marmalades) - Event Planners - Companies & Organizations - Luxury Beauty Salons & Fashion Malls - Luxury Hyper Markets
COST STRUCTURE Fixed costs: - Studio & Physical Store Rent, Energy & Maintenance Costs - Website and digital accounts subscriptions - Depreciation Cost of Computers, Devices and Equipments - Salary of the Experts & Staff Variable costs: - High Quality Ingredients - Café Operating Costs - Visitor Commissions (10%) - Branding & Marketing Expenses (Ads, Campaigns, Influencers)		REVENUE STREAMS - In-store & Website Sales (B2C) - Bulk Sales (B2B) - Corporate & Event Solution Sales - High-margin pricing from luxury positioning		

The Lean Canvas

PROBLEM B2C: - Lack of authentic French pastry experience in Tehran. - Limited options for high-quality, organic, preservative-free breads. - Demand for a luxurious and personalized café experience. - Limited luxury pastry options with strong brand association. B2B: - Cafés, event planners, etc., struggle to find consistent, high-end pastry suppliers. - Need for premium, brand-name pastries to enhance their offerings. EXISTING ALTERNATIVES - Other Luxury & Premium Brands (Shorhizad, Shaloubvand, Eclair, H Café, M Café, Vanilla & etc.)	SOLUTIONS - Production of High Quality Customized French Pastry. - Brewing High Quality Coffee - Baking & Selling Artisan Bread - Creating & Maintaining a Luxury Café Ambiance - Organic Cultivation, Harvesting & Processing - B2B Sales & Relationship Management Through Visitors - Brand Management & Control - Advertisement on social media (Instagram, X) KEY METRICS - In-store foot traffic & average order value - Website traffic & conversion rates - B2B sales volume & repeat orders - Social media engagement (likes, shares, followers) - Customer satisfaction scores & reviews - Customer acquisition cost (CAC) - Brand awareness & perception scores (surveys, social listening)	UNIQUE VALUE PROP. - A prestigious French pastry and café experience in Tehran, anchored by a recognized luxury brand, organic ingredients, bespoke service, targeted B2B solutions, and high-end pricing. HIGH-LEVEL CONCEPT - The sophistication of French patisseries, paired with luxury coffee and artisan bread, creating Tehran's ultimate café experience.	UNFAIR ADVANTAGE - Sable's own organic farms in Damavand provide a sustainable and exclusive ingredient source. - Established luxury brand reputation and recognition in Tehran's affluent market. - Pricing power enabled by the brand's luxury positioning and perceived value. CHANNELS - Physical store/café - Website (sablepastry.com) - Social Media (Instagram, X) - Visitors (B2B) - Luxury lifestyle publications & partnerships.	CUSTOMER SEGMENTS B2C: - Affluent residents in North Tehran (Districts 1 & 3), French pastry lovers, luxury experience seekers, brand-conscious consumers. B2B: - Luxury cafés, event planners, companies, luxury hypermarkets, businesses seeking to elevate their brand through partnerships. EARLY ADOPTERS B2C: - Affluent residents in Tehran's Districts 1 and 3 familiar with French cuisine and luxury brands. - High-income individuals seeking organic, high-quality foods and bespoke gifting options. B2B: - Luxury cafés and hypermarkets looking to elevate their offerings with branded premium pastries. - Event planners and businesses requiring upscale culinary collaborations for high-value clients.
COST STRUCTURE Fixed costs: - Studio & Physical Store Rents, Energy & Maintenance Costs - Website and digital accounts subscriptions - Depreciation Cost of Computers, Devices and Equipments - Salary of the Experts & Staff Variable costs: - High Quality Ingredients - Café Operating Costs - Visitors Commissions (10%) - Branding & Marketing Expenses (Ads, Campaigns, Influencers)		REVENUE STREAMS - In-store & Website Sales (B2C) - Bulk Sales (B2B) - Corporate & Event Solution Sales - High-margin pricing from luxury positioning		

۱- مصرف کننده:

- برای استفاده‌ی شخصی می‌خرد.

۲- خریدار:

- B2C — برای هدیه دادن می‌خرد.

- B2B — کافه‌ها

۳- تسهیل کننده:

- Event Planners

مشتري چه چيزي مي‌خرد؟

خریدار (برای هدیه دادن): • ظاهر جذاب و ارزنده داشته باشد (گران باشد). • طعمی خاص داشته باشد. • محصولی باشد که در جای دیگری به راحتی پیدا نمی‌شود. • محصول اصیل و فرهنگ محوری باشد.	مصرف کننده (برای استفاده شخصی): • شیرینی کاملاً ارگانیک با مواد اولیه مرغوب. • زیبا و خوش رنگ و جذاب باشد. • طعمی به یاد ماندنی داشته باشد که جای دیگری پیدا نمی‌شود.
تسهیل کننده (Event Planners): • محصول لوکس و مناسب با هویت ایونت باشد. • شرایط سرو آسان داشته باشد. • باعث تمایز ایونت شود.	خریدار (کافه‌ها): • با سطح خدمات لوکس کافه هم راستا باشد. • ماندگاری داشته باشد (شرایط نگهداری آسان). • باعث تمایز خودش نسبت به دیگر کافه‌ها شود. • قیمت تمام شده‌ی منطقی بر اساس پوزیشن محصول داشته باشد.

مشتری چه زمانی می‌خرد؟

خریدار (برای هدیه دادن): • مناسبت‌های شخصی (مانند سالگردها و تولدها) • مناسبت‌های فرهنگی (مانند شب یلدا و عید نوروز) • مهمانی‌های آخر هفته	مصرف کننده (برای استفاده شخصی): • خرید مداوم و روتین برای خانه یا محل کار • مناسبت‌های فرهنگی (مانند شب یلدا و عید نوروز) • هدیه به خود
تسهیل کننده (Event Planners): • Random	خریدار (کافه‌ها): • خرید روتین به مقدار نیاز جهت سرو

مشتری از کجا می‌خرد؟

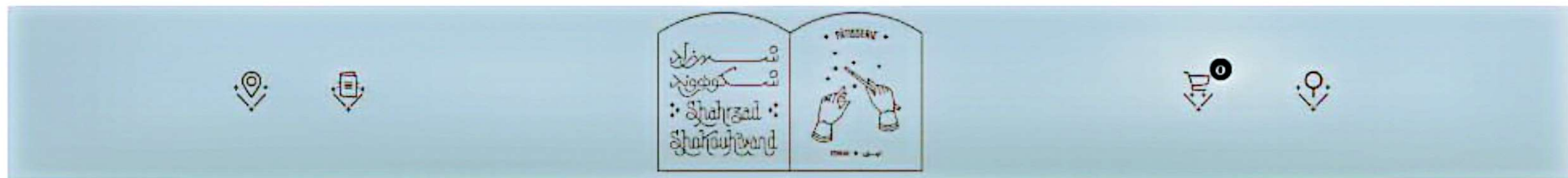
- بوتیک شیرینی (فروشگاه حضوری)
- اینترنتی (وبسایت برند)
- اسنپ‌فود
- دپارتمان استور (مانند روشا)
- کانسپت استور (مانند آستین)
- تماس مستقیم با مسئول فروش برند (تماس تلفنی، واتس‌آپ، اینستاگرام)

Competitors 1/10

Positioned as Premium Brand	Positioned as Luxury Brand
• شیرینی فروشی اکلر • کافه و شیرینی وانپلا • کافه و شیرینی پراگ • سام کافه • کافه بیکری روستار • شیرینی لوند • شیرینی لامور	• آتلیه فم شیک و آتلیه شهرزاد شکوهی‌وند • شیرینی ساعدی‌نیا (محصولات لوکس شکلات و سوهان) • Persian Pantry (محصولات مریاها)

- شعب حضوری در مناطق نیاوران، فرمانیه، فرشته، اقدسیه، ولنجک، شهرک غرب و ...
- وبسایت برند
- اسنپ‌فود / دراپ وان





صفحه اصلی منوی قم شیک (شعبه ی انقلاب) منوی سفارشی ما فروشگاه تیم ما درباره ما تماس با ما

جعبه دیاموند شکلات

۷۵۰,۰۰۰ تومان

افزودن به سبد خرید

دسته: کوکی

برچسب: کوکی، کره ای، شکلات، فلفلی.

به همراه بکلازرد





< >

خانه / شعبه فرشته / بسته‌های اکلر / جعبه کوکی کره ای

جعبه کوکی کره ای

۷۷۰,۰۰۰ تومان

جعبه کوکی کره ای
۵۴ عدد کوکی در طعم های شکلاتی کره ای، مانجا، کرنبری

افزودن به سبد خرید + -

شناسه محصول: ۸۰۹۱۳۴۴۰۱ دسته: بسته‌های اکلر، شعبه فرشته

اکلر فرشته



گواهی سوابق



توضیحات نظرات (0)



< >

خانه / شعبه فرشته / بسته های اکتر / **جعبه پتی فور(۲۱ عدد)**

جعبه پتی فور(۲۱ عدد)

۱,۴۹۵,۰۰۰ تومان

بسته ای شامل ۲۱ عدد از شیرینی های ما از جمله تارت ها، موس ها و طعم های مختلف اکتر که در اندازه ی کوچک آماده شده اند.

ناموجود

شناسه محصول: A99۲۴ee۲۱ دسته: بسته های اکتر شعبه فرشته

اکتر فرشته



گزارش سوءاستفاده



Collaborators

Positioned as Premium Brand	Positioned as Luxury Brand
• دپارتمان استور روشا (کانال فروش) • مبلمان نشیمن (همکاری در ایونت‌ها)	• آستین (کانسپت استور) • کارگاه برشته‌کاری قهوه ژاو (تامین کننده قهوه) • گل فروشی وُشه (همکاری در ایونت‌ها و هویت بصری شعب) • دفتر معماری هادی تهرانی (همکاری در ایونت)

Change Factors (PESTEL)

۱) شرایط سیاسی (Political):

- ممانعت یا مخالفت خاصی از طرف دولت در رابطه با تولید شیرینی‌های فرانسوی وجود ندارد.
- ممنوعیت واردات کالاهای خارجی موجب کمپایی و تورم قیمت تجهیزات کارگاهی شده است که سرعت تجهیز کردن کارگاه را آهسته می‌کند.
- فیلترینگ اینستاگرام و X شرایط تبلیغات و ارتباط با مشتریان را سخت می‌کند.
- مسئله‌ی نظارت بر تبلیغات در فضای مجازی و حجاب در تبلیغات، سناریوهای تبلیغاتی مد نظر ما را دشوار می‌کند.

۲) شرایط اقتصادی (Economic):

- قیمت مواد اولیه نوسان بسیار بالایی دارند که باید در سیاست‌های قیمت‌گذاری محصولات در نظر گرفته شود.
- با توجه به ایجاد شکاف طبقاتی روزافزون، از آنجایی که هزینه‌ی تولید و قیمت نهایی محصولات شبیه بالاست، باید هدف خود را جذب مشتریانی که از لحاظ مالی کشش قیمت‌های بالا را دارند بگذاریم و حاشیه سود بالا داشته باشیم.

۳) شرایط اجتماعی (Social):

- با تلاش‌های برندهای رهبر، فرهنگ استفاده از شیرینی فرانسوی بیش از قبل در بین مردم جا افتاده و روز به روز بیشتر trends می‌شود.
- در اعیاد و مناسبت‌ها تقاضای شیرینی بیشتر می‌شود که با طراحی محصولات اختصاصی برای مناسبت‌ها می‌توان در جهت حفظ و یا افزایش سهم بازار تلاش کرد.

۴) شرایط تکنولوژی (Technological):

- برندهای رقیب به ندرت از ابزارهای دیجیتال مارکتینگ مانند ابزارهای اتومیشن و با ابزارهای داده محور بر پایه‌ی هوش مصنوعی استفاده می‌کنند که استفاده از آن‌ها در شبیه می‌تواند مزیت بسیار بزرگی را ایجاد کند. استفاده از ابزارهایی مانند نرم‌افزار مدیریت سرمایه انسانی توسط هوش مصنوعی (مثل هفت سنگ)، یا نرم افزارهای تحلیل داده در زمینه Retention Marketing (مثل شکان).
- استفاده از بستر وبسایت سازیتو برای وبسایت فروشگاهی که با هزینه بسیار کم، خدمات بسیار مطلوبی را ارائه می‌دهد.
- استفاده از دستگاه ترمومیکس (Thermomix TM6) می‌تواند در آماده سازی مواد اولیه سرعت ما را چندین برابر کند که حتماً در جهت افزایش تعداد دستگاه‌ها به نسبت افزایش مقیاس کارگاه تلاش خواهیم کرد.

۵) شرایط محیط زیستی (Environmental):

- با توجه به اینکه کل دنیا به سمت استفاده‌ی کمتر از پلاستیک و تولید محصول با ایجاد هرچه کمتر کربن پیش می‌رود، و از آنجایی که این قضیه برای مخاطبان ما هم مهم خواهد بود، باید در بسته‌بندی‌های خود از مترپال‌هایی استفاده کنیم که حداقل آسیب را به طبیعت وارد می‌کنند.

۶) شرایط قانونی (Legal):

- در راستای ثبت مجوزهای کارگاه و فروشگاه حضوری باید از طریق نهادهای قانونی مانند وزارت بهداشت و ... مجوزهای لازم دریافت گردد.
- با توجه به شرایط قانونی حجاب، ریسک پلمب شدن مداوم و پرداخت جریمه‌های گزاف نیز وجود دارد.

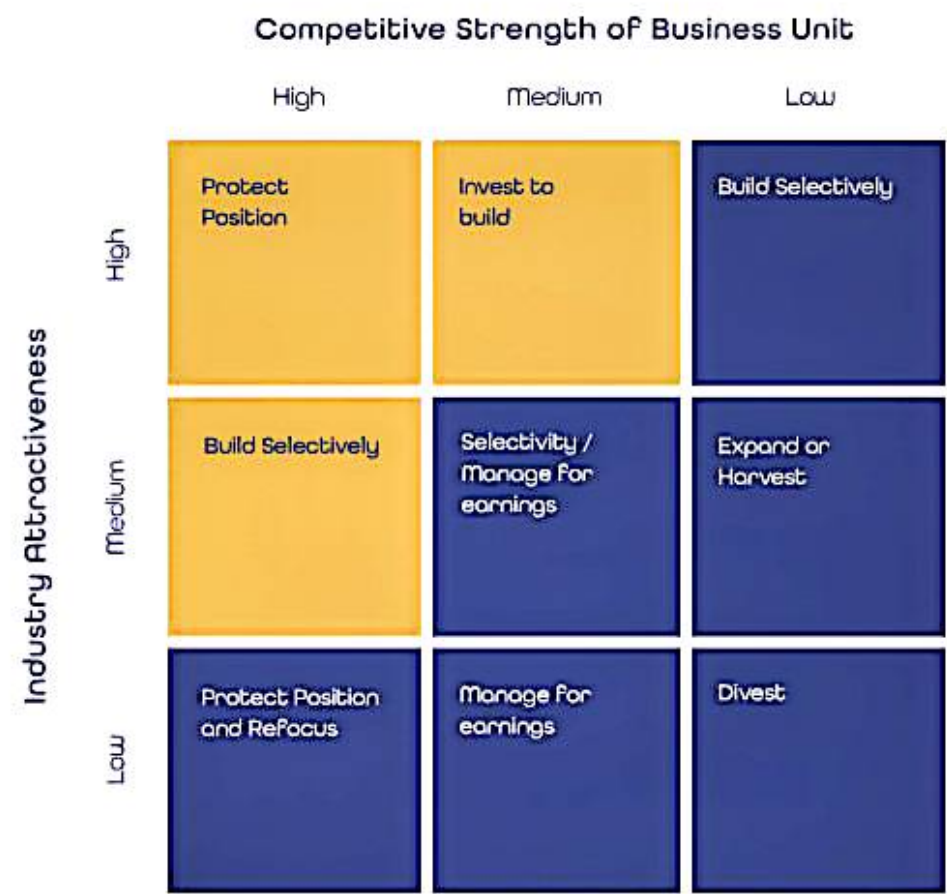
Company (SWOT)

Strengths	Weaknesses	Opportunities	Threats
• بسته‌بندی متمایز • کیفیت بسیار بالا • محصولات نوآورانه و متمایز • برنامه برندینگ مدون و مشخص	• نداشتن شعبه حضوری • عدم فعالیت مداوم در شبکه‌های اجتماعی • تنوع کم محصولات • حجم سرمایه پایین	• فرصت پوزیشنینگ به عنوان برند لوکس	• تقلید رقبا از محصولات • قیمت مواد اولیه بالا و نوسانات

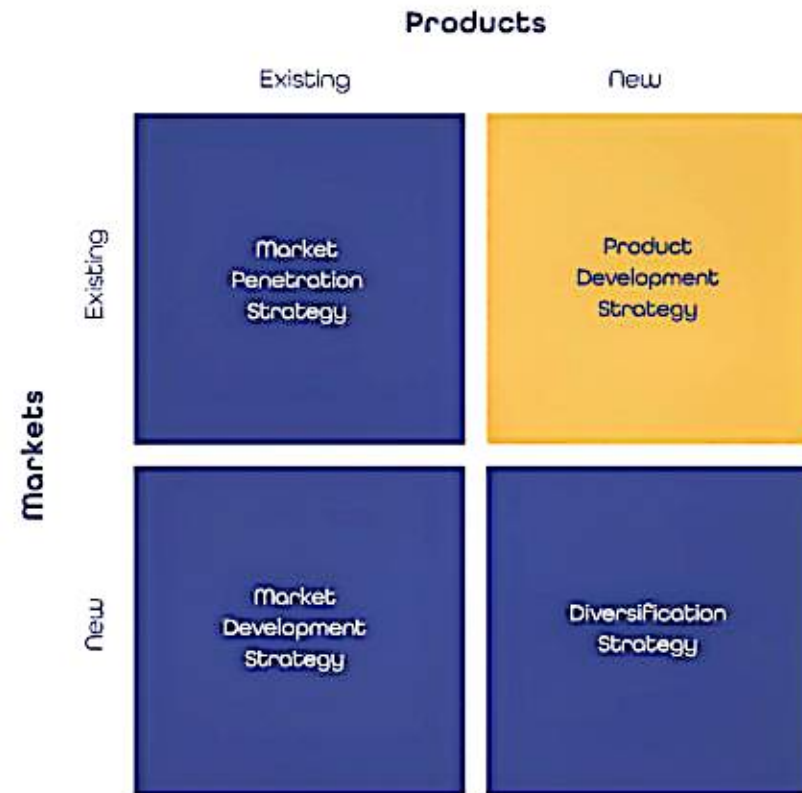
BCG Matrix



McKinsey Matrix



Ansoff Matrix



Aaker's Brand Personality

Competence

Reliable

- Hardworking
- Secure

Intelligent

- Technical
- Corporate

Successful

- Leader
- Confident

Sophistication

Upper-class

- Glamorous
- Good-looking

Charming

- Feminine
- Smooth

Excitement

Daring

- Trendy
- Exciting

Spirited

- Cool
- Young

Imaginative

- Unique

Up-to-date

- Independent
- Contemporary

Ruggedness

Outdoorsy

- Masculine
- Western

Tough

- Rugged

Sincerity

Down-to-earth

- Family Oriented
- Small-Town

Honest

- Sincere
- Real

Wholesome

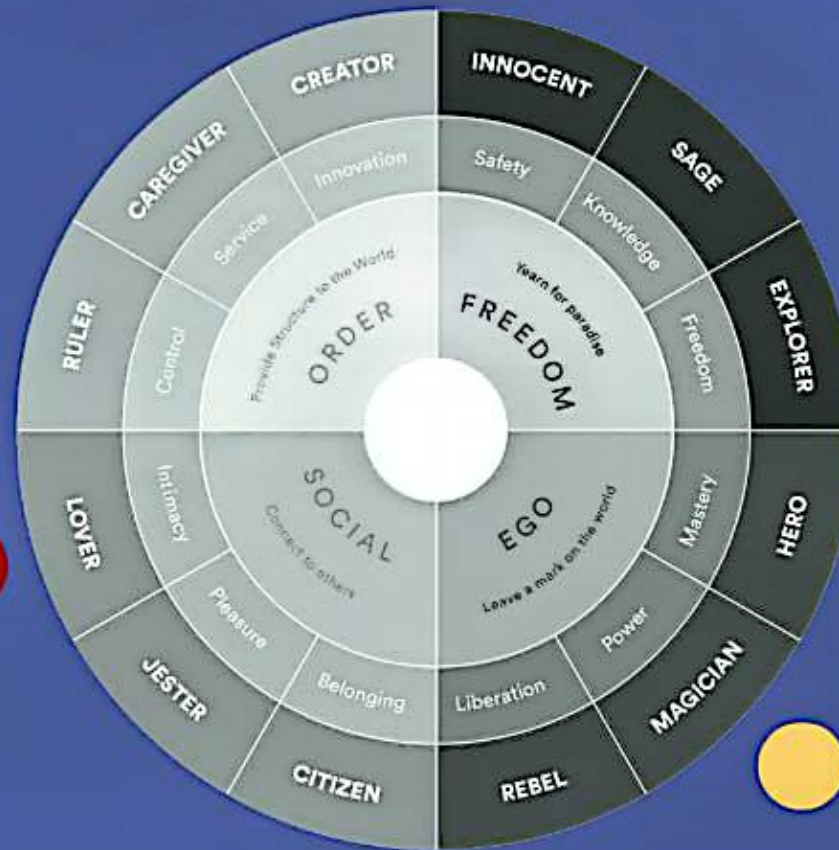
- Original

Cheerful

- Sentimental
- Friendly

Brand Archetype

Customers's
Archetype



Sablé's
Archetype

Pricing Strategy

استراتژی قیمت‌گذاری مبتنی بر ارزش (Value Based Pricing) + قیمت‌گذاری فریبنده (Charm Pricing) = قیمت‌گذاری لوکس با حاشیه سود بالا

۱. ایجاد تجربه بسیار خاص با استفاده از کارت‌های دیزاین‌شده‌ای که در کنار بسته‌بندی‌ها قرار می‌گیرند.
۲. ایجاد تجربه خاص با اضافه کردن سمپل از محصولات دیگر در کنار بسته‌بندی سفارش‌ها.
۳. ارسال شیرینی در روز تولد یا سالگردها برای مشتریان در جهت افزایش وفاداری
۴. ارسال عکس قاب شده از مشتریان در کنار شیرینی سبله در مناسبت‌ها
(طی برنامه‌ای از مشتریان درخواست شود که عکس‌هایی که با عزیزانشان در روز تولد یا سالگرد به همراه شیرینی‌های سبله می‌گیرند را به اشتراک بگذارند، سپس در حالت غافلگیر کننده یک قاب عکس کوچک یادگاری از آن عکس را برایشان ارسال کنیم).
۵. ایجاد باشگاه مشتریان و ارائه‌ی پروموشن در قالب باشگاه به مشتریان

۱. ایجاد کمپین‌های تبلیغاتی inbound در X (توییتر) با استفاده از ترندها
۲. ایجاد کمپین‌های تبلیغاتی در اینستاگرام با موضوع شیرینی‌ای که بسیار با کیفیت و گران است.
۳. انتشار محتوای لایف‌استایل محور در اینستاگرام با استفاده از چهره‌هایی که تم اروپایی/فرانسوی دارند.
- ۴.

۱. ایجاد کمپین‌های تبلیغاتی inbound در X (توییتر) با استفاده از ترندها
۲. ایجاد کمپین‌های تبلیغاتی در اینستاگرام با موضوع شیرینی‌ای که بسیار با کیفیت و گران است.
۳. انتشار محتوای لایف‌استایل محور در اینستاگرام با استفاده از چهره‌هایی که تم اروپایی/فرانسوی دارند.
- ۴.