**Задание 1: Создание SWOT-анализа для продукта "Шаурма и шашлык"**

1. **Сильные стороны (Strengths):**
   * Высокое качество ингредиентов.
   * Быстрая доставка.
   * Лояльная клиентская база благодаря вкусной еде.
2. **Слабые стороны (Weaknesses):**
   * Ограниченный ассортимент блюд.
   * Отсутствие офлайн-точек продаж.
   * Зависимость от доставки, что может привести к задержкам.
3. **Возможности (Opportunities):**
   * Расширение ассортимента блюд.
   * Открытие офлайн-точек.
   * Внедрение программы лояльности для постоянных клиентов.
4. **Угрозы (Threats):**
   * Высокая конкуренция на рынке фастфуда.
   * Изменения в предпочтениях потребителей в сторону здорового питания.
   * Увеличение стоимости ингредиентов.

**Оформление результатов:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Сильные стороны** | **Слабые стороны** |
| Высокое качество ингредиентов | Ограниченный ассортимент блюд |
| Быстрая доставка | Отсутствие офлайн-точек |
| Лояльная клиентская база | Зависимость от доставки |

|  |  |
| --- | --- |
| **Возможности** | **Угрозы** |
| Расширение ассортимента блюд | Высокая конкуренция на рынке фастфуда |
| Открытие офлайн-точек | Изменения в предпочтениях потребителей |
| Внедрение программы лояльности | Увеличение стоимости ингредиентов |

**Задание 2: Определение целевой аудитории для "Шаурма и шашлык"**

1. **Демографические признаки:**
   * Возраст: 16–90 лет.
   * Пол: преимущественно мужчины.
   * Доход: средний и выше среднего.
2. **Географические признаки:**
   * Города-миллионники.
   * Районы с высокой плотностью населения.
3. **Поведенческие признаки:**
   * Частота заказа еды на дом: несколько раз в неделю.
   * Причины покупки: удобство, скорость, вкус.
4. **Психографические признаки:**
   * Любители быстрой и сытной еды.
   * Ведут активный образ жизни.
   * Ценят качество продуктов.