**Результаты SWOT-анализа**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Сильные стороны** | **Слабые стороны** | **Возможности** | |  | | --- | | **Угрозы** | |
| Высокое качество продуктов | Ограниченная география доставки | Расширение ассортимента | |  | | --- | | Конкуренция с крупными сетями | |
| Быстрая доставка | Зависимость от сезонности поставок ингредиентов | Внедрение системы предзаказов и подписок | |  | | --- | | Изменения в предпочтениях потребителей | |
| Разнообразное меню | Высокая стоимость некоторых блюд | Партнёрство с местными поставщиками | Экономическая нестабильность |
| Программы лояльности | Низкий уровень узнаваемости бренда | Открытие франшиз | Перебои с поставками ингредиентов |
| |  |  | | --- | --- | | Хорошая репутация |  | | Недостаточная представленность в соцсетях | Увеличение интернет-присутствия | |  | | --- | | Новые законодательные требования | |

# Определение целевой аудитории

**1. Демографические признаки:**

* Возраст: 20–45 лет.
* Пол: преимущественно женщины.
* Образование: среднее специальное и высшее.
* Доход: средний и выше среднего.

**2. Географические признаки:**

* Жители крупных городов (Москва, Санкт-Петербург, Казань, Екатеринбург и др.).
* Районы с высокой плотностью населения.

**3. Поведенческие признаки:**

* Часто заказывают еду на дом или в офис.
* Предпочитают здоровое питание и качественные продукты.
* Активно пользуются мобильными приложениями и сайтами для заказа еды.
* Частота заказов: 1–2 раза в неделю.

**4. Психографические признаки:**

* Ценность удобства и экономии времени.
* Интерес к новым вкусовым сочетаниям и кулинарным трендам.
* Стремление поддерживать здоровый образ жизни.
* Готовность платить за качественный продукт.

**Описание целевой аудитории:**

* **Демография:** мужчины и женщины 20–45 лет, с образованием не ниже среднего специального, с доходом средним и выше среднего.
* **География:** жители крупных городов с высоким спросом на доставку еды.
* **Поведение:** активно заказывающие еду на дом или в офис, предпочитающие здоровые и качественные продукты, часто использующие мобильные приложения и сайты для заказа еды.
* **Психография:** ценящие удобство, здоровье и новые вкусы, готовые платить за высокое качество.