

SmartDrive 5" - Analiza wejścia produktu na rynek

Stanisław Nieradko 193044 - Zarządzanie Firmą Informatyczną 2025

Celem tego raportu jest analiza wejścia na rynek produktu SmartDrive 5" oraz ocena jego potencjału rynkowego. Produkt ten jest przenośnym i kompaktowym urządzeniem przypominającym tradycyjną nawigację GPS, umożliwiającym bezprzewodową obsługę Android Auto oraz rejestrację jazdy (funkcja dashcam) w starszych pojazdach.

Generowanie i selekcja pomysłów

W trakcie analizy rynku i potrzeb klientów, zidentyfikowano kilka kluczowych obszarów, które mogą wpłynąć na sukces produktu:

- Rosnące zainteresowanie funkcjami rejestracji jazdy (dashcam) w kontekście bezpieczeństwa na drodze.
- Duże zainteresowanie produktami umożliwiającymi korzystanie z systemów Android Auto i Apple CarPlay w samochodzie, lecz niską jakość i funkcjonalność dostępnych rozwiązań dla starszych modeli.
- Mimo dużej konkurencji w obszarze nawigacji GPS, istnieje nisza dla produktów nieprzeznaczonych do stałego montażu, które można łatwo przenosić między pojazdami.
- W porównaniu z konkurencyjnymi produktami (OTTocast, CoralVision, Carpuride, Drivvplay), SmartDrive 5" mógłby wyróżnić się na tle innych produktów dzięki swojej funkcjonalności i cenie.

Strategia firmy

- Dystrybucja produktu powinna być realizowana przez kanały online, takie jak Amazon, Allegro oraz własny sklep internetowy.
- Współpraca z influencerami i blogerami motoryzacyjnymi (poprzez przysyłanie darmowych egzemplarzy recenzyjnych do testów) w celu zwiększenia świadomości marki i produktu w Polsce (z potencjałem późniejszej ekspansji na resztę Europy).
- Marketing oparty na kanały społecznościowe, takie jak Facebook, Instagram i TikTok, z naciskiem na treści wideo, memy i recenzje użytkowników.
- Firma planuje prowadzić sprzedaż w formie dropshipping, co pozwoli na minimalizację kosztów magazynowania i logistyki. Współpraca z lokalnymi dostawcami i kurierami umożliwi szybką dostawę do klientów.

Analiza SWOT

Mocne Strony (S)

- + Wielofunkcyjność w jednym
- + Plug&Play, bez instalacji
- + Przystępna cena

Szanse (O)

- + Rosnący rynek retrofitów aut
- + Wzrost popularności Android Auto
- + Mała popularność konkurencji w Polsce

Słabe strony (W)

- Brak wsparcia Apple CarPlay
- Mały ekran (5" może być niewystarczający dla niektórych)
- Niska rozpoznawalność marki na starcie

Zagrożenia (T)

- Duża konkurencja z Chin (Carlinkit, Ottocast)
- Zmiany w API Android Auto lub regulacje UE

Marketing Mix (4P)

Produkt

Cena

Ekran 5" IPS (800×480), łączność WiFi i Bluetooth
 Obsługa bezprzewodowego Android Auto
 Dashcam 1080p z zapisem na kartę SD
 Odtwarzanie audio przez Bluetooth, AUX lub FM
 Zasilanie z gniazda 12V, montaż na przyssawkę

Cena detaliczna: 399 zł
 Segment: budżet premium (tańszy niż Carpuride, ale bardziej funkcjonalny niż adaptory)
 Rabaty dla influencerów, blogerów motoryzacyjnych, ich widzów oraz dla pierwszych klientów

Miejsce

Start: e-commerce (Allegro, Amazon, sklep własny)
 Kolejne etapy: sprzedaż partnerska z serwisami samochodowymi, floty taxi, OLX

Promocja

Influencerzy motoryzacyjni na YouTube/TikTok
 Kampania Google Ads / Facebook Ads
 Promocje startowe – pierwsze 1000 szt. –10%

Kosztorys

A. Koszty produkcji jednostkowej (1 000 sztuk, szacunkowe)

Składnik	Cena [zł]
Ekran IPS 5" FullHD (1080p) + kontroler	80
Obudowa + montaż (plastik/metal)	20
Moduł Wi-Fi/Bluetooth	18
Dashcam (przednia kamera 1080p)	28
Płytki PCB + mikrokontroler	30
Akcesoria (uchwyt, ładowarka, przewody)	14
Koszt produkcji (1 szt.)	25
Razem	215

B. Koszty personelu (rocznie, proporcjonalnie do 1 000 szt.)

Stanowisko	Liczba	Roczne wynagrodzenie [zł]	Proporcjonalny koszt (1 000 szt.) [zł]
Inżynier / Specjalista multi-role	1	120 000	120 000

C. Koszty dodatkowe i operacyjne

Składnik	Kwota [zł]
Testy i certyfikacja CE	8 000 zł
Opakowania i instrukcje	4 000 zł
Marketing startowy (mikro-influencerzy, reklama)	3 000 zł
Strona WWW / sklep	3 000 zł
Magazyn + logistyka	5 000 zł
Platformy e-commerce (prowizje, opłaty)	6 000 zł
Obsługa zwrotów i gwarancje	2 500 zł

Składnik	Kwota [zł]
Razem koszty operacyjne	31 500 zł

D. Podsumowanie finansowe

Pozycja	Kwota [zł]
Koszt produkcji (1 000 szt.)	215 000
Koszt personelu	120 000
Koszt operacyjny	31 500
Razem koszty	366 500
Cena detaliczna (szt.)	399
Przychód (1 000 szt.)	399 000
Zysk brutto	32 500

Plan wejścia na rynek

- Prototyp i testy (0–6 miesiąc) – prototypowanie, utworzenie firmware’u, produkcja pierwszych 100 sztuk, testy funkcjonalności i jakości
- Kampania przedsprzedażowa (6-12 miesiąc) - testy i certyfikacja CE, uruchomienie strony WWW, kampania marketingowa, współpraca z influencerami
- Produkcja i logistyka (12+ miesiąc) – pierwsze 1000 sztuk, uruchomienie sprzedaży, monitorowanie wyników i opinii klientów