

Feasibility-study-v1.0

mySelf



Χαράλαμπος Σιαμόγλου, AM: 235890/1041601

Βασίλειος Τριπολίδης, AM: 236365/1044489

Γεώργιος Μπούζας, AM: 1051850

Δημήτρης Βλάχος, AM: 1057606

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΓΟΡΑΣ

Το myself είναι μια εφαρμογή που μπορεί να ανταπεξέλθει στις ανάγκες της αγοράς και να είναι ανταγωνιστικό με όμοια οποιαδήποτε άλλη παρόμοια εφαρμογή. Η εφαρμογή αυτή είναι ανταγωνιστική προς την μια όμοιά της καθώς περιλαμβάνει πρόγραμμα επιβράβευσης μέσω πόντων. Την κάνει να ξεχωρίζει επίσης διότι ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να φιλτράρει τα καταστήματα που του εμφανίζονται με βάση τα προϊόντα προτίμησης του αλλά και να επιλέγει από πριν με ποιον υπάλληλο από το κατάστημα θέλει να συνεργαστεί. Παράλληλα δίνει στον χρήστη τη δυνατότητα να προτείνει νέα πακέτα και συνεργασίες μέσω των καταστημάτων ώστε προσαρμόζονται οι inclusive προσφορές με βάση την προτίμησή του. Τέλος ο χρήστης θα αγαπήσει αυτή την εφαρμογή λόγω της ευχρηστίας της και της εξοικονόμησης χρόνου που προσφέρει. Η σημασία της πλατφόρμας έγκειται στην παροχή ψηφιακών λύσεων στις επιχειρήσεις που αναζητούν πιθανούς πελάτες.

Πλεονεκτήματα της εφαρμογής που την καθιστούν ελκυστική για επαγγελματίες:

- Χαμηλό κόστος προβολής/διαφήμισης
- Ψηφιακή διαχείριση επαγγελματικής ατζέντας
- Διεύρυνση επαγγελματικού κύκλου
- Online έκδοση τιμολογίων
- Συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις (πχ κομμωτήριο με ινστιτούτο ομορφιάς) αυξάνοντας έτσι το πελατολόγιό τους.

Πλεονεκτήματα της εφαρμογής που την καθιστούν ελκυστική για ενδιαφερόμενους:

- Πρόγραμμα επιβράβευσης πελατών
- Αρκετά απλοϊκή και εύχρηστη για κάθε ηλικία
- Ενημέρωση για προσφορές και inclusive πακέτα βάση των προτιμήσεών του

ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

1η φάση: Στόχευση σε επαγγελματίες με σκοπό την εξασφάλιση της συμμετοχής τους κατά την επίσημη λειτουργία της εφαρμογής.

2η φάση: Στόχευση στο αγοραστικό κοινό.

3η φάση: Στόχευση στην αύξηση των χρηστών και της επισκεψιμότητας της εφαρμογής.

Διαφημιστική στρατηγική:

- στο διαδίκτυο με στοχευμένες διαφημίσεις στα κοινωνικά δίκτυα και σε ιστοσελίδες ενημέρωσης με υψηλή επισκεψιμότητα με πληρωμένα άρθρα και το κατάλληλο οπτικοακουστικό υλικό.
- Διαφημιστική καμπάνια σε σημεία υψηλής επισκεψιμότητας. (πχ. Στάσεις μετρό λεωφορεία).
- Διανομή φυλλαδίων/ αποστολή ενημερωτικών email σε φορείς/ επιχειρήσεις υψηλού ενδιαφέροντος.

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΠΡΟΒΛΕΨΗ

Τα έσοδα της πλατφόρμας θα τα επιφέρει ένα σύστημα προμηθειών και μηνιαίων συνδρομών. Συγκεκριμένα, για κάθε διεκπεραιωμένο ραντεβού θα εισπράτουμε το 5% του κόστους και για κάθε αγορά ενός απο τα inclusive πακέτα το 8%. Σημαντικός οικονομικός πόρος όμως θα είναι και οι μηνιαίες συνδρομές.

Συγκεκριμένα:

- πακέτο 3 και 6 μηνών στην τιμή των 45 και 90 ευρώ αντίστοιχα.
- πακέτο 1 και 2 ετών στην τιμή των 160 και 300 ευρώ αντίστοιχα.

Στόχοι της εφαρμογής κατά τον πρώτο χρόνο λειτουργίας:

- εξασφάλιση 300 συνδρομητών διάρκειας 3 μηνών αξίας 45€ και έσοδα 13.500€
- εξασφάλιση 200 συνδρομητών διάρκειας 6 μηνών αξίας 90€ και έσοδα 18.000€
- εξασφάλιση 300 συνδρομών ετήσιας διάρκειας αξίας 160€ και έσοδα 48.000€
- εξασφάλιση 100 συνδρομών διάρκειας δυο ετών αξίας 300€ και έσοδα 30.000€
- στην επλήρωση 200.000 ραντεβού μέσου κόστους 25€ και έσοδα 250.000€
- στην πώληση 50.000 inclusive πακέτων μέσου κόστους 35€ και έσοδα 140.000€

Συνολικά έσοδα 499.500€

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ

1/03/2021 – Αρχή πρότζεκτ

08/03/2021 – Αναζήτηση επενδυτών

13/03/2021 – Ολοκλήρωση beta έκδοσης

22/05/2021 – Ολοκλήρωση πλατφόρμας

27/05/2021 – Ολοκλήρωση mobile έκδοσης

28/05/2021 – Έναρξη επίσημης διαφημιστικής καμπάνιας