# Estudio del mercado

Tabla de análisis.

# McDonald’s

* App analizada: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.mcdonalds.android>
* Funcionalidades:
  + Ofertas por descargar la app.
  + Canjeo de cupones.
  + Listado de la carta de productos. Por cada uno se puede ver la información de alérgenos y la información nutricional.
  + Listado de restaurantes.
  + Envío de pedidos a domicilio.
  + Acceso a nuevos niveles.
    - Escanear el ticket de la compra.
* Fidelización clientes: utiliza un sistema por niveles, en el que cuanto más alto sea el nivel, mejores ofertas se podrán encontrar. Para poder subir de nivel se necesitará escanear los tickets de la compra y llegar a un mínimo de gasto.
* Puntos positivos.
* Puntos negativos.
* Comentarios:
  + Nada más registrarse uno es nivel plata, lo que hace que automáticamente se consigan descuentos. Propone un gasto de 10€ para pasar al nivel Oro.
  + Tres niveles:
    - bronce: cuatro ofertas y cuatro ofertas más del restaurante más cercano.
    - plata: otras cuatro ofertas más.
    - oro: exige un gasto mínimo de 10€ al mes. Acceso a un mayor número de ofertas.
  + Un usuario propone que se puedan customizar los menús desde el móvil y así con un código QR crear automáticamente el menú en la máquina de pedidos.
  + Ha enviado una promoción en la que se regalaba un McFlurry a cambio de dar la opinión de la app por correo electrónico.

# Burger King

* App analizada: <https://play.google.com/store/apps/details?id=es.burgerking.android>
* Funcionalidades:
  + Conseguir ofertas exclusivas.
  + Listado de restaurantes.
  + Pedidos a domicilio.
  + Listado de carta de productos. Comprobación del valor nutricional y alérgenos de cada uno de los productos.
  + Listado de cupones.
  + Listado de promociones.
* Fidelización clientes: El programa se llama “Mis Coronas”. Cada tres pedidos realizados por medio de la app móvil o el sitio web de Burger King se acumulan coronas. Cada corona se puede cambiar por una hamburguesa gratis. Además, invitan a registrarse en la app, ya que, con el historial de pedidos realizarán ofertas personalizadas al cliente.
* Puntos positivos.
* Puntos negativos.
* Comentarios:
  + La fidelización de clientes es bastante mala y se limita a los pedidos realizados vía web o vía app móvil. Se limita a regalar una hamburguesa cada 3 pedidos y a ofrecer promociones personalizadas.
  + En restaurante no hay ninguna promoción.

# KFC

* App analizada: <https://play.google.com/store/apps/details?id=es.kfc.spain>
* Funcionalidades:
  + Ofertas exclusivas y personalizadas.
  + Listado de restaurantes.
  + Carta de productos. Comprobación del valor nutricional y alérgenos de cada uno de los productos.
  + Menú nutricional.
* Fidelización clientes: no existe una fidelización de clientes como tal. Se limita a poner ofertas y en el caso de que el usuario esté registrado, se muestran ciertas que, según aseguran, son personalizadas.
* Puntos positivos.
* Puntos negativos.
* Comentarios:
  + Poco que comentar. No tiene fidelización con clientes.

# VIPS

* App analizada: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.clubvips.app>
* Funcionalidades:
  + Pedidos ‘take-away’.
  + Club EuroVIPS: promociones de los restaurantes de la cadena VIPS (Fridays, VIPS, Ginos, Starbucks…).
  + Listado de restaurantes (con filtros). Reserva.
  + Botón WiFi para navegar con un solo click en los restaurantes de la cadena.
  + Paga desde la App.
  + ShakeIt: realiza un pedido con solo agitar el móvil.
  + Monedero Club VIPS para llevar un control permanente de los gastos.
  + Guardar promociones en la App.
* Fidelización clientes:
  + Para fidelizar clientes está el Club EuroVIPS, en el que hay un ‘cashback’ del 3% en todos los pedidos. Este importe se puede duplicar bajo ciertas condiciones.
  + Tarjeta Club VIPS en donde se pueden sumar puntos.
  + Guardar promociones en la app mediante un escáner QR.
  + Invitaciones dirigidas a los clientes en forma de promociones. Por ejemplo “te invitamos a nuestras hamburguesas del Chef o a nuestras nuevas pizzas Chicago Style” o “te invitamos a probar nuestras pizzas”.
  + Tres niveles de Club VIPS:
    - Club VIPS Clásica:
      * Condiciones: ser socio.
      * Ventajas:
        + WiFi Premium
    - Club VIPS Oro.
      * Condiciones: obtener un mínimo de 18 EuroVIPS o 25 tickets de Starbucks.
      * Ventajas:
        + doble de puntos en determinadas franjas horarias y en determinados establecimientos de la cadena.
        + añadir gratis un extra a la bebida en cada ticket.
        + WiFi Premium
    - Club VIPS Platino.
      * Condiciones: obtener un mímo de 45 EuroVIPS o 50 tickets de Starbucks.
      * Ventajas:
        + doble de puntos en mayores franjas horarias.
        + añadir gratis un extra a la bebida en cada ticket.
        + WiFi Premium.
        + probar gratuitamente la bebida especial de Starbucks en cada campaña.
* Puntos positivos.
* Puntos negativos.
* Comentarios:
  + De las analizadas es la más completa y compleja.

# Pans&Company

* App analizada: <https://play.google.com/store/apps/details?id=es.eatout.panscompany>
* Funcionalidades:
  + Listado de restaurantes.
  + Ofertas y descuentos.
  + Listado de la carta. Consulta de los valores nutricionales, así como información para alérgicos.
  + Tarjeta de fidelidad.
* Fidelización clientes: ofrece una tarjeta de fidelidad, integrada en la misma app. Esta tarjeta básicamente consiste en un código QR que el usuario puede mostrar en caja para acumular puntos que, posteriormente se podrán convertir en dinero. Ofertas personalizadas.
* Puntos positivos.
* Puntos negativos.
* Comentarios:

# Danone

* App analizada: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.innofis.danone.pincode.mobile.android>
* Funcionalidades:
  + Permite recibir hasta 30€ al mes en la cuenta bancaria.
  + Participación en sorteos.
  + Ofertas y descuentos personalizados.
  + Adquirir planes y escapadas desde 0€
* Fidelización clientes:
  + Fideliza clientes siguiendo varias estrategias:
    - Sorteos: existen varios sorteos que se realizan a la vez. El usuario elige manualmente en cuáles quiere participar, tras haber participado en una actividad, por lo que obliga al usuario a estar consultando la app cada cierto tiempo. Entre las actividades hay juegos, adquisición de productos de la marca, o incluso, compartir con amigos el hecho de que vas a participar.
    - Escaneo de cupones: se pueden escanear cupones de reembolso de efectivo, que se ingresarán en la cuenta bancaria del cliente, hasta un máximo de 30€ al mes.
    - Subastas de productos por medio de puntos: todos los puntos obtenidos en la aplicación se pueden utilizar para pujar en productos que se ofrecen en subastas.
    - Suma de puntos: los clientes pueden añadir puntos a su cuenta introduciendo los códigos de los lotes de productos de la marca.
* Puntos positivos.
* Puntos negativos.
* Comentarios:
  + En mi opinión es la app más similar a aquello que se quiere realizar en este TFG.

# Aliexpress

* App analizada:  <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.alibaba.aliexpresshd>
* Funcionalidades:
* Fidelización clientes:
* Puntos positivos.
* Puntos negativos.
* Comentarios: