Marketingová analýza

1. Analýza trhu a odhad poptávky po aplikaci

Poptávka při koronaviru:

Z dotazníku níže vyplývá, že 54.5% dotázaných by si určitě při uzavření aplikaci stáhlo a dalších 18.2% odpověděla “spíše ano”. Zbylých 27.3% neví, nebo by si aplikaci nestáhlo.

Poptávka mimo uzavření podniků:

Dále vyplývá, že mimo uzavření by si aplikaci stáhlo 54.6% dotazovaných (27.3% určitě, 27.3% spíše ano)

Z 11ti respondentů mělo 7 z nich někdy problém s vyhledáním výdejového okýnka - všichni, kteří s vyhledáním problém měli, odpověděli na otázku stáhnutí aplikace při uzavření pozitivně.

Cílový subjekt: každý občan (při uzavření podniků), turisté, lidé na festivalech a kulturních akcích, lidé na procházkách (vyplývá z dotazníku)

Dotazník: https://forms.office.com/Pages/AnalysisPage.aspx?id=BsRF82hSsEOxn1hi-mgz-H6n\_kzMS\_lCozrmTss\_yF9UOUNLVDZHNUJHSDZUMzZaSlhQQlhDT1JZMy4u&AnalyzerToken=jRVtcDoYDNFGuMsLTnYTFVSm5SjeLNf2

1. Analýza konkurence

Významní konkurenti: Google Maps, TripAdvisor, Restu.cz, PražskejRej

Žádný z konkurentů nemá uživatelsky přívětivý nástroj, kterým by uspokojoval gastro potřeby lidí při vlně koronaviru. Uživatel Google Maps by ale alternativně mohl kliknutím na každou restauraci v jeho okolí zjistit a hledat, zda zrovna tato restaurace nemá tag Takeaway. Příjemnější možnost nemá.

Uživatel služeb: podniky chtějící se v naší aplikaci zvýraznit, chtějící si koupit analýzu kolemjdoucích a jejich gastro potřeb. Dle slov Luboše Gastnera je naší cílovkou asi 40% podniků. Podniky by byly prý schopny zaplatit 10,- za každou návštěvu přes naši aplikaci.

1. Marketingové plánování:

Poslání projektu: Zacelit mezeru v gastronomii – pomoci lidem při vlně koronaviru najít občerstvení a zároveň tím zvýšit výnos uzavřeným podnikům. Zároveň se jako první mezi gastro aplikacemi přizpůsobíme změně v gastronomii, popularizaci Takeaway (jak mezi podniky tak mezi lidmi)

Hlavní strategický cíl projektu: Dostat lidi k tomu, aby Takeaway vyhledávali výhradně přes nás a tím se později zařadit mezi populární gastro aplikace.

Zvolené strategie...

1. Definování marketingových nástrojů řízení:

Produkty a cena:

Propagace: Instagram a další SocNet promotions, letáky a nálepky