



Gastronomik

# STRATEGJITE E MARKETINGUT

Presented by: Klajdi Ramaj



# PIKAT

01

Objektivat e strategjise

02

Njohja me aplikacionin

03

Target Group i audiences

04

Strategjia e shperndarje dhe rritjes

05

Reklamat e targetuara (ads)

06

Bashkpunimet me infuencere

07

Marketingu permes permbajtjes

08

Email marketing

09

Sfidat dhe lojrat shperblyese



# OBJEKTIVAT E STRATEGJISE



- 1 ) Ndertimi i nje audience fillestare**
- 2 ) Rritja e shkarkimeve te aplikacionit**
- 3 ) Ndergjegjesimi ne aplikacioni esht korrekt**





# NJOHJA ME APLIKACIONIN “PREZANTIMI”



Mirësevini në Gastronomik, aplikacionin më të ri dhe më inovativ për porositjen e ushqimit. Me Gastronomik, mund të shijoni ushqimin tuaj të preferuar nga restorantet më të mira në qytet, të gjitha me një klikim. Qëllimi ynë është të ofrojmë një eksperiencë të thjeshtë, të shpejtë dhe të sigurt për çdo përdorues, duke sjellë ushqimin tuaj të preferuar drejt derës suaj, në çdo kohë dhe kudo që jeni.

**Gastronomik**

Ushqime shumë te  
shijshme që dorzohen  
tek dera juaj.

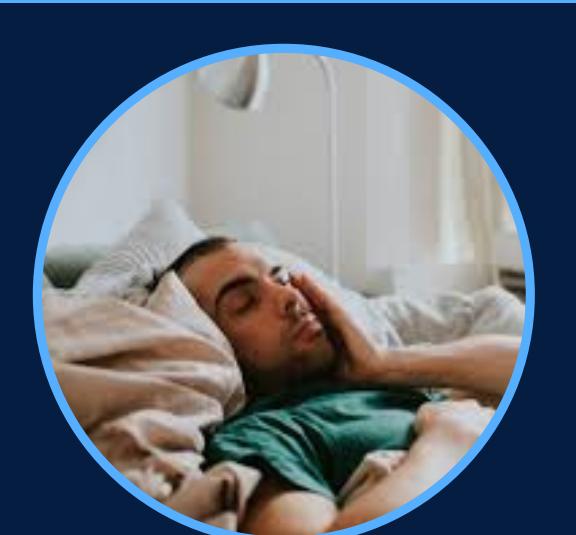
**Get started**

# TARGET GROUPI I AUDIENCES



Punojsit ne zyra

Personat qe punojn ne punojne me ore te gjata qe punojn ne zyra nuk akn kohe qe te gatuajn ne shtepi dhe atyre ju duhet nje zgjidhj e mir dhe e shepejt prandaj keture ju nevojitemi ne



Personat qe sdin te gatuajn

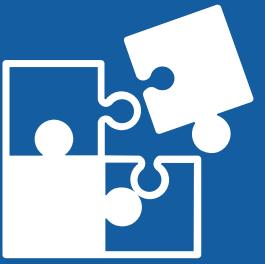
Ka shume persona qe nuk dijne te gatuajn ose nuk kan durim te gatuajn keta gjithmon shikojn opsione te dryshme por jo gjithmon gjejn gjera te mira dhe te lira me aplikacionin ton keta persona mun te jen shum te kenaqr



Specialistet e ushqimeve

Specilistet e ushqimeve gjithmon jan ne kerkim te ushqimeve te ndryshme qe nuk i kan provuar me pare dhe me nje perdom te tjesht te aplikacionit ushqimi qe porosisin do ju shkoj direkt tek guzhina ku ata jan

# STRATEGJIA E SHPERNDARJE DHE RRITJES



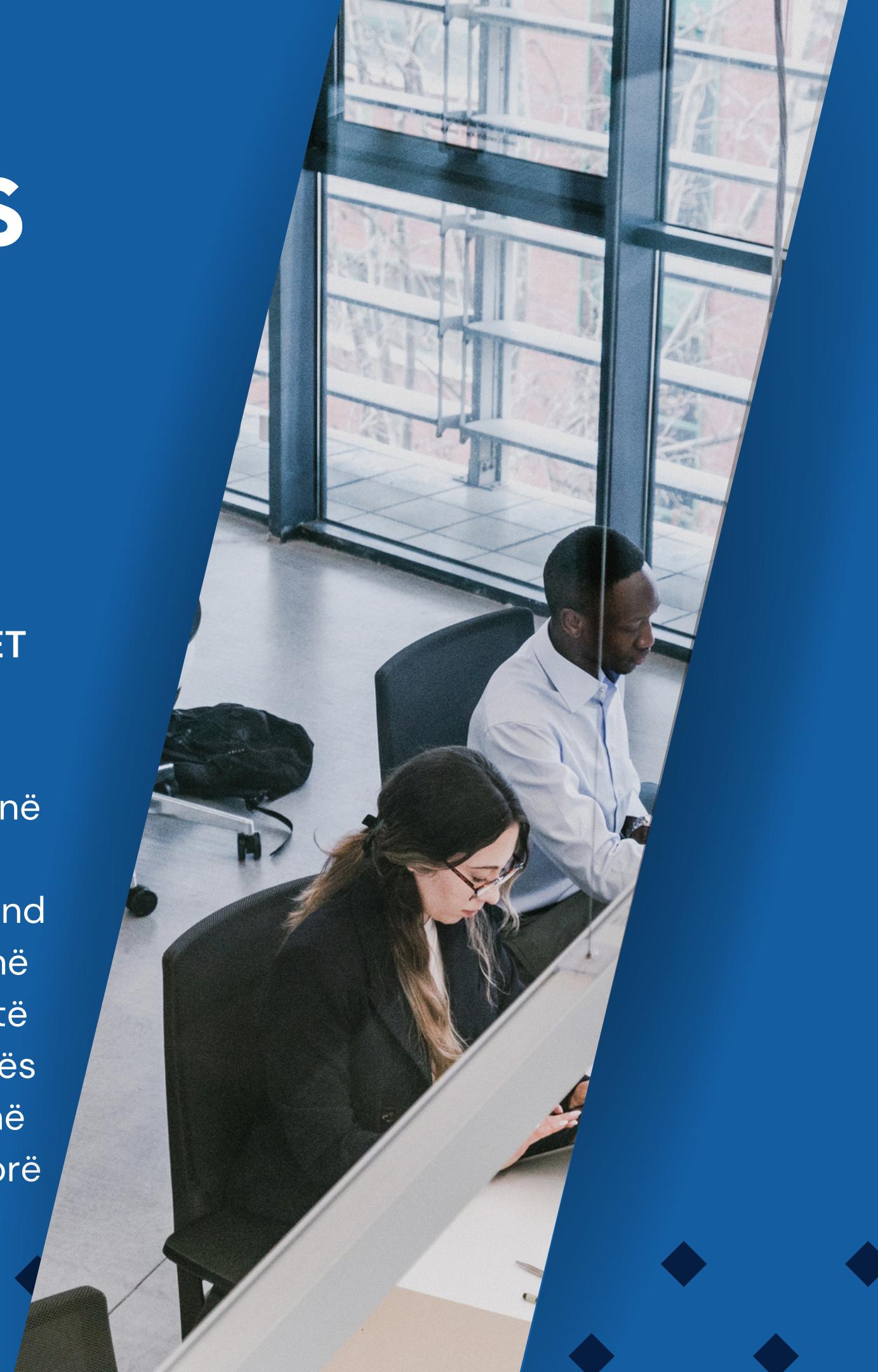
## MARKETINGU I TARGETUAR NËPËRMJET RRJETEVE SOCIALE

Përdorimi i platformave të njohura si Instagram, Facebook dhe TikTok për të promovuar ofrimin e shërbimit. Kjo mund të përfshijë video promocionale, dhe postime të përdoruesve të kënaqur



## SHPËRNDARJE ME PARTNERITET ME RESTORANTE

Partnerizimi me restorante që kanë një reputacion të mirë dhe një numër besnikësh të klientëve mund të rrisë besimin e përdoruesve në aplikacion. Kjo gjithashtu mund të ndihmojë në zgjerimin e audiencës që e njeh restorantin dhe tashmë mund të jetë e gatshme të përdorë aplikacionin për ta porositur



# REKLAMAT E TARGETUARA (ADS)

- 01** Facebook dhe Instagram ads – Reklama me video (reels,strory) Buxheti ketu do jet 250-750€
- 02** Google ads – reklama per persona te specifkuar qe kerkojn aplikacione per food delivery . Buxheti im ketu do jet 100-300€
- 03** Tik tok ads – video te shkurta duke treguar ushqimin . Buxheti im ketu do jet 100€
- 04** Youtube ads – reels per persona specifik qe kerkojn ushqime duke i treguar aplikacionin buxheti im ketu do jet 200€



# BASHKPUNIMET ME INFUENCERE

Pse janë të rëndësishëm: Influencerët që janë të specializuar në ushqim dhe piye (si p.sh. food bloggers, chefs ose youtuber/instagramer që shpesh ndajnë receta dhe eksperienca nga restorante të ndryshme) mund të jenë një mundësi e shkëlqyer për të promovuar aplikacionin tuaj të food delivery. Ata janë të besuar nga ndjekësit dhe mund të ndikojnë në zgjedhjet e konsumatorëve për dërgesat e ushqimit.

**VEMENDJE**  
**“GASTRONOMIK”**



# MARKETINGU PERMES PERMBAJTJES

## Blogging dhe Artikele të Shkruara

Të krijosh përbajtje të dobishme dhe të informuar për audiencën tuaj është një mënyrë fantastike për të ndihmuar përdoruesit dhe për të rritur njohjen e aplikacionit tuaj. Artikujt dhe postimet në blog mund të lidhen me ushqimin, shërbimin tuaj të dërgesës, dietën, dhe gjithashtu mund të ndihmojnë në përmirësimin e pozicionimit në motorët e kërkimit (SEO).

## Infografikë dhe Grafikë Vizuale

Infografikët janë një mënyrë efektive për të shpjeguar informacione në mënyrë vizuale dhe të thjeshtë. Ata mund të janë shumë të dobishëm për të ilustruar përfitimet e përdorimit të aplikacionit tuaj, procesin e porositjes, ose për të ndarë statistika interesante rreth shërbimit tuaj.

# EMAIL MARKETING

Email marketing është një nga strategjitë më të fuqishme dhe më

të efektshme për angazhimin e

përdoruesve dhe për rritjen e përdorimit të aplikacionit tuaj food delivery. Ai ofron mundësinë për të

komunikuar drejtpërdrejt me

përdoruesit ekzistues dhe potencialë dhe për të rritur ndërveprimin dhe besnikërinë. Ja

disa mënyra të ndryshme se si mund ta përdorni email marketing për të promovuar aplikacionin tuaj

të food delivery:

## Llojet e email-ve

- 1 Email për Oferta dhe Zbritje
- 2 Email për Përditësime dhe Risi
- 3 Email për Riaktivizim
- 4 Email për Kujdesin ndaj Klientit

# SFIDAT DHE LOJRAT SHPERBLYESE

fidat dhe lojërat shpërblyese janë një pjesë shumë efektive e strategjive të marketingut që mund të përdoren për të rritur angazhimin dhe besnikërinë e përdoruesve në një aplikacion food delivery. Këto aktivitete mund të ofrojnë mundësi për të angazhuar përdoruesit dhe për t'i inkurajuar ata të kthehen dhe të përdorin aplikacionin tuaj më shpesh.



## Programi me Pika dhe Niveleve

Sa më shumë që përdoruesi porosit, aq më shumë pikë dhe shpërblime ata fitojnë. Mund të ketë nivele si bronzi, argjendi, dhe ari, ku përdoruesit e nivitet më të lartë mund të fitojnë shpërblime më të vlefshme (p.sh., zbritje më të mëdha, dërgesë falas, ose produkt shtesë).



## Sfida me Temë (Sezonale)

Sfida e Vtit të Ri: Krijoni një sfidë ku përdoruesit duhet të bëjnë një numër të caktuar porosish gjatë muajit të parë të vitit dhe shpërbleni ata me një porosi falas ose produkt shtesë.



## Lojëra me Grup

Përdoruesit mund të krijojnë grupe dhe të konkurrojnë për të arritur një qëllim të caktuar, si "Krijoni një grup dhe bëni sa me shum porosi brenda javës dhe gupi fitues do fitoj një cmim te prej 250 euro



Gastronomik

# FALIMINDERIT QE NA NDOOQET !

BASHKOHUNI ME NE



+355684575401



Cerrnicaotr@gmail.com

