**Projekti Final: Fushata e Marketingut për Një Aplikacion Food Delivery**

**Objektivi:** Qëllimi kryesor i strategjisë së marketingut për aplikacionin "Gastoronomik" është të krijojë një markë të fortë, të rrisë njohjen mbi komoditetin e porositjes së ushqimit online dhe të sigurojë një numër të lartë shkarkimesh dhe përdoruesish aktivë.

**Udhëzimet e Projektit:**

**1. Zgjedhja e Aplikacionit:**

* Secili student ka zgjedhur tashmë një aplikacion web ose mobile si fokus.
* Fushata juaj e marketingut duhet të jetë e personalizuar për karakteristikat, audiencën dhe qëllimet e aplikacionit.

**2. Përmbajtja e Projektit:**

**Përmbledhje e Aplikacionit:**

"Gastronomik" është një aplikacion inovativ që mundëson porositjen e ushqimit nga restorantet lokale me shpejtësi dhe komoditet. Duke përdorur teknologji të avancuar të gjurmimit të porosive dhe algoritme të personalizuara, Gastronomik u ofron përdoruesve rekomandime unike bazuar në preferencat e tyre. Me opsione të ndryshme pagese, zbritje ekskluzive dhe përkrahje për restorantet lokale, ky aplikacion e bën procesin e porositjes më të shpejtë dhe të përshtatshëm.

**Analiza e Target Group-it:**

**Demografia:**

* **Mosha:**
  + 18-30 vjeç: Studentë dhe të rinj me stil jetese të shpejtë.
  + 30-50 vjeç: Profesionistë të zënë që preferojnë komoditetin.
  + 50+ vjeç: Individë që duan opsione ushqimore të shpejta dhe të shëndetshme.
* **Gjinia:** Të dyja gjinitë.
* **Vendndodhja:** Tregu fillestar është Shqipëria, me fokus qytetet kryesore.
* **Niveli i të ardhurave:** I përshatshëm për të gjitha kategoritë, me opsione standarde dhe premium.
* **Arsimimi & Profesioni:** Studentë, profesionistë të angazhuar, prindër dhe individë që vlerësojnë kohën e tyre.

**Psikografia:**

* **Interesat:** Ushqimi & kulinaria, teknologjia, produktiviteti, jeta e shëndetshme.
* **Sjelljet:** Përdorin shpesh aplikacione të ushqimit, ndjekin blogje dhe influencues të kulinarisë.
* **Zakonet dixhitale:** Aktivitete në rrjetet sociale, leximi i rishikimeve, eksplorimi i kuzhinave të reja.

**Qëllimet e Fushatës:**

* Ngritja e njohjes së markës dhe rritja e shkarkimeve.
* Angazhimi i përdoruesve dhe krijimi i një komuniteti besnik.
* Rritja e pjesëmarrjes së restoranteve dhe partnerëve.

**Strategjia e Marketingut:**

* **Rrjetet Sociale:** Instagram, TikTok, Facebook, YouTube (sfida kulinarie, influencues, video recetash).
* **Reklamat:** Google Ads & Meta Ads për ata që kërkojnë "ushqim pranë meje".
* **Email Marketing & Njoftime Push:** Oferta speciale për porosi të para.
* **SEO & Blogje:** Artikuj mbi restorantet më të mira lokale.
* **Partneritete & Influencer Marketing:** Bashkëpunime me blogerë kulinarie dhe restorante.

**Plani i Përmbajtjes:**

**Llojet e Përmbajtjes:**

* **Postime edukative:** "10 restorantet me ushqim të shëndetshëm që mund të porosisni."
* **Sfida & Gamifikim:** "Sfida 5-ditore e eksplorimit të ushqimeve të reja."
* **Videot TikTok & Reels:** Influencues që testojnë porositjen.
* **Memet & Postimet Engaging:** "Kur porosia jote vonohet 1 minutë dhe mendon të telefonosh restorantin."
* **Testimonials & Case Studies:** "Si më ndihmoi Gastronomik të kursej kohë."
* **Reklama të Targetuara:** Video të animuara të procesit të porositjes.

**Mockup Vizual**

* **Postim Instagrami:**
  + **Pamja:** Një smartphone që shfaq një njoftim nga "Gastronomik": "Porosia jote është gati! Koha për të shijuar ushqimin."
  + **Teksti:** "E uritur? Porosit ushqimin tënd të preferuar me një klik! Shkarko tani!"
* **Reklamë Video:**
  + Një person i zënë që s’ka kohë për të gatuar, porosit ushqim dhe e merr në pak minuta.
  + **Teksti:** "Një klik dhe ushqimi është gati! Shkarko Gastronomik tani!"

**Shpërndarja e Buxhetit:**

* 15K € për tre muaj:
  + 40% rrjetet sociale/ADS
  + 30% Influencers
  + 20% SEO
  + 10% Email Marketing

**Matja e Suksesit:**

* 50,000+ ndjekës brenda 6 muajve.
* 10,000 shkarkime brenda 3 muajve të parë.
* 20+ partneritete brenda vitit të parë.
* 50,000 vizitorë organikë.
* 40%+ open rate në email.
* 30% përdorues të rinj nga referimet.