**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ**

**ЭЛЕКТРОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**«ЛЭТИ» ИМ. В.И. УЛЬЯНОВА (ЛЕНИНА)**

**Кафедра инновационного менеджмента**

**Контрольная работа по маркетингу**

**«Создание и реализация мобильного приложения»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Студент гр. 1335 |  | Максимов Ю. Е. |
| Студент гр. 1335 |  | Сергеева А. А. |
| Преподаватель |  | Петрова А.К. |

**Содержание**

Введение…………………………………………………………………....3

Описание…………………………………………………………………...4

Оценка (фильтрация) идей………………………………………………..6

Описательная характеристика целевой аудитории и клиента………….7

Позиционирование………………………………………………………...9

Модель Портера………………………………………………………......10

Планируемый вид кривой жизненного цикла…………………………..11

Сетка оценки жизненного цикла...............................................................12

Матрица поиска тем контента - Матрица Мэлоуни................................13

Цена..............................................................................................................13

Сбыт.............................................................................................................14

Анализ эффективности..............................................................................15

Список источников....................................................................................16

**Введение**

Цель работы – изучение потребителя, заинтересованного в скачивание и покупке дополнительных услуг мобильного приложения, который предлагает новшества в данной сфере.

Задачи работы: Анализ конкурентоспособности (Модель Портера, таблица сравнения конкурентов)

Объект работы – умное приложения “Signal Heart”.

Предмет работы – потребитель, рынок.

Методы исследования: анализ литературы, описательный, сравнительный, оценочный, проектирование.

**Описание**

Один из языков выражения любви - подарки. Но зачастую парам сложно придумать по-настоящему подходящий подарок для своей половинки или ненавязчиво намекнуть на него. Приложение для пар Signal Heart - идеальная возможность узнать о пожеланиях партнера или намекнуть самому с помощью «аккуратных»

уведомлений. Signal Heart обязательно укрепит и скрасит ваши отношения.

**Что я хочу создать в этом проекте?**

Приложение для пар с возможностью добавления подарков и уведомлений для партнера.

**Как я пойму, что получила результат?**

Реализация и публикация приложения, оформление платных услуг потребителей.

**Почему это важно для меня? (ценности)**

Реализация потенциала команды, развитие нового направления, вклад для людей и их взаимоотношений.

**Для кого еще важен это проект? (служение)**

Для молодых девушек и их партнеров.

**Какие способности и действия мне помогут осуществить этот проект?**

Вера в себя и свой проект, постоянное совершенствование и улучшение навыков, видеть ценность каждого члена команды, совершенствовать сплоченность людей, эффективное управление временем и состоянием, баланс отдыха и работы.

**Какие препятствия могут возникнуть?**

Страхи неудач.

**Как я их преодолею?**

Осознаю их, сделаю наилучший результат за пределами этих страхов.

**Почему мир станет хуже, если моего проекта не будет?**

Не будет возможности улучшения отношений через языки подарков.

**Кем я стану, когда этот проект реализуется? (новая идентичность)**

Тем, кто живет со смыслом и чувствует свою ценность.

**Обоснование актуальности** -

**Надо:**

Подсказать идею подарка своему партнеру.  
 Сделать это не открыто, аккуратно и ненавязчиво.  
 Узнать о пожеланиях партнера.  
 Возможность длительного использования проекта.  
 **Хочу:** Научиться реализовать что-то новое, актуальное для людей, предоставить.  
 выгодные условия для использования проекта пользователю, приобрести новые знания в сфере маркетинга.  
 **Могу:** Креативный̆ вклад в проект, реализовать удобный интерфейс, проанализировать пожелания будущих пользователей.

**Оценка (фильтрация) идей**

|  |  |
| --- | --- |
| **Идеи товара** | |
| Тенденция рынка | Возникающий (5 баллов) |
| Срок жизни товара | 1-3 года (2 балла) |
| Срок распространения | Довольно высокая (4 балла) |
| Потенциал рынка(физ) | 10000 – 5000 тыс. (4 балла) |
| Потенциал рынка(фин) | 500-100 миллионов (3 балла) |
| Потребность покупателей в настоящие время | Удовлетворя­ется плохо (4 балла) |
| Отношение торговцев | - |
| Потребность в рекламной поддержке | Очень высокая (2 балла) |
| Доступность рынка | Очень легкая (5 баллов) |
| Отличительные качества | Значительные особенности (4 балла) |
| Сила конкуренции | Очень слабая (5 балла) |
| Продолжительность эксклюзивности | <6 мес. (2 балла) |
| Соответствие текущей деятельности предприятия | - |
| Цена | Равна (3 балла) |
| Совместимость клиент-торговец | - |
| Торговый персонал есть и обучен | - |
| Уровень качества | Такой же (3 балла) |

**Описательная характеристика целевой аудитории и клиента**

Наши клиенты: женщины и мужчины, от 16 лет до 40, замужем/в отношениях, профессия любая, люди, заинтересованные в развитии и укреплении отношений

**Какую проблему он пытается решить?**

Проблема выбора, незнания истинных желаний партнера, коммуникации

**Потребность (Цель), которую он пытается решить с помощью услуги**

Выбор подарка, соответствующий пожеланиям партнера и как следствие укрепление отношений

**Какие ценности и мотивы им руководят?**

Семейные ценности

**Основные факторы принятия решения**

**Дополнительные факторы**

**Как он привык решать эту проблему?**

Полагаться на “классические” варианты подарков, не помогать партнеру с выбором

**Основные шаги до покупки**

1. Выявление проблемы выбора подарков
2. Поиски решения проблемы
3. Компромиссный вариант - приложение Signal Heart

**Что будет, если он не удовлетворит потребность?**

Возвращение к привычному сценарию

**Какие эмоции вызывает товар или услуга, с чем ассоциируется? (повышает статус, позволяет ему чувствовать себя здоровым и спортивным и т.д.).**

Благодарности от второй половинки, радость от удачно подаренного подарка

**Причины чтобы купить именно ваш товар или услугу**

Абсолютно новый продукт, единственный на рынке, минимальная стоимость

**Способы преодоления возражений**

С помощью рекламы и сарафанного радио. Когда приложение будет на подъеме и все начнут о нем говорить, пользоваться, восхищаться, человеку ничего не останется, как идти вслед за толпой и скачать его и попробовать пользоваться, и найти в этом приложении то, что всем так нравится

**Позиционирование**

Высокая стоимость

Низкая стоимость

Долговременное использование

Кратковременное использование

По итогам позиционирования у нас получились следующие критерии:

По горизонтали - срок пользования

По вертикали - стоимость

Наш проект подходит для долговременного использования и по низкой цене или вообще бесплатно (по желанию). У наших конкурентов высокая стоимость и кратковременное использование.

Вывод: наше приложение значительно выигрывает среди конкурентов. Наше позиционирование мы оцениваем на 10 баллов, репозиционирование не требуется.

Модель Портера

Рынок перспективный и не сильно освоенный, еще не было ни одного яркого приложения для пар, но начинают думать об этом.  
9 баллов



Приложение ориентировано на парочки, нужно удержать внимание.  
7 баллов

Заменителей не планируется, вряд ли мужчины начнут понимать намеки девушек.  
2 балла

Поставщиков у нас нет.  
0 баллов

**Планируемый вид кривой жизненного цикла**

**Сетка оценки жизненного цикла**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Характе­ристики | Этапы жизненного цикла | | | |
| Внедрение | Рост | Зрелость | Падение |
| Ключе­вые инст­рументы марке­тинга (полити­ки) | Усиленная реклама, бесплатное приложение | Реклама, введение плюшек за подписки | Уменьшение рекламы, расширение функционала | Введение акций и скидок |
| Отрасле­вой сбыт | Рост | Быстрый рост | Стабильность | Сокращение |
| Конку­ренция | Отсутствует | Появляется | Сильная | Средняя |
| Прибыль | Отрицательная | Растущая | Сильная | Незначительная |
| Потреби­тели | Интересующиеся | Большинство | Массовый рынок | Те, кому еще не надоело |
| Товарный ассортимент | Одна модель | Разработка, выпуск фитчей | Разработка, доработка, выпуск фитчей | Максимально полная реализация |
| Сбыт | Площадки по установке приложений | Площадки по установке приложений | Площадки по установке приложений | Площадки по установке приложений |
| Ценообразование | Бесплатное | Частично-бесплатное | Частично-бесплатное | Частично-бесплатное |
| Продвижение | Реклама (таргет, рилсы, покупка рекламы у блогеров) | Убеждающее | Конкурентное | Информационное |

**Матрица поиска тем контента - Матрица Мэлоуни**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Источники  приносимого  удовлетворения | Тип потенциального удовлетворения | | | |
| Рациональное | Чувственное | Социальное | Эмоциональное |
| Результаты, связанные с базовой  функцией товара | Выбор | Разнообразие, красиво, наслаждение, удовольствие | Еще хочется, быть с партнером рядом | Радость, удивление |
| Результаты, связанные со способом применения  товара | Необычность, неожиданность | Счастье, понимание | Хочется дарить тепло | Удовольствие от приятного, удовольствие делать партера счастливым |
| Результаты, связанные с прочими  функциями | Осознание | Спокойствие | Хочется делиться с друзьями | Жду уведомления |

**Цена**

Издержки: на рекламу 100 тыс. руб

Спрос: предположим, 500 покупок за месяц с учетом больших вложений в рекламу. Тогда минимальная целевая цена составит 200 руб, чтобы выйти в 0. А если поставить цену 399 руб, то доход составит 99 500 руб в месяц.

**Сбыт**

Магазинов приложений у нас имеется не так много.

* App Store (Apple)
* Google play (Google)
* Samsung store (Samsung)
* Ru store (Russia)
* App Gallery (Huawei)

Будем выпускать их сначала там, где больше всего популярность и меньше проверок нужно будет проходить. Первая площадка у нас будет Google Play, самая массовая, но небольшие тесты придется сделать, но это будет не так затратно, по этому выпуск приложения не заставит себя ждать, дальше пойдет самая жуткая по тестам, с меньшим процентом пользования чем Google Play, но все же серьезная App Store, здесь нам придется попотеть, но все же релизнуть можно, учитывая, что у App Store появилась специальная площадка для тестируемых приложений, если в Google play, произведет фурор, то люди и с теста будут скачивать, а дальше доберем на более низших слоях таких как: Ru Store, Samsung Store, AppGallery.

Итог в табличке.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Площадка | Плюсы | Минусы |
| Google play | Доступность, минимум проверок, большой охват пользователей | Процент от сборов |
| App Store | Эксклюзивность пользователей | Максимум проверок, Процентный сбор еще выше |
| Samsung Store | Доступность, мало проверок | Процент от сборов, мало пользователей |
| Ru Store | Доступность, мало проверок | Процент от сборов, мало пользователей |
| App Gallery | Доступность, мало проверок | Процент от сборов, мало пользователей |

**Анализ эффективности**

Эффективность данного предложения, крайне высока так как:

* Поставщиков у нас нет.
* Точки сбыта уже реализованы только нужно пройти верификацию
* Реализовать продукт как стартап очень просто.
* Можно добиться поддержки финансирования как из различных фондов, так и от правительства.
* Предложение свежо и ново, в эту сторону пока никто не думал или не пытался.
* Модель проста и понятна.
* Оформление платных услуг на добровольной форме, что не указывает покупателю, что делать, но мягко подталкивает

Минусы предложение:

* Много сил и финансов уйдут на рекламу.
* Долгий релиз из-за проверок площадок.
* Процент от платных услуг забирает площадка

Список источников

1. Учебно-методическое пособие по выполнению курсовой работы/ сост.:
2. М.А. Косухина. СПб.: Изд-во СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2015. 1-29 стр.

Электронного ресурс // <https://nwst.ru/>

1. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Apple_Store>
2. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Google_Play>
3. AsppsFlyer: Руководство «Мобильная реклама и аналитика для начинающих»