Пункт 11.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Студенты | Взрослые люди |
| Географическое положение | | |
| Расположение | г. Смоленск | г. Смоленск |
| Демографический признак | | |
| Возраст | От 16 до 18 лет-40%  От 18 до 25 лет-60% | От 25 до 30 лет-45%  От 30 до 40 лет-35%  От 40 до 55 лет-20% |
| Пол | Женщины – 85%  Мужчины – 15% | Женщины – 90%  Мужчины – 10% |
| Социально-экономический признак | | |
| Уровень дохода | Ниже среднего, средний, выше среднего | |
| Жизненный  цикл | одиночка | Одиночка\ в паре |
|  |  |
| Род занятий | Учащийся, рабочий, работники малого и среднего бизнеса. | |
| Образование | СПО, ВО | Без образования, СПО, ВО |
| Психографический признак | | |
| Образ жизни | Динамичный, городской | Городской, размеренный, динамичный |
| Отношение к инновации | Новаторское, традиционное | |
| Внутренняя мотивация покупки в приложении | Стремление поддерживать хорошее здоровье, следить за физической формой и внешним видом и контролировать калории. Улучшить настроение и психологическое благополучие. А так же стремление улучшить экологию. | |
| Поведенческий признак | | |
| Частота потребления | Чаще 2-х раз, реже 2-х раз в 2 недели | 1-2 раза в неделю, реже 3-х раз в месяц |

Пункт 11.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| КТО? | B2C  Студенты: 16-25 лет  $: ниже среднего, средний  Соц. аспект: активный и здоровый образ жизни | B2C  Взрослые люди  Возраст: 25-50 лет  $: средний, выше среднего  Соц. аспект: активный и здоровый образ жизни |
| ЧТО? | Доставка рациона здоровой еды | |
| ПОЧЕМУ? | Улучшить состояние внешнего вида и красоты, восполнить недостающие витамины, подсчет калорий. | Улучшить психологическое состояние, избежать болезни, обеспечить организм недостающей энергией и питательными веществами. |
| КОГДА? | В любое время | По необходимости |
| ГДЕ? | Через мобильное приложение | Через мобильное приложение |

Пункт 11.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Фото | Симпатичные девушки (60 фото) . | https://avatars.mds.yandex.net/i?id=baab74af260bc8281ccfec48c0a10aa9c216e97e-9246177-images-thumbs&n=13 |
| Имя | Дарья Сергеевна | Анна Корешкова |
| Должность | Студентка | Модель |
| Возраст | 18 лет | 26 лет |
| Образование | Неоконченное ВО | СПО |
| Отношение к инновациям | Новаторское | |  |
| Тип | Покупатель | |
| Роль в семье | Не замужем | Не замужем |
| Мотивация | Стремление улучшить здоровье | Следить за физической формой и внешним видом |

Пункт 14.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Название фирмы конкурента | Место нахождения | Продукт (работа, услуга) | Цена, руб. |
| Яндекс Еда | Г.Смоленск | Служба доставки |  |
| Delivery Club | Г. Смоленск | Служба доставки |  |
| FLANDO | Г.Москва | Возможность доставки в любой город здорового питания |  |
| Тарелка | Г. Смоленск, ул. Кирова 4Б | Кафе здорового питания с возможностью доставки |  |
| ifyouwant | Г. Смоленск, ул. Оршанская. 23 | Доставка здорового питания |  |
| Veranda Restaurant | Г. Смоленск, ул. Лесная, 5 | Доставка правильного, здорового питания |  |
| Спортивное питание Fitness Formula | Г. Смоленск, ул. Кирова, 59 | Доставка правильного, здорового питания |  |

Пункт 14.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Параметр | Значение | Описание | Направление работ |
| Угроза новых конкурентов | Высокий | Оценить вероятность появления новых компаний, которые могут предложить аналогичные услуги. | Проводить постоянный мониторинг деятельности конкурентов. Проводить мероприятия и развивать проект. |
| Угроза замены | Высокий | Существует риск замены услуги доставки здоровой пищи другими альтернативами, такими как готовые блюда в супермаркетах или рестораны с доставкой. | Сконцентрировать деятельность проекта на его преимущества, например, уникальность рецептов, качество продукции, удобства доставки. |
| Конкурентная борьба | Средний | Стоит оценить силу конкуренции на рынке доставки рациона здоровой еды. | Рассмотреть кол-во и качество конкурентов, их ценообразование, маркетинговые стратегии. |
| Угроза потери потребителей | Низкий | Опираясь на проведенное исследование, следует не опасаться потери конкурентов, в настоящее время здоровый образ жизни набирает все больше сторонников, а низкие цены- метод привлечения клиентов. | Активное взаимодействие с клиентами, повышение лояльности. Проведение системы акций и мероприятий. |
| Угроза нестабильности поставщиков | Низкий | Стабильность со стороны поставщиков. | Проведение переговоров о удобстве сотрудничества. |