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? | B2CСтуденты: 16-25 лет$: ниже среднего, среднийСоц. аспект: активный и здоровый образ жизни | B2CВзрослые людиВозраст: 25-50 лет$: средний, выше среднегоСоц. 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.  |