**Všem studentům děkujeme za zpracování marketingového plánu. Pořadí je sestaveno z naší strany subjektivně. Drželi jsme se zejména toho, „Co zadavateli daná práce přinesla“ a až poté komplexnosti zpracování daného tématu.**

1. **Dorota Dušková, Petra Kadlecová, Lenka Krejčířová, Jan Ondračka**

Přínosné výsledky průzkumu

Výborně zmapovaná konkurence

Jako jediný tým uvedl v rámci akčních opatření PR články a diskuse na fórech

Zabývají se prakticky i problematickými poplatky – zde je jen třeba odlišit agentury, které mají marži na každé poskytnuté hodinové sazbě v rámci poskytované služby a platformou, kde se zaplatí jen za přístup k široké databázi a poté je cena mezi nabídkou a poptávkou oproštěna od jakéhokoli dalšího poplatku

**Co práce zadavateli přinesla** *–* v rámci registrace zdarma poskytnout poptávajícímu v rámci tohoto balíčku i jednoho vybraného poskytovatele se všemi kontaktními údaji zdarma, rozšíření služeb na Slovensko

1. **Michaela Divišová, Eva Hrbáčková, Jakub Mičulka, Karolína Teplá**

Přínosně zpracovaný marketinkový průzkum

Autoři se zamýšlejí i nad problematickým placením poplatků za užívání platformy a navrhli i jiná řešení, než zadaná zadavatelem

Přesně zmapovaná konkurence, výsledky využity v přímé souvislosti s námi plánovanou platformou

Inspirativní akční opatření – dvě cesty 1. Odkoupení stávající konkurence anebo 2. začít od nuly (studenti velmi dobře možnosti pojali, my právě nyní vyjednáváme o podmínkách spolupráce se zahraničním serverem, který v daných službách v zahraničí podniká již delší dobu a stále je ve hře i možnost začít od nuly)

Pěkné návrhy názvu, loga

**Co práce zadavateli přinesla** – návrh věrnostního programu, poplatkový systém, články k daným tématům (hlídání, péče o dům..) a tyto využít i k propagaci a vytvoření značky /jména platformy, 1x za rok zkontrolovat neaktivní účty poskytovatelů, příběh firmy, soutěže

1. **Robert Johnson, Jakub Juráň, Dominik Fries, Tomáš Musil**

Výborně zpracovaná práce – jen ale do akčních opatření, ta nejsou rozpracována

Velmi dobře zpracovaná analýza konkurence, poplatků

V rámci rozpočtu na marketing je zapracován i poplatek za vytvoření platformy

**Co práce zadavateli přinesla** – doporučení pracovat s hodnocením poskytovatelů i z naší strany jako správce platformy, zajímavé zamyšlení, proč senioři mají tak malý podíl a využít ji jako vlastní konkurenční výhodu, v práci pracují i s rozšířením na Slovensko, doporučení, jak se poučit z chyb konkurence, zajímavá připomínka o sezónnosti služeb a vhodného zaměření reklamy na segment, v němž je v danou dobu největší poptávka (např. jaro – zahrada).

**4.-6. Jan Bahník, Filip Balhar, Martin Tišnovský Martin Kuchovský**

Velmi dobře zpracovány silné, slabé stránky, příležitosti

Provedený průzkum odpovídá realitě

Z výsledků průzkumu konkurence i výzkumu navrhli možná řešení odrážející zjištěnou situaci

Propracovaný návrh akčních opatření

V zadání práce byl rozpočet na akční opatření 70-100.000,-, skupina zapracovala do tohoto rozpočtu i práci kodéra k vytvoření stránek, takže nevyužila celý rozpočet. Tvorba stránek a její rozpočet je řešen mimo rozpočet na propagaci.

**Co práce zadavateli přinesla** – Linked in – jak pro firmy, tak profesionály, silná stránka může být viděna v díře na trhu v péči o seniory, zavedení bonusového programu

**4.-6. Karolína Jíchová, Žaneta Krišpínová, Daniela Potočňáková, Linda Plaváková**

Přínosné informace z provedeného výzkumu, pochopení zadání a celkové fungování platformy

Dobře uchopené silné, slabé stránky, rozbor přímé konkurence včetně cen konkurence

Práce pracuje i s možností firemních účtů

Propagace – líbivé propagační akce, které by nepřinesly potenciální klienty, rozpočet akcí velmi podceněn, prakticky celý rozpočet by byl vyčerpán na letáky a jejich distribuci a akce v nákupních centrech, což není dobře cílené

**Co práce zadavateli přinesla** – návrh pronájmu reklamní plochu na platformě, možnost jednorázového přístupu, zajímavé informace o PR článcích v MF Dnes apod, ověření spokojenosti klientů emailem

**4.-6. Petra Hajnová, Andrea Kollárová, Veronika Lysáková, Jana Petrová**

Přehledně a přínosně zpracované výsledky marketingového průzkumu

Dobře zpracovaná akční opatření

**Co práce zadavateli přinesla** – návrh spojení se známými osobnostmi, rozpracovaná myšlenka poskytnutí bezplatného členství na kratší, než zadavatelem navrhnutou

1. **Dominik Záluský, Dominik Žitný, Jakub Máša, Matúš Musil, Matěj Konečný**

Práce má přínosně zpracovaný marketingový průzkum

Autoři se zamýšlí i nad otázkou návratnosti investice, s tím ostatní nepracovali

**Co práce zadavateli přinesla** – nápad vratné zálohy pro poskytovatele služeb (otázkou je, zda-li by přinesla kýženou kvalitu anebo spíše odradila), návrh lifestylového časopisu v rámci platformy, který by napomohl zajistit přímou komunikaci s poskytovateli, uživateli, v práci chybí celkové nacenění nápadu.

1. **Petr Kolář, Jakub Matoušek, Ján Marek, Martin Zedník**

Práce zaměřena jen na doučování. Paradoxně právě v dané oblasti je největší konkurence. Toto zaměření obhájeno tím, že doporučují začít jednou službou, zde se vypracovat a poté přidat další. Tento postup však není opřen o jasná data, argumenty, které by ukazovaly, že tato cesta je lepší, než začít se všemi službami. V práci se pracuje s tím, že je platforma bez poplatků, zadavateli není jasné, z čeho by se financovali náklady

Na propagaci jen využito 44.840 Kč z možných 100.000Kč

**Co práce zadavateli přinesla** – doplnit sekci doučování o Skype výuku

1. **Gabriela Hloušková, Tomáš Sečkař, Barbora Fouldová, Lucia Tibenská**

Autoři plánují zvýšení cen po dvou měsících. Dle názoru zadavatele by tento krok odradil zájem o služby.

Autoři navrhují k daným 4 službám přidat ubytování, deratizace hmyzu, pronájem budov. Z hlediska zadavatele by to znamenalo přidat ke službám i služby realitní kanceláře.

Do rozpočtu na marketing započítána tvorba stránek, web hosting, SEO. Na vlastní kampaň využito 7.300,- Kč z 70- 100.00,-Kč rozpočtu