

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 poptávajícím v rámci tohoto balíčku i jednoho vybraného poskytovatele se všemi kontaktními údaji zdarma, rozšíření služeb na Slovensko

2. 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 vyjednáваме 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

3. 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 zpracován 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 možnostmi firemních účtů

Propagace – líbivé propagační akce, které by nepřinesly potenciální klienty, rozpočet akcí velmi podceňen, 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 plochy 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

7. Dominik Záluský, Dominik Žitný, Jakub Máša, Matuš 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 lifestyleového časopisu v rámci platformy, který by napomohl zajistit přímou komunikaci s poskytovateli, uživateli, v práci chybí celkové nacenění nápadu.

8. 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

9. 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