

# Garden In App

Marketingový Plán

Iva Nováková & Tomáš Maňásek

# Osnova

## Témata

Brand Identity

5C analýza

STP

4C Marketing Mix

# Brand Identity



**Alata**  
**AaBbCc**

F39A9D

C3E8BD

1C875C

3B3B2B

A2999E

# Brand Identity

BRAND MESSAGE

Vezměte svou zahradu do vlastních rukou.

OSOBNOST ZNAČKY

přátelská, přívětivá, kreativní, inspirativní

MISE

Naše mise je poskytnout zákazníkům PM Agri nástroj, ve kterém si sami mohou navrhnout zahradu svých snů.

VIZE

Spolu s PM Agri být předním prodejcem zahradní výsadby v Brně.

# 5C Analýza

Analýza momentálního stavu podnikatelského prostředí

# Zákazníci (Customers)

- domácí zahrádkáři - maloobchod
- odborná zahradnická veřejnost - projektanti, realizátoři zahrad - velkoobchod



# Firma (Company)

## Strengths

- jedinečný koncept služby v ČR
- uživatelsky přívětivá služba
- partnerská firma PM Agri

## Weaknesses

- technický stav aplikace
- omezený sortiment
- nedostatečná propagace

## Opportunities

- technické vylepšení
- oživení marketingu

## Threats

- konkurenční aplikace
- přerušení spolupráce s PM Agri

# Kontext (Context)

## Politický

Regulace týkající se digitálních aplikací a ochrana osobních údajů.

## Ekonomický

Inflace, růst cen energií, ...

## Sociální

Postoj k technologickým inovacím a aplikacím pro zahradnický design.

## Technický

Technologické trendy, rychlost zastarávání, celkový stav.

## Ekologický

Klimatické podmínky a vliv na možnosti a omezení zahradních projektů.



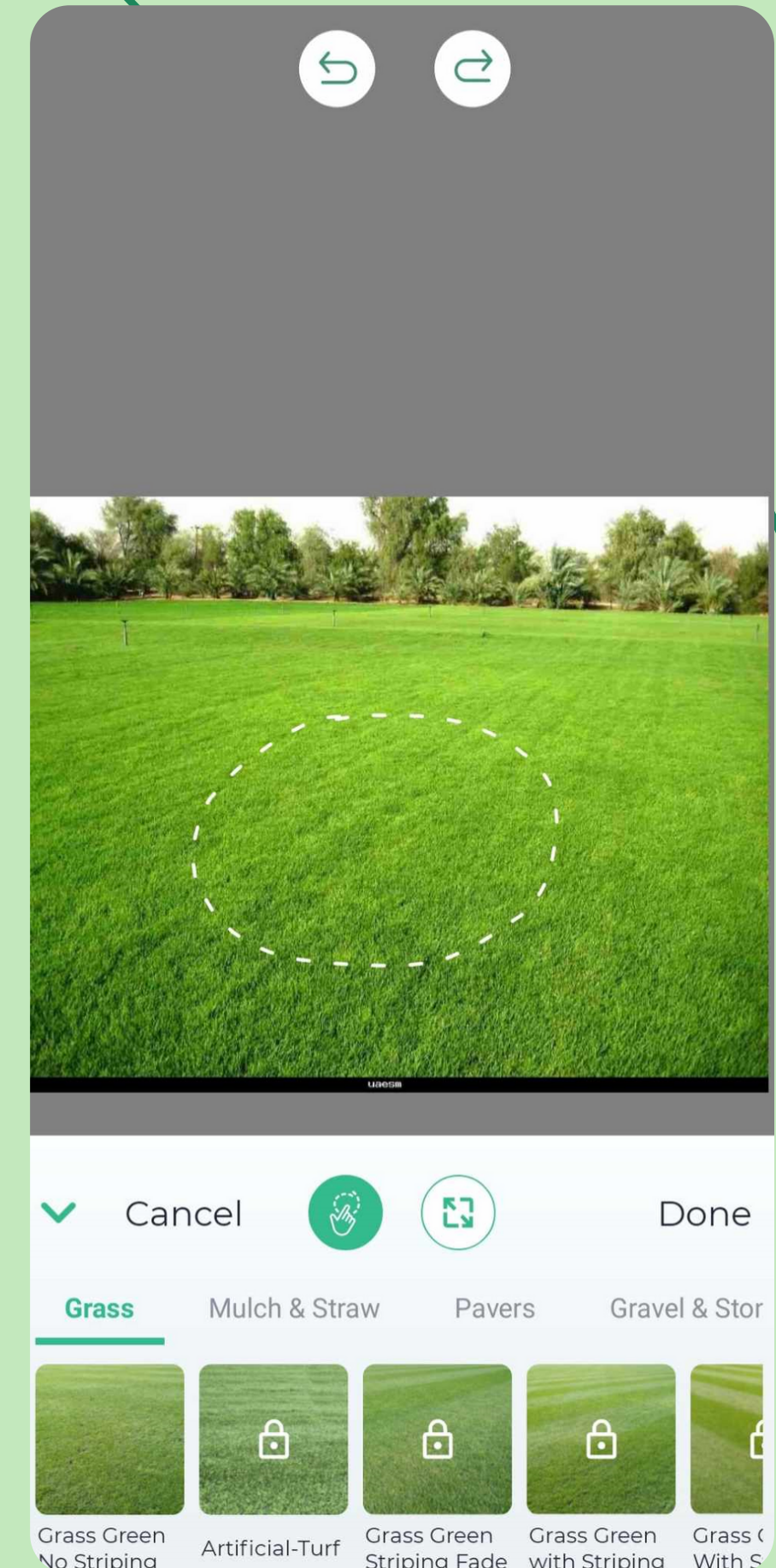
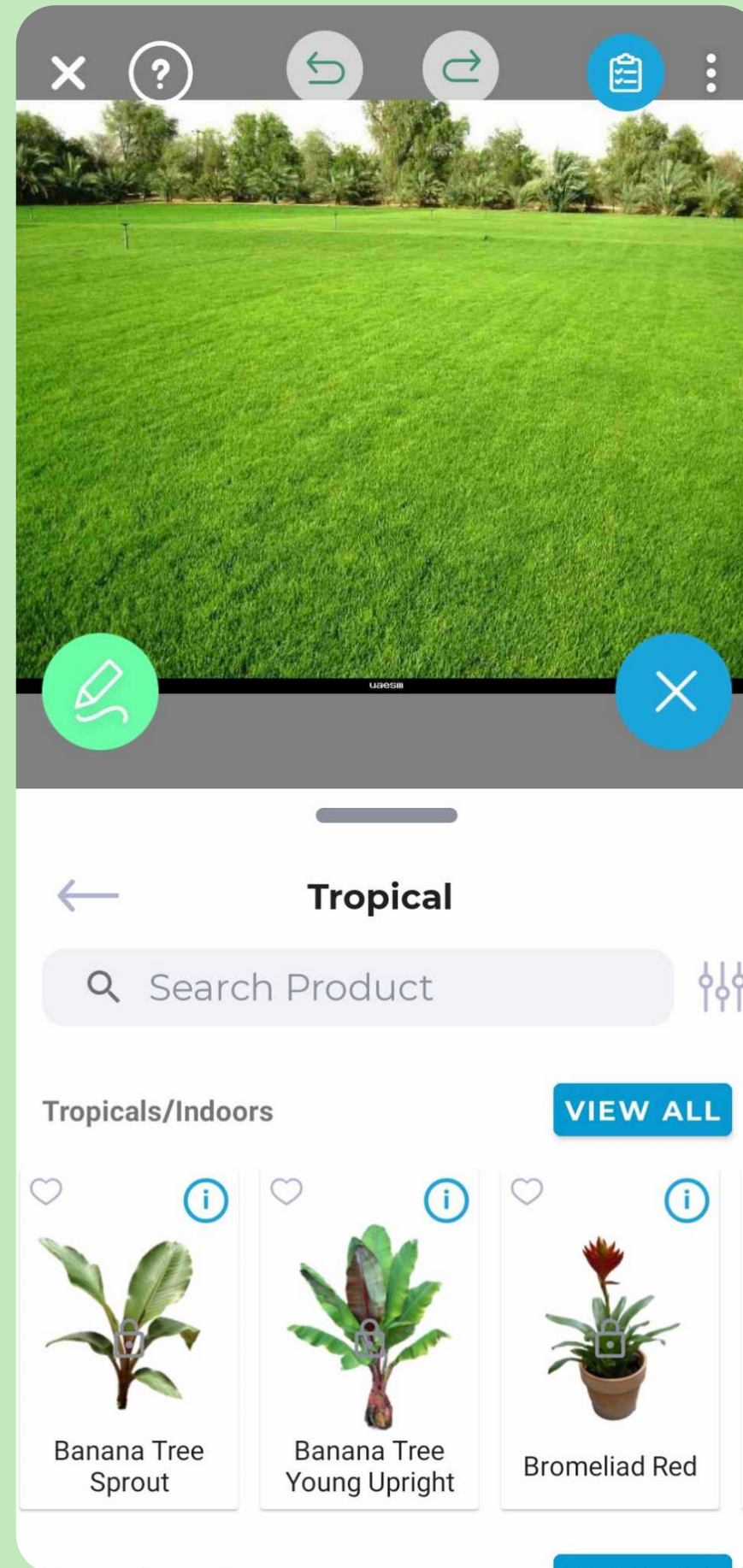
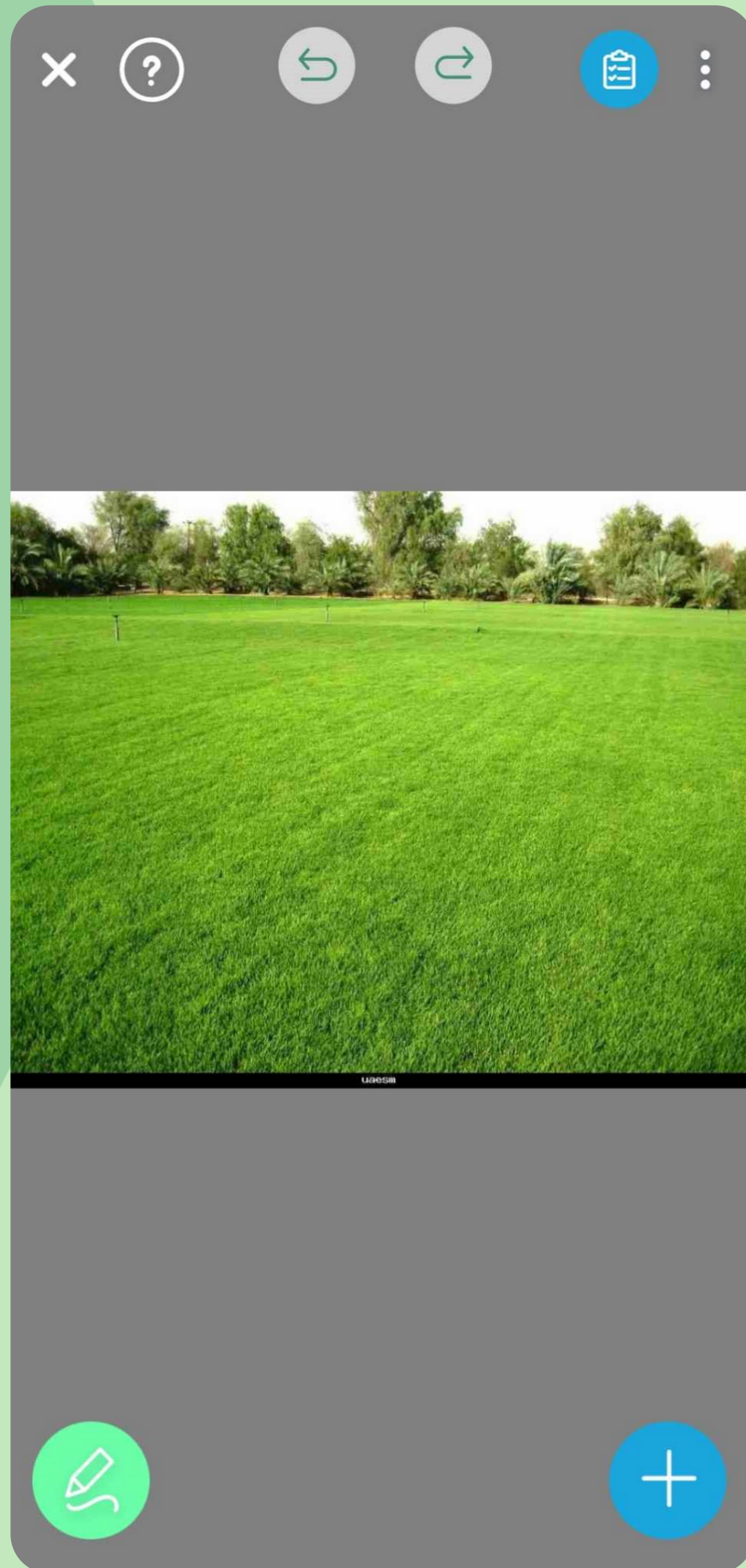


# Spolupracovníci (Collaborators)



**HITACHI**

# Konkurence (Competitors)



# Konkurence (Competitors)



- firma z USA - aplikace v angličtině
- pouze placená verze
- marketingová aktivita (sociální sítě, blog posty, webové stránky,..)
- “Over five million designs have already been created using iScape...and we’re just getting started.”

# STP

## Segmentation

- zahrádkáři
- lidé se zahradou
- obyvatelé ČR & SK
- OÚ s učebním oborem zahradník
- lidé se zájmem o životní prostředí

## Targeting

- zaměření na začátečníky pomocí vzdělávání
- specializované služby pro zkušené zahrádkáře
- zaměření na zákazníky ohleduplné k životnímu prostředí pomocí eko-friendly přístupu

## Positioning

Zahradnictví s možností vizualizace produktů poskytující široké spektrum služeb pro všechny zahrádkáře.

# Marketing Mix

Customer

Cost

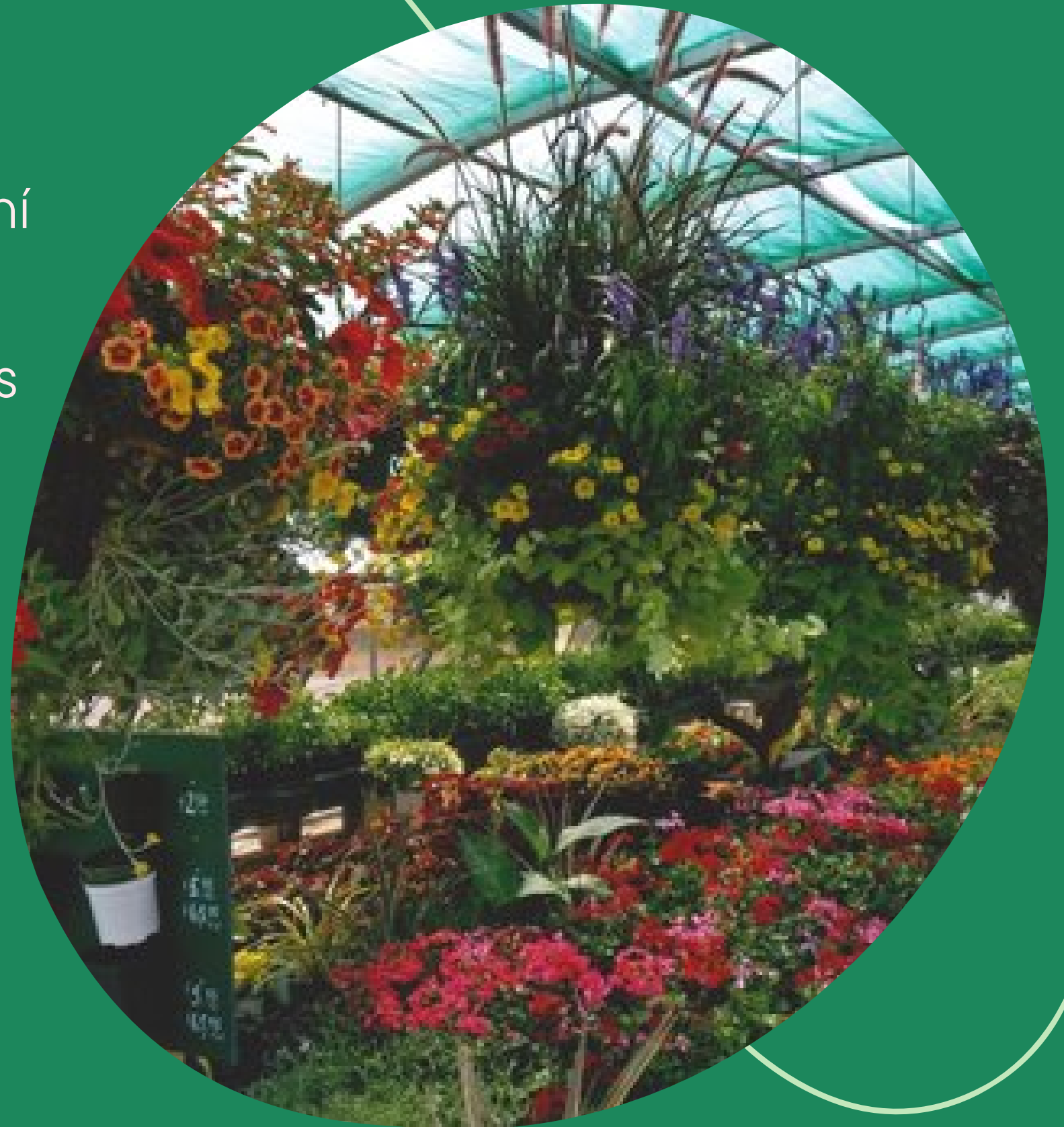
Convenience

Communication

4C

# Zákazník (Customer)

- **nákup dle vizualizace** vysněné zahrádky - rozšíření sortimentu dle poptávky
- organizace produktů do **zahrádkářských balíčků** s možností přímé vizualizace
- **balíčky toolkitů** pro údržbu rostlin
- specializované **organické sazenice**



# Cena (Cost)

- zákazník musí fyzicky dojít do zahrádkářství → **rozšíření na dovážkovou službu**
- **subscription** spojený se zahrádkářskými potřebami
- nastavení **věrnostních programů**
- množstevní **slevy**
- **sezónní slevy**



# Komfort (Convenience)

- přidat možnost **nakoupit/rezervovat** si stromek přímo v aplikaci
- **opravit technický stav**
- opravit web
- **propojení aplikace a webu**
- dodávání výrobků do obchodů zabývajících se dekorací domácností





# Komunikace (Communication)



- zavedení **blogu** na webových stránkách
- zavedení **newsletterů**
- zahrádkářské **veletrhy**
- **workshopy** pro střední/základní školy
- **změna jména** aplikace
- vylepšení výsledků vyhledávání
- cílená **reklama** na sociálních sítích
- vedení vlastního **instagram profilu**
- **aktivní advertising** v zájmových skupinách (Facebook)
- pořádání **zahrádkářských konferencí**
- **sběr feedbacku** přímo v aplikaci

Děkujeme za  
pozornost!