



2.cvičení

a) hodnocení mezoprostředí- Porterův model 5sil

- i. dodavatelé
 - snaha navázat **kvalitní a dlouhodobé vztahy**(vážit si jich stejně jako zákazníků)-> **loajální dodavatelé**(nebudou přecházet ke konkurenci)
 - kávy, čaje, čokolády(ostatní jídlo bude „domácí“)
 - vyjednávací síla dodavatelů- finance a ukončení spolupráce
- ii. konkurence
 - **kávový řetězec Starbucks, CostaCoffee** nebo kavárna jako Cafedu
 - **stupeň konkurence je střední**- zaměřujeme se na zákazníky, kteří se nespokojí s průměrnou kávou, která je nabízena u konkurentů
 - **možní noví konkurenti tu jsou**, ale to je na dnešním trhu ve všem, tudíž se tomu budeme **snažit předejít** neustálou **inovací**
- iii. zákazníci
 - **důležité skrze PR, věrnostní programy a příjemné a milé prostředí udržet loajálního zákazníka a pracovat na vzájemné komunikaci a zpětné vazbě**
 - vyjednávací síla zákazníků- nízký rozpočet, tudíž naším úkolem je zavést přijatelné ceny
- iv. substituty
 - knihovna v okolí či škola s vhodnými prostory
 - hrozba substitutů- dnes, kdy spousta studentů bydlí na přeplněných a hlučných kolejích, jsme vhodnou alternativou než jakákoliv jiná kavárna
- v. bariéra vstupu
 - bariéry vstupu jsou pro nás finance a vhodné místo pro naši pobočku

b) nástroj 11P

1. **product**- kombinace kavárny a studovny s dobrou kávou
2. **price**- cena vhodná pro studenty(vydělávat chceme skrze workshopy)
3. **place**- sídlit v centru Prahy- ideálně poblíž Masarykova nádraží

4. **promotion**- kampaň skrze sociální sítě a outdoorovou reklamu, opinion leadrs, PR
5. **people**- studenti, mladí lidé, lektori, lidé, kteří se chtějí vzdělávat nebo si užít příjemnou kavárenskou atmosféru
6. **physical evidence**- v přízemí kavárna a místnost na workshopy, v 1.patře kóje/místnosti na studium + knihovna, personál vstřícný, milý
7. **programming**- věrnostní program, kde budeme evidovat naše zákazníky a navíc v 1.patře budou zabudované iPady, kde si rychle a snadno objednáte skrze jednoduchý program
8. **process**- naše služba je momentálně dostupná jen na jedné pobočce
9. **public opinion**- jsme upřímní a zákazníkům nelžeme- nabízíme jim jen to, co sami pokládáme za nejlepší
10. **politics**- podporujeme mladé lidi, aby se nebáli vyjádřit svůj názor a z toho důvodu podporujeme politiku svobodného slova
11. **partnership**- kooperujeme s Nadací Terezy Maxové, která podporuje děti z dětských domovů s čímž sympatizujeme a taktéž spolupracujeme s fotoaparáty Olympus, kteří nám zapůjčují fotobudku na akce pořádané v naší kavárně a v neposlední řadě spolupracujeme s firmou Doubleshot

Ukázka kampaně(související s bodem 4. promotion)

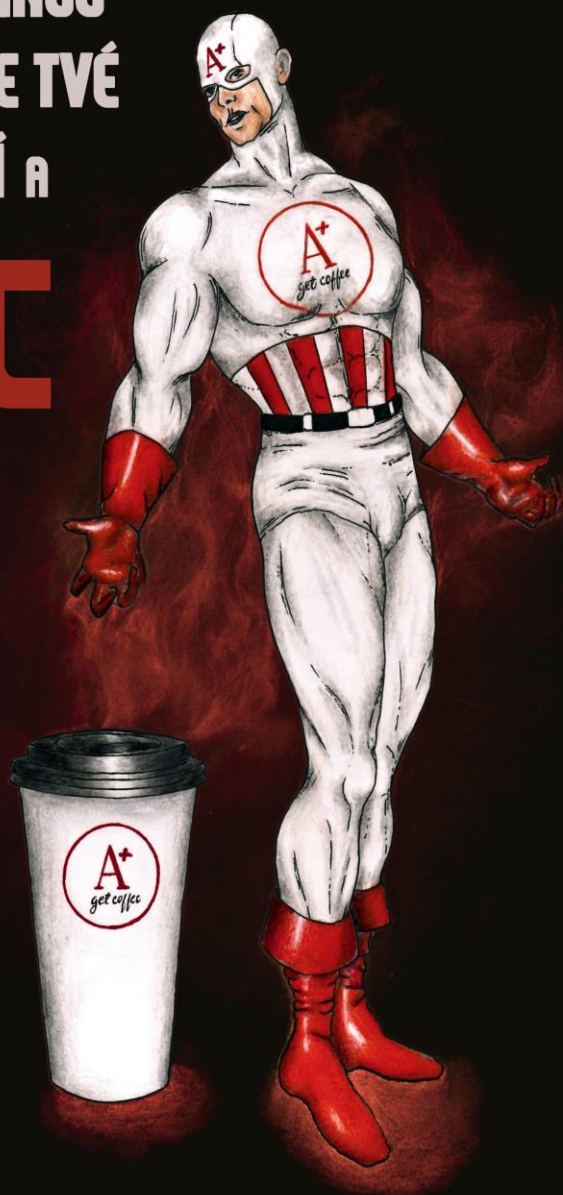
**PROPADĚŠ PANICE?
... SE MNOU ROZHODNĚ
NEPROPADNEŠ**



WWW.GETACOFFEE.CZ

MOJÍ TAJNOU
ZBRANÍ JE TVÉ
SLOŽENÍ A

STC



#DEJSISTC



WWW.GETACOFFEE.CZ