



Кейс «PetPlaza vs AirWoofWoof»

Ключников Илья
Курочицкая Юлия
Чапля Виктория
Урбанович Алексей

Минусы:

- Малая рентабельность премиум сегмента в Peakvalley.
- Нет специальных предложений для среднебюджетных или ценозависимых клиентов, а так же молодых профессионалов.
- Не использована готовность молодых специалистов и премиум клиентов переплачивать за предложенные им услуги.

Решения:

- Расширить комплекты услуг или предоставить новые, сосредоточиться на высокобюджетных клиентах.
- Увеличить число пакетов меньшей стоимости включающие меньше услуг и реализация услуг по сговору из прайса.
- Создать более дорогостоящие пакеты, включающие индивидуальный подход к каждому питомцу, такие как услуги ветеринара и подбора правильного витаминного состава кормов, услуг и расписания

Изменения:

- Создание более гибких условий для клиентов, переработка и расширение существующих прайсов.
- Уход в более дорогостоящий сегмент.
- Создание новой маркетинговой стратегии с акцентом на интернет-ресурсы.

Итоговая сегментация:




Новая маркетинговая кампания:

Подчеркивание существующих плюсов:

- Мы не новичок на рынке и нам принадлежит большая часть рынка, имеем постоянные отели и устоявшиеся хорошие условия для содержания а так же уже опытный персонал
- Мы оказываем услуги разнообразным животным, а не заботимся лишь о собаках как наши конкуренты.
- Мы единственные кто предоставляет премиум-услуги и будем и дальше расширяться в этой области.

Сосредоточение рекламы в интернет-ресурсах и упразднение информации на листовках



**Спасибо за
внимание!**