

ОТЧЕТ

20
21

VACSTO

Исследование потребителей

Галаш Д.В.

Грицевич Е.Ф.

Кажушко Ю.В.

Погудо М.А.

СОДЕРЖАНИЕ

Об исследовании

Добавить подзаголовков

Добавить подзаголовков

Добавить подзаголовков

Добавить подзаголовков

Добавить подзаголовков

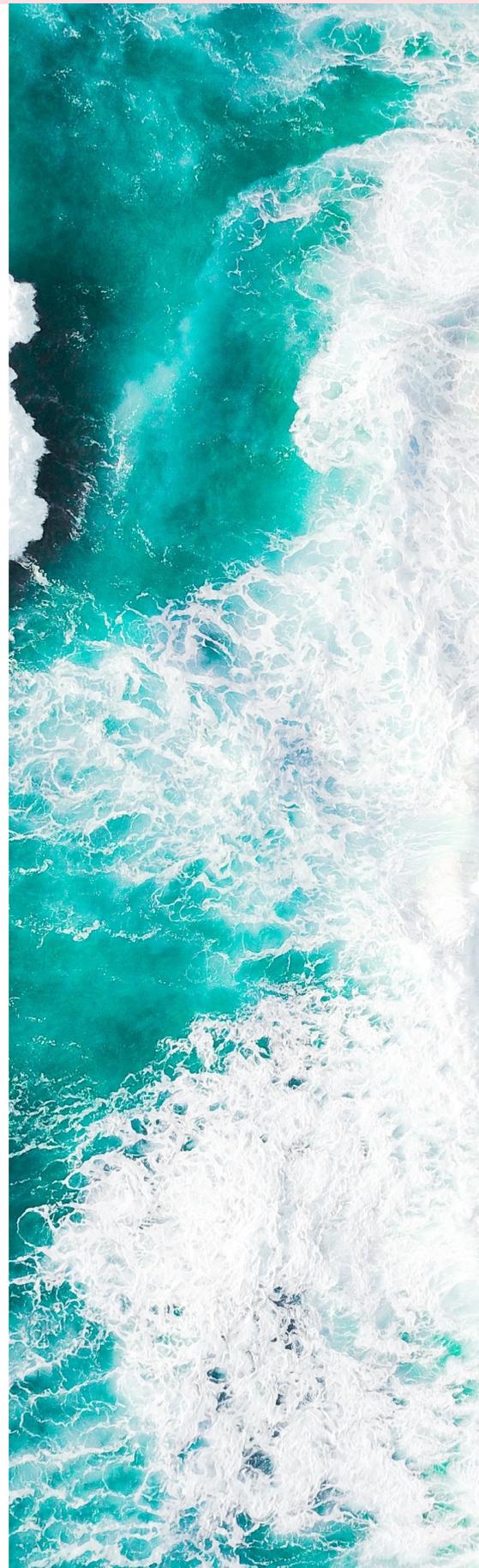
Добавить подзаголовков

ОБ ИССЛЕДОВАНИИ

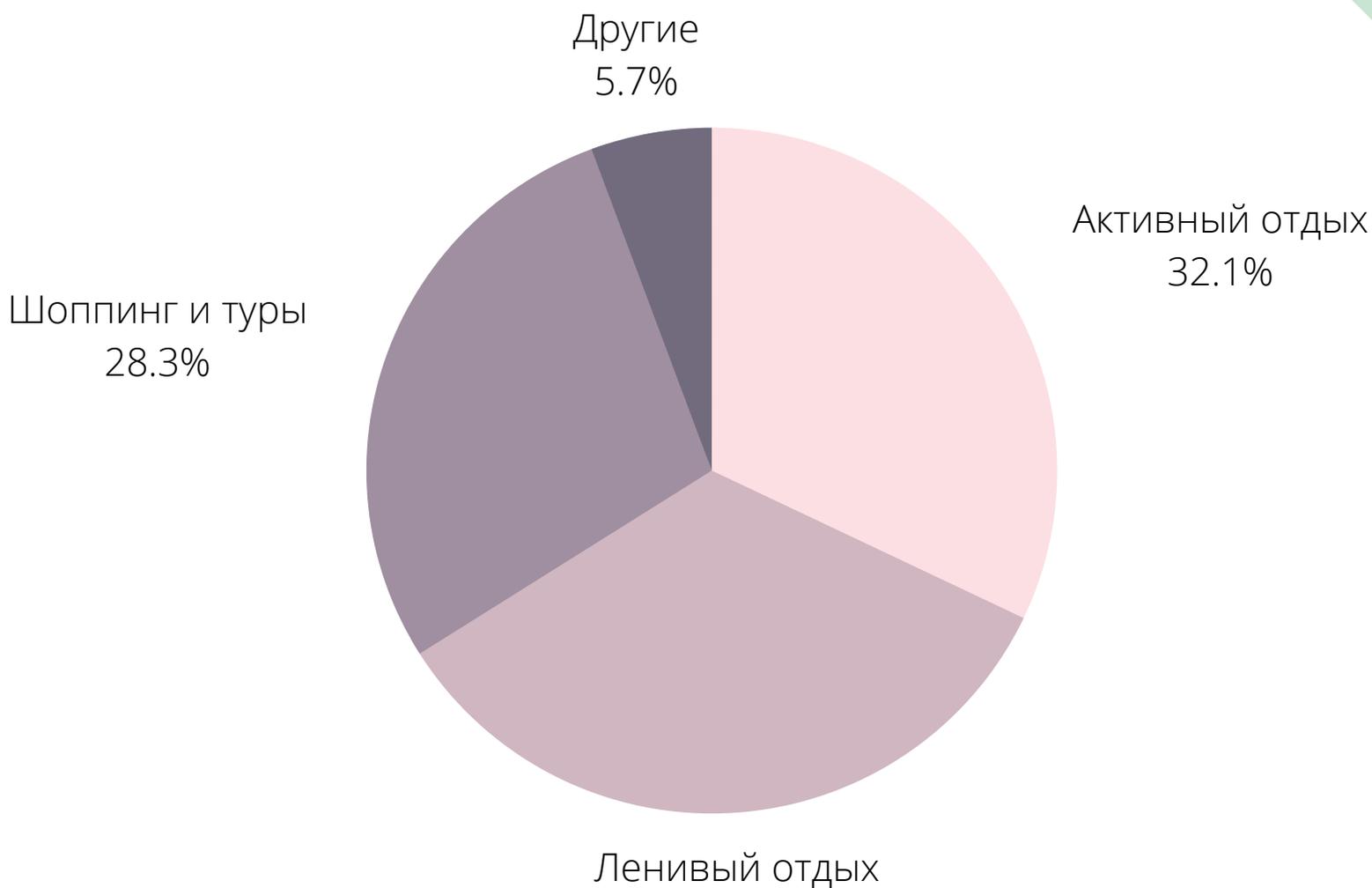
VACTO

Анкетирование проходило с 12 ноября по 22 ноября 2021 года, в ходе которого приняло участие 87 человек. Из них 66 человек являются совершеннолетними.

Опрос состоял из 20 вопросов, из которых 4 вопроса о составе участников опроса, 8 общих вопросов относительно темы путешествий, 4 вопроса об использовании сервисов для отдыха, 3 вопроса о готовности использовать платную версию и 1 вопрос о важности критериев при использовании сервиса по планированию отдыха.

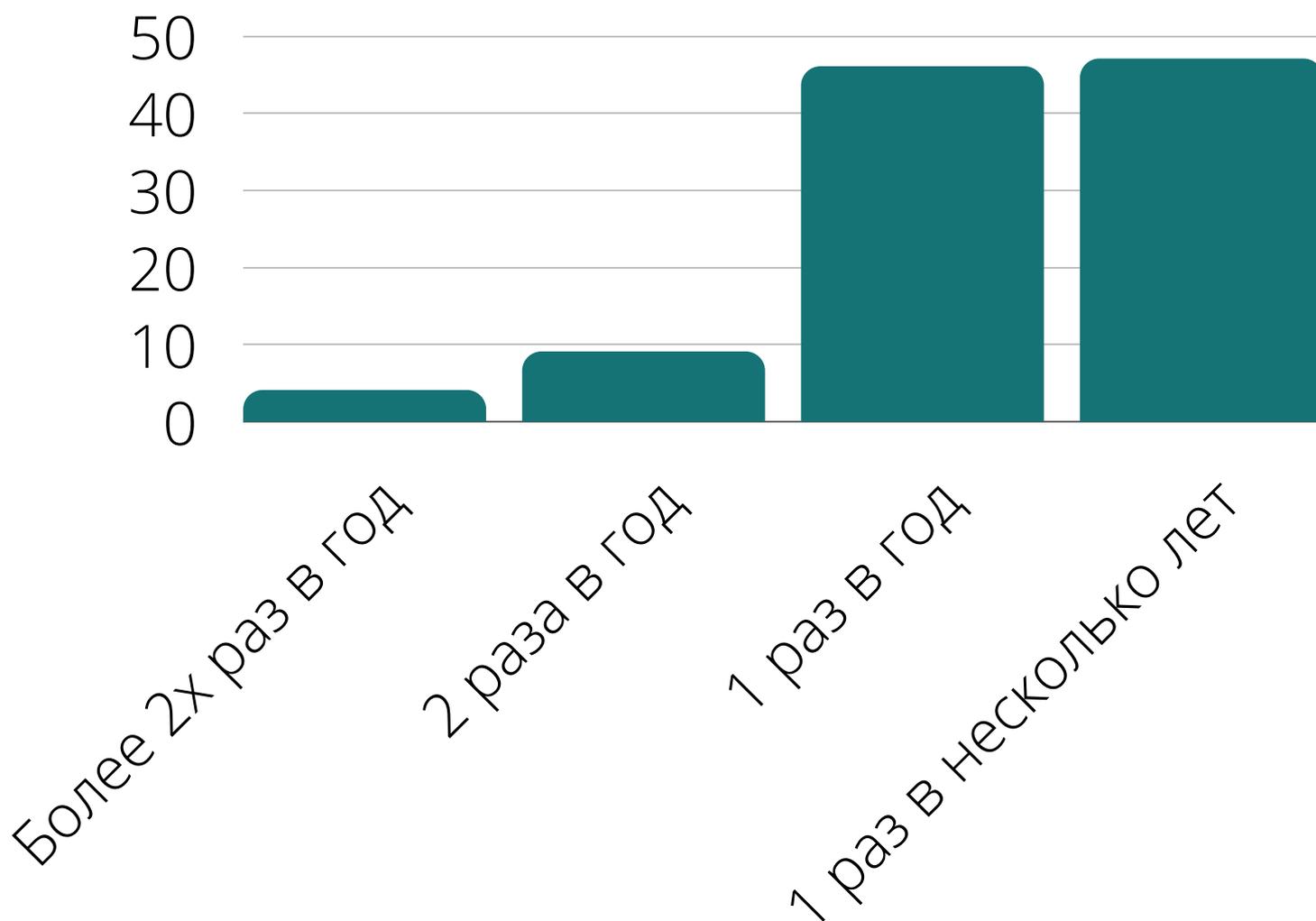


КАК ВЫ ПРЕДПОЧИТАЕТЕ ПРОВОДИТЬ ОТПУСК?



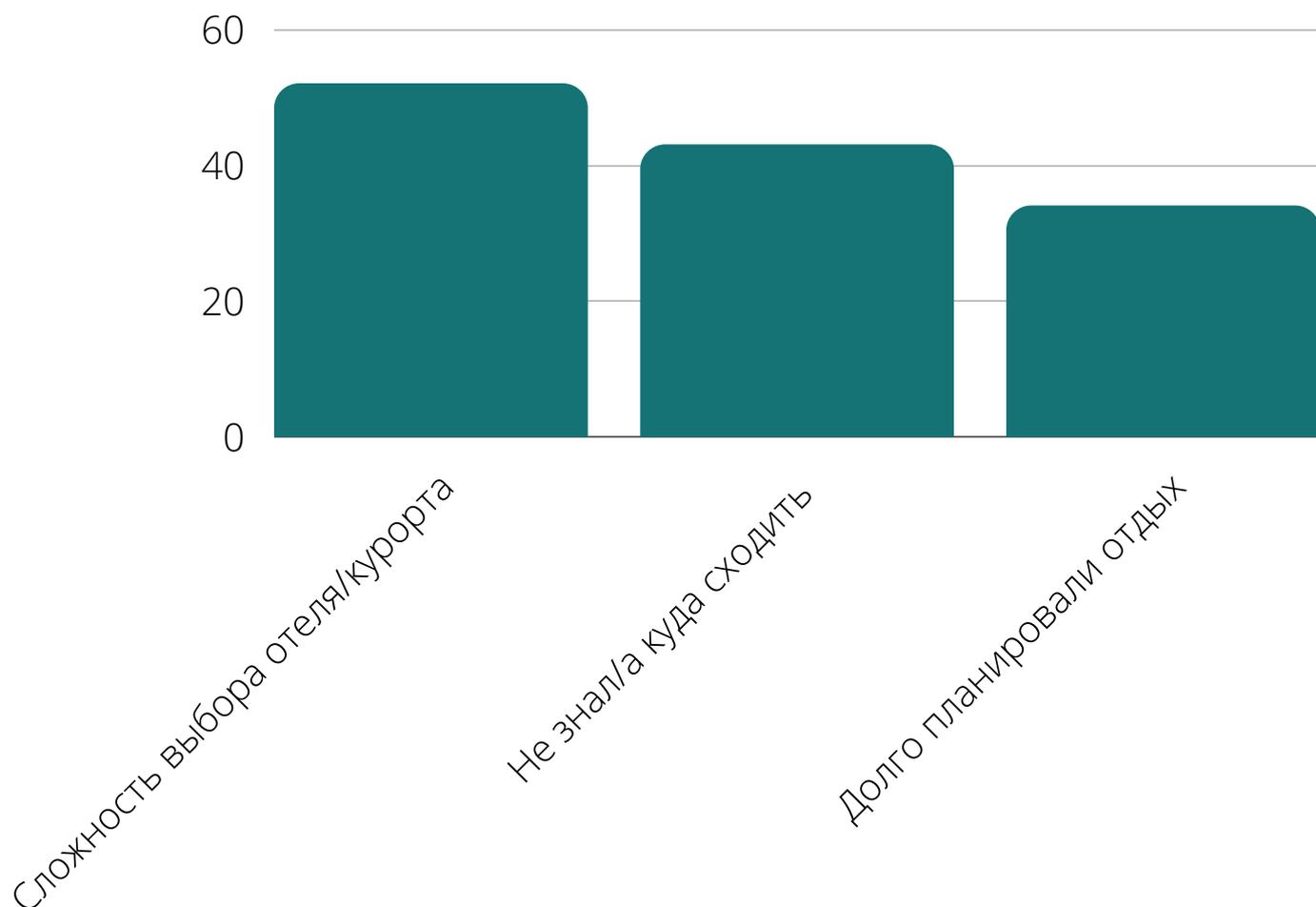
Данный вопрос направлен на выявление основных предпочтений вида отпуска. Самыми предпочитаемыми видами оказались малоактивный отдых, не связанный с физической активностью, а также активный (походы, дайвинг, альпинизм и т.д.). Таким образом для продвижения сервиса в различных сетях с помощью таргетинга, можно выбирать теги "пляж", "ЗОЖ", "спорт".

КАК ЧАСТО ВЫ ПУТЕШЕСТВУЕТЕ?



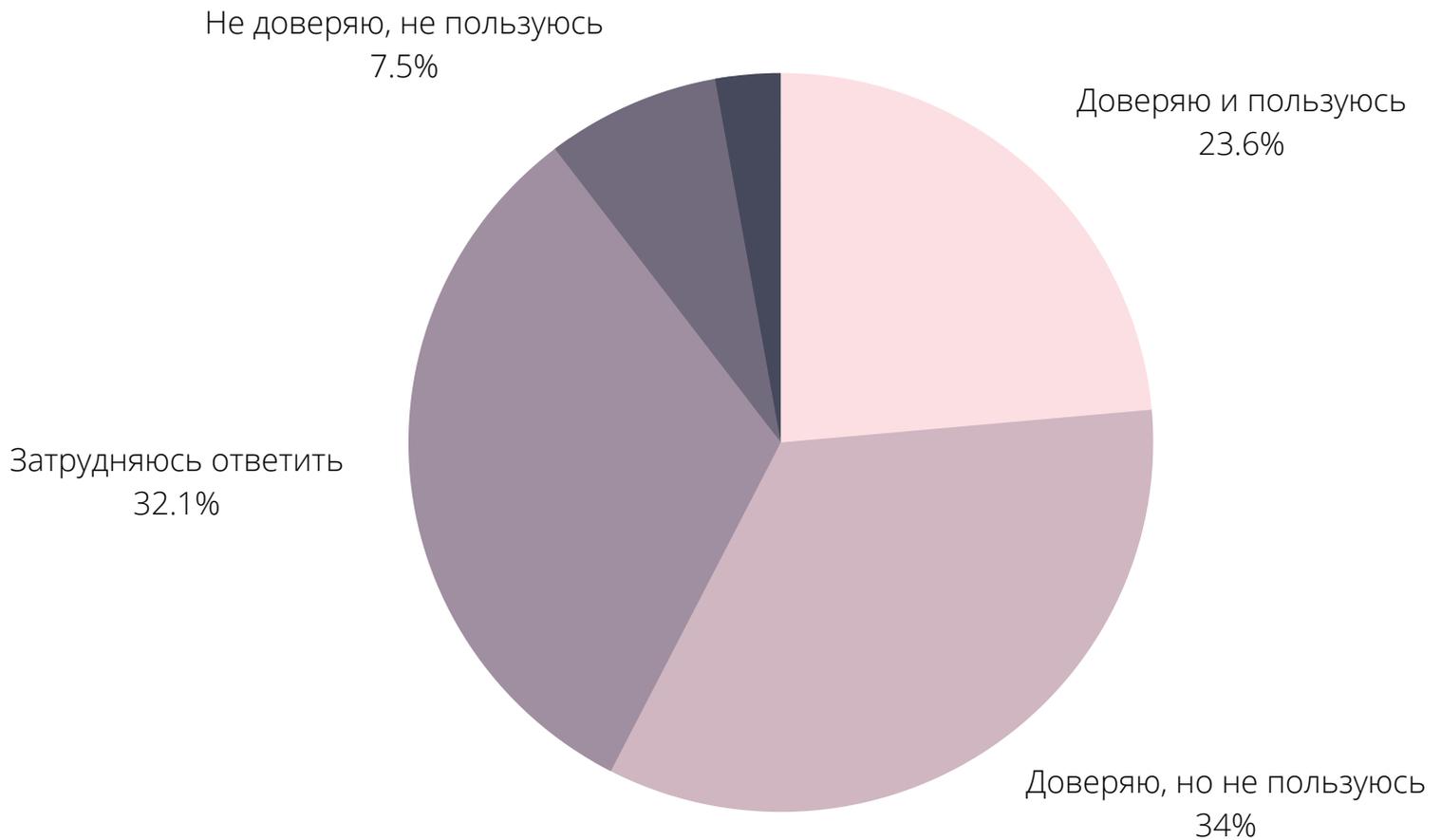
На основании данного вопроса было выявлено, что 44,3% опрошенных путешествуют 1 раз в несколько лет и 43,4% - 1 раз в год, что говорит о больших финансовых и временных затратах на отдых. В таком случае стоит рассмотреть возможность выбора туров на территории Беларуси или России, что значительно снижает стоимость самой поездки.

С КАКИМИ ТРУДНОСТЯМИ ВЫ СТАЛКИВАЛИСЬ ВО ВРЕМЯ ПУТЕШЕСТВИЙ?



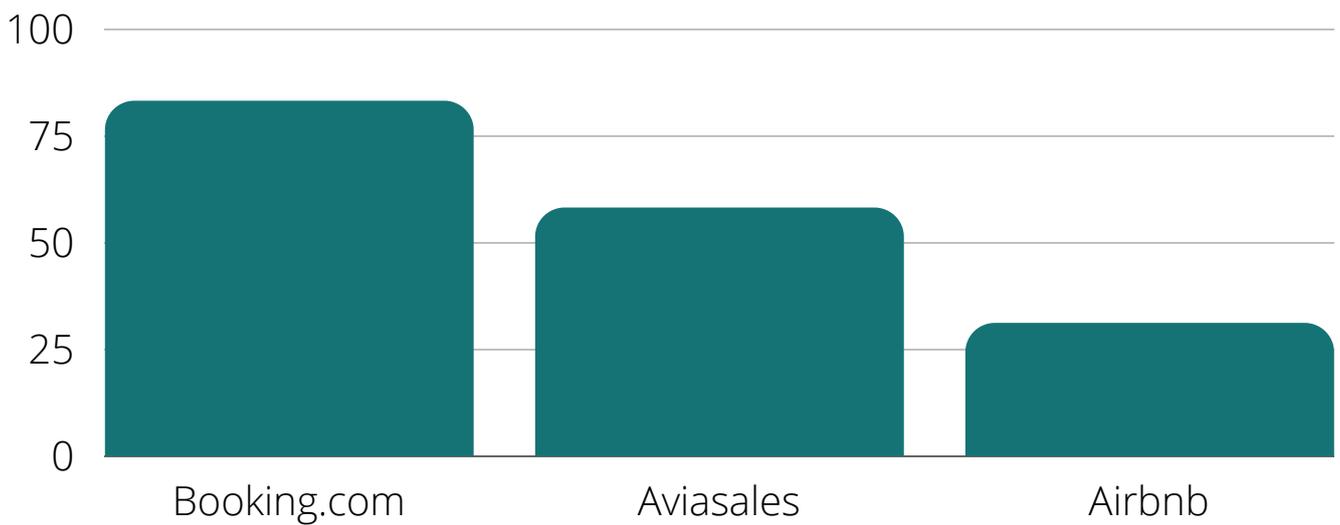
Самыми популярными трудностями, с которыми сталкиваются потенциальные клиенты во время путешествий являются сложность выбора отеля/курорта, незнание близлежащих мест, а также большие временные затраты на планирование. Именно на решение этих проблем направлен наш сервис, и это является его сутью.

ДОВЕРЯЕТЕ ЛИ ВЫ ОНЛАЙН-СЕРВИСАМ ПО ПЛАНИРОВАНИЮ ОТДЫХА?



На сколько видно исходя из опроса 34% не используют приложения для планирования отдыха, несмотря на доверие, и 32,1% затрудняются ответить. Значит, необходимо узнать по какой причине сервисы не используются, а также почему у 32,1% отсутствует точный ответ. Например, стоит провести еще один опрос или глубинное интервью с представителем этих групп.

С КАКИМИ СЕРВИСАМИ ПО ПЛАНИРОВАНИЮ ОТДЫХА ВЫ ЗНАКОМЫ?



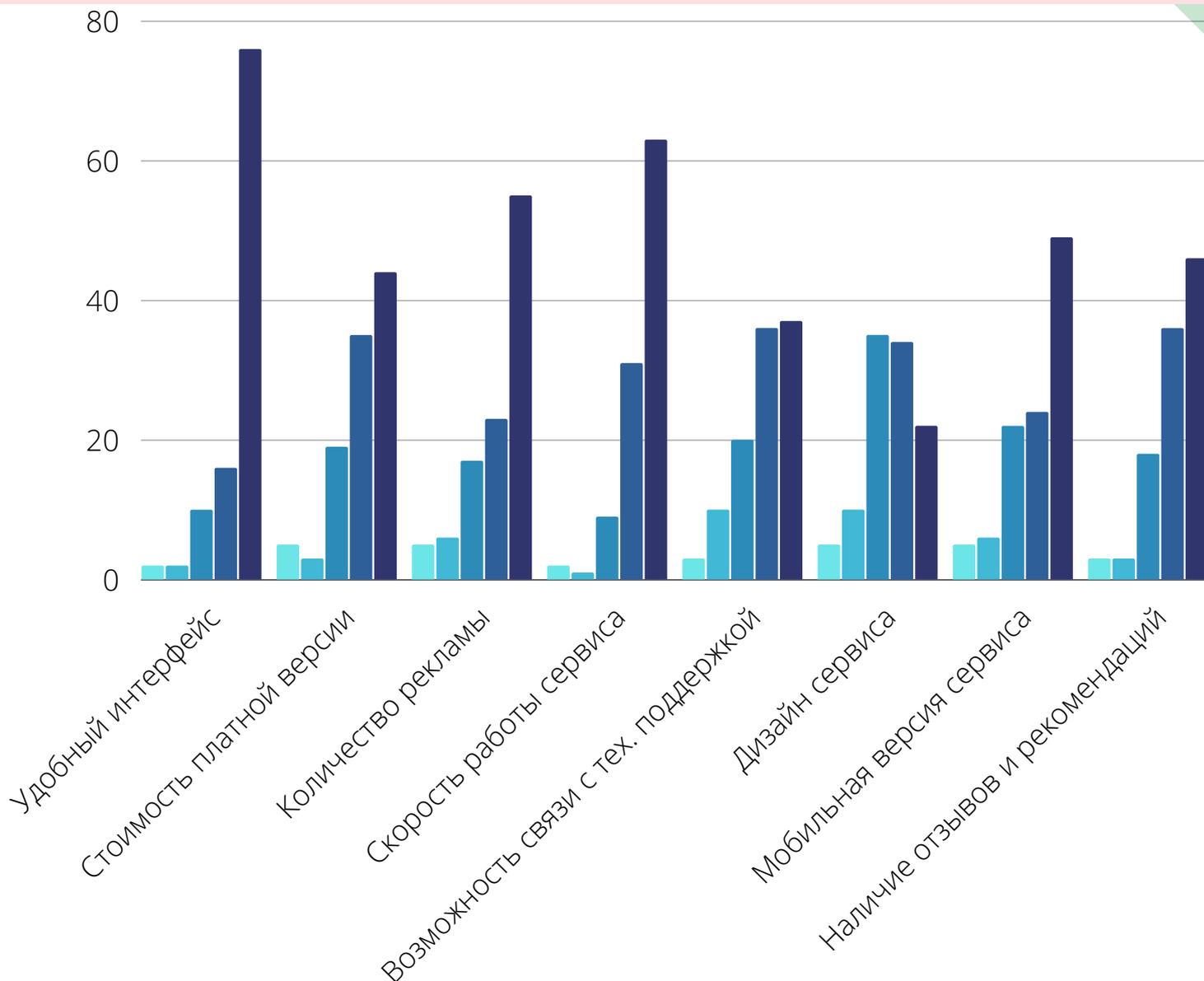
Таким образом можно провести можно объединить аудиторию 3х гигантов в сфере онлайн-планирования отдыха на нашем сервисе, что даст основную выгоду потенциальному клиенту - время. Также можно будет провести слияние этих отдельных сервисов и VacTo, для получения большей выгоды от M&A.

КАКИЕ ВИДЫ СЕРВИСОВ ДЛЯ ВАС НАИБОЛЕЕ УДОБНЫ?



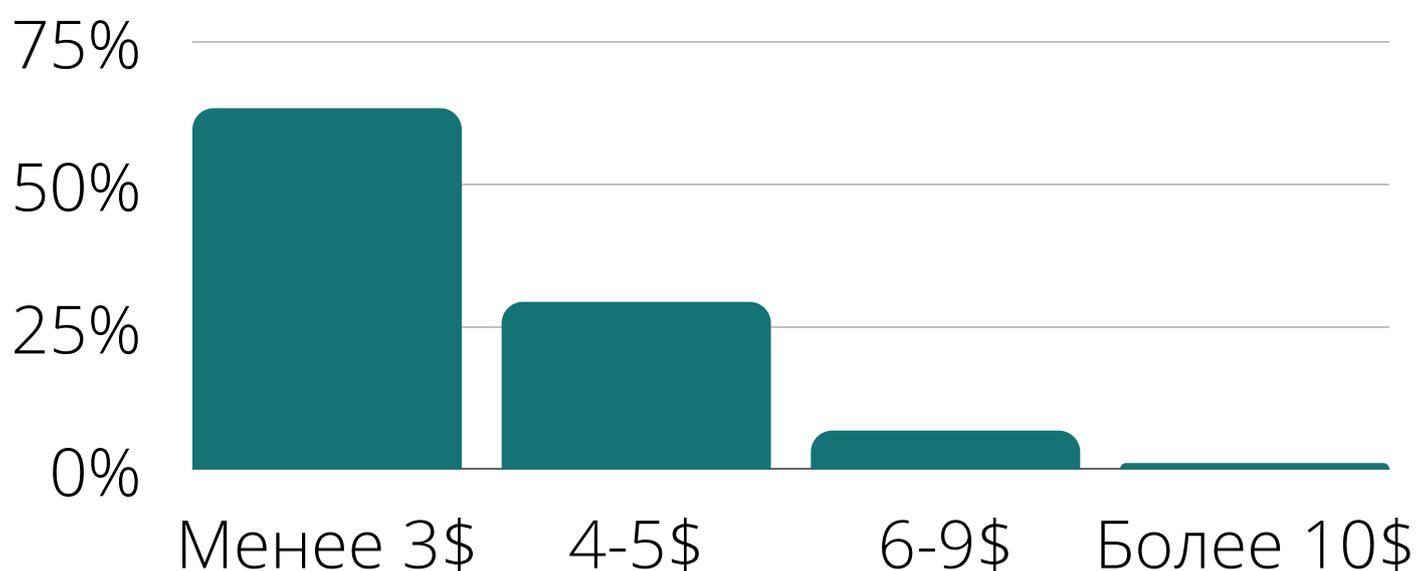
На основании данного опроса для большего удобства потенциальных клиентов необходимо разработать мобильное приложение и продвигать его.

ОЦЕНКА ВАЖНОСТИ ПАРАМЕТРОВ СЕРВИСА



Исходя из результатов по гистограмме, можно сделать вывод, что для пользователей важнее всего удобный интерфейс, скорость работы сервиса и количество рекламы. Именно на это надо сделать больший акцент: сделать удобный и интуитивно понятный интерфейс, не нагружать пользователя большим количеством рекламы и поработать над скоростью сервиса.

КАКАЯ ЦЕНА ПЛАТНОЙ ПОДПИСКИ БУДЕТ ДЛЯ ВАС ПРИЕМЛЕМОЙ?



Большинство респондентов предпочитают купить платную подписку менее чем за 3\$, таким образом, цена подписки должна быть от 2 до 3\$, чтоб не терять прибыль и окупаемость приложения.

ВЫВОД

VASTO

На основании данного опроса можно сделать следующие выводы:

1. Для продвижения сервиса с помощью таргетинга рекомендуется использовать теги: "спорт", "зож", "путешествия", "отдых", "сон"
2. Также рекомендуется разработать программы путешествий по Беларуси и России для "захвата" сегмента потребителей со средним уровнем дохода.
3. Необходимо повысить использование онлайн-сервисов для планирования путешествий (например, через явную выгоду для клиента)



ВЫВОД

VACTO

На основании данного опроса можно сделать следующие выводы:

4. Стоит разработать партнерскую программу для основных конкурентов или УТП для продажи сервиса

5. Более 70% пользователей предпочитают мобильные приложения, соответственно необходимо сделать упор на его разработку, а также определить пути продвижения.

6. При разработке приложения необходимо сделать упор на удобство интерфейса, поддержку системы клиент-сервер, а также вместо баннерной рекламы использовать "скрытую"

7. Цену подписки необходимо установить в размере 2,5\$, что принесет прибыль и будет приемлемым исходя из опроса.

