

# SWOT-анализ

## Сильные стороны

Наличие приложения: 72,6% респондентов предпочитают осуществлять заказ через приложение

54,7 % респондентов готовы тратить до 30 BYN на развлечения (за одно мероприятие) - наш средний чек 30 BYN/чел.

## Слабые стороны

Ограниченный бюджет на продвижение в 1 год работы

Ограниченный бюджет на усовершенствование мобильного приложения в 1 год

## Возможности

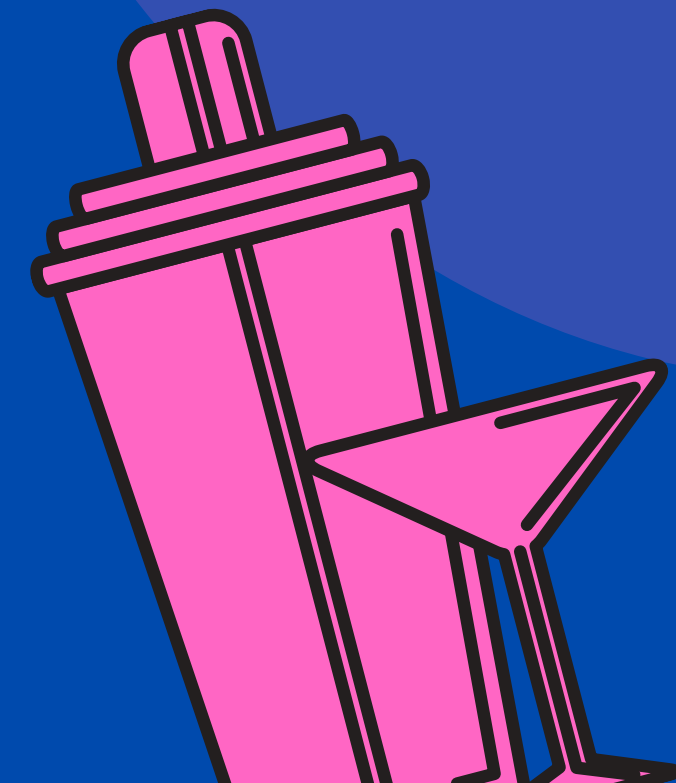
В условиях пандемии существует угроза локдауна для стационарных заведений

40,85% опрошенных людей отмечают высокую важность предоставления официанта на мероприятие,- что может стать конкурентным преимуществом

## Угрозы

Всего 6,3% опрошенных пользовались услугами выездного бара

88,5 % респондентов не уверены либо не заинтересованы в приобретении услуг выездного бара



# SWOT-анализ

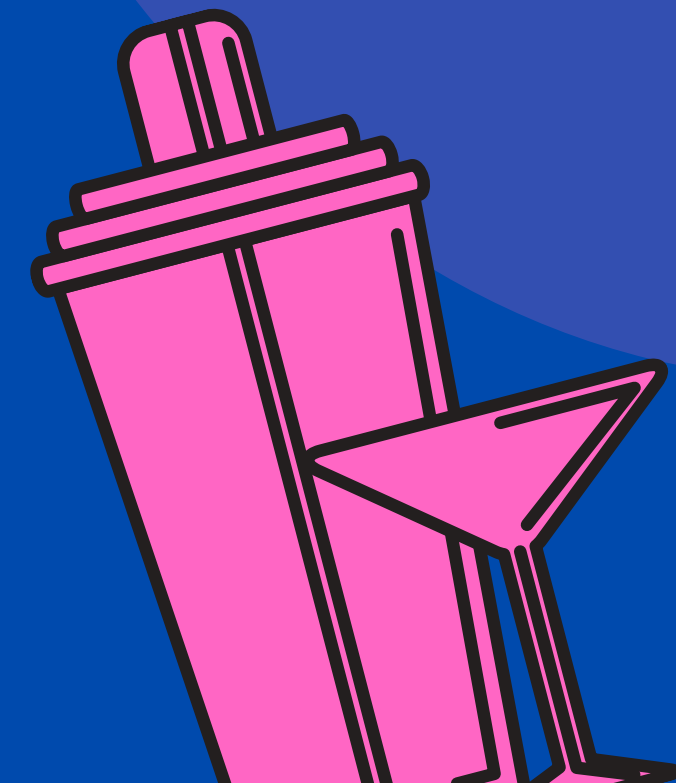


**>40% аудитории согласны на приобретение услуг в зависимости от цены,- то есть необходимо разработать УТП, как пример: "На первое приобретение скидка 20% + шоу бармена бесплатно!"**

**Необходимо получить дополнительное кредитование, что будет сделать гораздо проще в соответствии с Государственной программой развития и поддержки малого бизнеса**

**Для повышения осведомлённости о предоставлении услуги необходимо развивать партнёрскую сеть, например, одним из первых партнёров может стать YandexGo или Bolt (один из сервисов такси)**

**Необходимо переводить возможности в сильные стороны, значит, нужно конкурентное преимущество(в виде предоставления официантов) развивать. В первую очередь, - повышение квалификации.**



# SWOT-analysis

## Strengths

App availability: 72.6% of respondents prefer to place an order through the app

54.7% of respondents are ready to spend up to 30 BYN on entertainment (for one event) - our average check is 30 BYN / person.

## Weak sides

Limited budget for promotion in 1 year of work

Limited budget for improving the mobile application in 1 year

## Possibilities

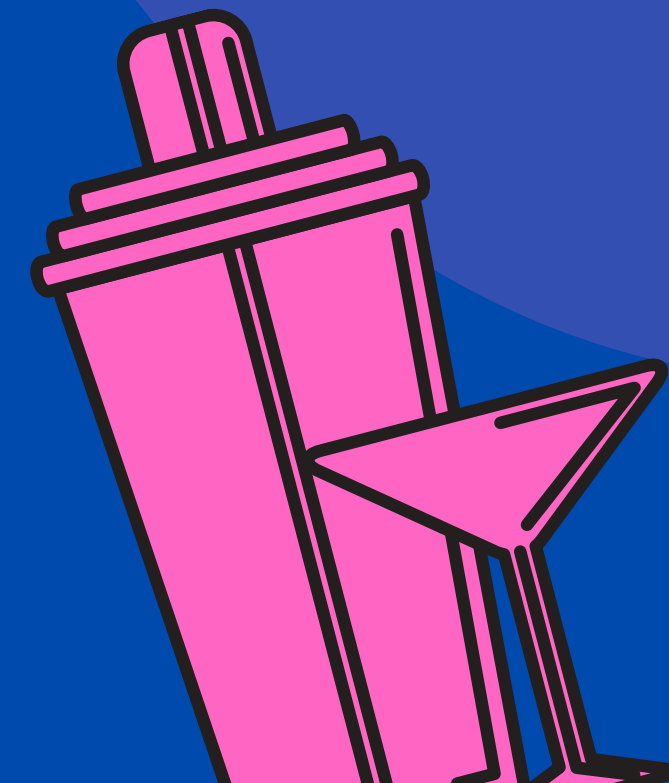
In a pandemic, there is a threat of lockdown for stationary establishments

40.85% of the people surveyed note the high importance of providing a waiter for an event, which can become a competitive advantage

## Threats

Only 6.3% of the respondents used the services of the exit bar

88.5% of respondents are not sure or not interested in purchasing the services of an exit bar



# SWOT-analysis



**> 40% of the audience agree to purchase services depending on the price - that is, it is necessary to develop a USP, as an example: "For the first purchase, a 20% discount + a bartender's show for free!"**

**It is necessary to obtain additional loans, which will be much easier in accordance with the State Program for the Development and Support of Small Businesses**

**To raise awareness about the provision of the service, it is necessary to develop a partner network, for example, YandexGo or Bolt (one of the taxi services) may become one of the first partners**

**It is necessary to translate opportunities into strengths, which means that you need to develop a competitive advantage (in the form of providing waiters). First of all, - professional development.**

