

Идея стартапа: Кафе маркетинговых исследований

Новые возможности!

27 октября в стенах БГЭУ прошло республиканское стартап-мероприятие «Молодежь в предпринимательстве». В рамках данного мероприятия был проведен конкурс бизнес-идей и проектов по следующим направлениям: «Услуги», «Производство», «Социальные проекты», «IT-проекты». Всего на Конкурс было представлено 57 амбициозных проектов, а в финале за звание лучший бизнес-проект и лучшая бизнес-идея сразились 37 проектов.

Среди участников были студенты и магистранты высших учебных заведений Республики Беларусь. Также в стартап-мероприятии приняли участие студентки факультета маркетинга и логистики. Предлагаем вам ознакомиться с их проектом, который выиграл в номинации «Лучшая бизнес-идея 2016» по направлению «Услуги».



Авторы проекта: Маслова Анастасия, Леонова Анна, Толокняник Виктория

Идея: Кафе маркетинговых исследований «Mark.Place – прастора для сваіх»

Авторы: Леонова Анна, Маслова Анастасия, Толокняник Виктория

Результат: Лучшая бизнес-идея 2016 по направлению «Услуги»

Описание идеи: создать кроссплатформенную площадку в формате кафе для проведения маркетинговых исследований.

Проект подразумевает, что Производитель предоставляет кафе новый продукт. Баллы, начисленные как проценты от суммы заказа в кафе, посетители могут использовать для тестирования новейших изобретений и приложений, дегустации новых блюд, и т.д., оставляя при этом подробные отзывы и впечатления о

продукте.



Кафе маркетинговых исследований – Mark.Place

Мы даём Производителю заинтересованную аудиторию и самые честные отзывы. Это – новый уровень отношений.

Кому это выгодно?

1. Производителям – уменьшение затрат на маркетинговые исследования спроса и тестирование продукта. Требуется просто предоставить образец товара кафе и получать ценные отзывы от потенциальных клиентов.
2. Клиентам предоставляется возможность попробовать первыми мировые новинки и передовые технологии. Бесплатно.
3. Нам – получение дохода с продаж в кафе, дополнительная выручка от предоставления в аренду зала для мероприятий, отчисления производителей за предоставляемые им результаты опроса потребительского мнения.

Наша главная цель – помочь производителям и разработчикам получить дешёвую, качественную, быструю обратную связь от потенциальных Клиентов, сэкономив на проведении дорогостоящих МИ.

В ходе работы команде проекта удалось связаться с представителями крупных компаний, работающих на белорусском рынке и получить одобрительные отзывы, а также рекомендации по совершенствованию идеи. Своим мнением поделились менеджер по маркетингу ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч» Анна Кушнир, а также представитель компании «Санта Бремор», признав идею жизнеспособной и достаточно перспективной.

Более подробно ознакомиться с концепцией Кафе маркетинговых исследований можно в [презентации проекта](#).

[gview

file=»https://fmk.bseu.by/wp-content/uploads/2016/11/Mark_Place.pdf» height=»365px» width=»100%» save=»1"]

Мы правда надеемся, что идея проекта будет новой, увлекательной и, возможно, заинтересует кого-то из инвесторов или же даст нам новые возможности для действия.

Путинцева Екатерина