

Сервис для планирования отдыха

«VacTo»– сервис для планирования совместного отдыха семей и друзей. Информационная система позволит подобрать подходящий вид отдыха с учетом желаний пользователя, а также обеспечит возможность общения внутри чата.

О нас

Наша миссия: Наслаждайтесь моментом, об остальном позаботимся мы.

Основные цели: Решение проблемы планирования совместного отдыха, индивидуальный подбор тура по заданным критериям, выход на международный рынок.



Целевой рынок: люди, которые не могут спланировать и подобрать совместный отдых с учетом индивидуальных пожеланий.

Конкуренты: aviasales, airbnb, booking.com, tripadvisor, локальные тур-агентства.

Тенденции рынка: туризм находится в упадке после пандемии, а время стало самым ценным ресурсом.

Решаемые проблемы: минимизация затрат на планирование отпуска.

Проблемы, с которыми может столкнуться проект: новая пандемия, привлечение пользователей.

В отличие от действующих сейчас сервисов букинга и планирования, требующих большего количества затрат и сложных в

использовании, наш продукт содержит в себе функции для оптимального планирования совместного отпуска, ускоряя и упрощая данный процесс.

Краткая маркетинговая стратегия: продвижение с помощью таргетинга, сотрудничество с инфлюенсерами и медийными персонами, SEO-продвижение.

Финансовые ожидания: средняя стоимость рекламы отеля на месяц – 1,5k\$ в месяц, авиакомпании – 2 k\$. Возможность использования премиум версии – 2\$ в месяц за одного человека.



Анализ рынка

Пандемия значительно повлияло на развитие международных туристических услуг (по оценкам ЮНВТО, в январе–августе 2020 г. число международных туристических прибытий в мире сократилось на 700 млн). При этом спрос на внутренний туризм значительно вырос (на 30%). После послаблений карантинных мер наблюдается значительный рост туризма и использования онлайн-сервисов для его планирования. Использование онлайн-сервисов для планирования отдыха увеличилось на 15% с 2020 года.

Мы провели **анкетирование**, которое 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.

Выводы по результатам проведенного онлайн-опроса

- Для продвижения сервиса с помощью таргетинга рекомендуется использовать теги: «спорт», «зож», «путешествия», «отдых», «сон.»
- Также рекомендуется разработать программы путешествий по Беларуси и России для «захвата» сегмента потребителей со средним уровнем дохода.
- Необходимо повысить использование онлайн-сервисов для планирования путешествий (например, через явную выгоду для клиента).
- Стоит разработать партнерскую программу для основных конкурентов или УТП для продажи сервиса
- Более 70% пользователей предпочитают мобильные приложения, соответственно необходимо сделать упор на его разработку, а также определить пути продвижения.
- При разработке приложения необходимо сделать упор на удобство интерфейса, поддержку системы клиент-сервер, а также вместо баннерной рекламы использовать «скрытую».
- Цену подписки необходимо установить в размере 2,5\$, что принесет прибыль и будет приемлемым исходя из опроса.

Мы минимизируем ваши временные затраты при планировании отпуска!

Полные выводы по [PEST-анализу](#), [Результат проведенного онлайн-опроса](#) и [Детальный анализ](#) можно увидеть по ссылкам.

Над проектом работали студентки 3 курса группы ДМП: Галаш Дарья, Грицевич Елизавета, Кажушко Юлия, Погудо Мария.

Руководитель проекта: Разумова Светлана Васильевна.