|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Marketingová štúdia GRINDSTONE Príloha č.2 Výzvy** | | | | | | | | |
| **Názov** | **Časť** | **Parameter a jeho požadovaná hodnota** | **MJ** | **Požadovaný počet jednotiek** | **Hodnota parametra predkladateľa ponuky (áno/nie)** | **Cena za jednotku v EUR bez DPH** | **Cena celkom v EUR bez DPH** | |
| Marketingová štúdia | Marketingová štúdia | **Osnova marketingovej štúdie** **1 Základné informácie**  **1.1 Charakteristika spoločnosti objednávateľa**  - história, opis predmetu podnikania a podnikateľského modelu pre vývoj a vydavateľskú činnosť videohier prémiového segmentu určených pre globálne publikum  **1.2.Analýza trhu, odhad dopytu, marketingová stratégia a marketingový mix**  **2.1 Makroanalýza prostredia** - charakteristika a analýza jednotlivých externých faktorov makroprostredia, ktoré majú dopad na podnikanie objednávateľa. Vyžaduje rozdelenie na analýzu prostredia globálneho trhu aj makrofaktory relevantné pre Slovensko ako krajinu podnikania.  **2.2.Charakteristika odvetvia výroby** - vývoj a vydavateľská činnosť prémiových videohier pre platformy PC a konzoly PlayStation 4, Xbox One a Nintendo Switch pre globálne trhy.  **2.3. Analýza zákazníka a trhu**   * analýza cieľových skupín hráčov podľa jednotlivých regiónov pre segment videohier spadajúcich do žánru akčných simulácií a multiplayer hier v rozdelení na:   + ázijský trh všeobecne so špecifickým ohľadom na Čínu, Južnú Kóreu a Japonsko   + japonský trh špecificky ako krajiny, v ktorej sa hra odohráva a krajinu pôvodu Bushido Blade   + západné trhy zvlášť podľa nasledujúcich oblastí:     - USA + Kanada,     - UK,     - Nemecko     - ostatné krajiny západnej Európy     - región Škandinávia   + Latinská Amerika * odhad veľkosti trhu jednotlivých cieľových skupín podľa vyššie uvedeného regionálneho rozdelenia   **2.4. Analýza a segmentácia zákazníka**   * analýza cieľových skupín hráčov podľa vyššie uvedeného regionálneho rozdelenia podľa kritérií pohlavia, veku, príjmových skupín, záujmov podľa referenčných titulov na trhu, záujmov podľa referenčných titulov, ktoré majú plánované umiestnenie na predmetné trhy v čase najbližších 24 mesiacov.   **2.5. Analýza konkurencie**   * analýza referenčných titulov z minulosti podľa štatistík predaja pre jednotlivé platformy predaj videohier a podľa sociálneho dosahu na cieľové skupiny fanúšikov hier * analýza konkurenčných titulov aktuálne vo vývoji s plánovaným termínom vydania v čase najbližších 24 mesiacov.   **2.6. SWOT analýza zámeru**  **2.7. Marketingová stratégia**  **2.7.1 Marketingova stratégia** umiestnenia videohry na trh podľa:   * jednotlivých regiónov cieľových trhov, * jednotlivých herných platforiem.   **2.7.2 Marketingová stratégia** pre crowdfundingovú kampaň s cieľom vybudovania povedomia o hre pred jej uvedením na trh   * analýza jednotlivých crowdfundingových platforiem * výber najvhodnejšej platformy pre budovanie povedomia o videohre * stanovenie cieľovej sumy crowdfundingovej kampane a jednotlivých odmien   **2.8. Marketingový mix**   * návrh jednotlivých komunikačných kanálov a stratégií marketingového mixu s dôrazom na špecifické kanály pre hráčov ako Twitch, Discord, Reddit resp. webových stránok tretích strán so zameraním na videohry ako IGN, Kotaku a podobne, ktoré majú relevantný dosah do cieľových teritórií * definícia špecifík regiónov jednotlivých cieľových skupín hráčov a prispôsobenie marketingového mixu špecifickým požiadavkám pre regióny:   + ázijský trh všeobecne so špecifickým ohľadom na Čínu, Južnú Kóreu a Japonsko   + japonský trh špecificky (ako krajiny, v ktorej sa hra odohráva)   + západné trhy zvlášť podľa nasledujúcich oblastí:     - USA + Kanada,     - UK,     - Nemecko     - ostatné krajiny západnej Európy     - región Škandinávia)   + Latinská Amerika   2.9. **Plán detailnej crowdfundigovej kampane**, ktorý zahŕňa:   * Formálne detaily organizácie crowdfundingovej kampane (najvýhodnejšiu krajinu zriadenia, dôvody, analýza nákladov a výnosov, atď) * Organizácia teamu, minimálny team size * Návrh cieľov crowdfundingovej kampane * Definícia KPI (kľúčových merateľných ukazovateľov) * Analýza cieľovej skupiny a kanálov, ako osloviť relevantnú cieľovú skupinu * Detailný plán príspevkov a odmien, ich implementačných nákladov a profitability * Plán strech gólov a ich vzťah ku KPI * Plán úvodnej kampane predchádzajúcej samotnej crowdfundigovej kampani s ohľadom na KPI ukazovatele * Minimálny KPI threshold pre spustenie samotnej crowdfundingovej kampane * Plán priebehu crowdfundigovej kampane * Plán priebežného monitoringu aktivity cieľovej skupiny a aktivačných thresholdov na základ KPI ukazovateľov * Analýza externých zdrojov potrebných pre úspešnú realizáciu crowdfundigovej kampane    3. Záverečné odporúčania | štúdia | 1 |  |  |  | |
| **Očakávaný rozsah** min. 64 strán A4 v anglickom jazyku + obálka |  |
| **Forma predkladanej štúdie**:  - Elektronická verzia na neprepisovateľnom elektronickom nosiči 1x - Papierová (vytlačená) podoba 3x |  |
| **Skladba tlačenej verzie**:  Obálka: plnofarebná (4 + 0) 135 g/m2, V2 väzba Vnútro: papier plnofarebný (4 + 4) 80 g/m2 |  |
| |  | | --- | |  | | Obchodné meno, sídlo a kontakt na predkladateľa ponuky: | | | | | | |  | | | | |
|
| Lehota dodania tovaru / služby | | | |  | | | | |
| Platca DPH: | | | | **Áno/nie** | | | | |
| Dátum vypracovania cenovej ponuky: | | | |  | | | | |
| Pečiatka a podpis : | | | |  | | | | |
|
|