



Prípadová štúdia - Čajovňa Setkání

Zaostrené na **súčasný stav** čajovne

+ Súčasný stav

- 20 rokov na trhu so stálymi zákazníkmi
- webová prezentácia
- eshop s častými nákupmi
- dobre situovaná, hodnotená v Googli
- čaj najvyššej kvality
- bez vodných fajok s marockou atmosférrou
- existujúca analytika v Google nástrojoch



Webové
stránky

Eshop

Offline čajovňa
s reklamou

A photograph of a man with red hair and a beard, wearing a grey t-shirt, standing in a traditional tea room. He is holding a black kettle and pouring tea into a white cup. The background features shelves filled with various tea canisters and boxes. The lighting is warm and focused on the man and his actions.

Myslíte čajovňa už IT digitalizáciu
nepotrebuje?

Zaostrené na **potreby majiteľa čajovne**

+ Brainstorming s majiteľom

- čo nové priniesť stálym zákazníkom
- prepojenie offline čajovne s technológiami a novodobými možnosťami
- ako zaujať nových, potencionálnych zákazníkov voči ostatným čajovniám
- ako sa odlišiť na trhu, kde je veľká konkurencia
- ako lepšie prezentovať svoje výhody bez silených marketingových reklám
- ako motivovať viac kupovať online
- ako zaujmúť technologicky aj počas návštevy



Zákazníci



Konkurencia

Zaostrené na potreby zákazníkov čajovne

+ Cieľová skupina

- človek, ktorý si rád vychutáva čaj (často)
- hľadá klúdné prostredie bez dymu a cigariet
- chce sa stretnať s kamarátmi, klientami, rodinou
- hľadá odpočinok
- rád experimentuje
- rád cestuje a spoznáva nové veci
- chce prezentovať svoju prácu

+ Podklady pre analýzu

- podnety od existujúcich používateľov
- dátá z Google Analytics nad webom, eshopom
- prieskum medzi čajovými fanúšikmi na sociálnych sieťach
- naše nápady ako tretej strany
- prieskum konkurencie - česká/zahraničná
- technologické novinky v čajovniach
- predajné/ziskové potreby čajovne

Vždy je čo vylepšovať/prinášať na trh

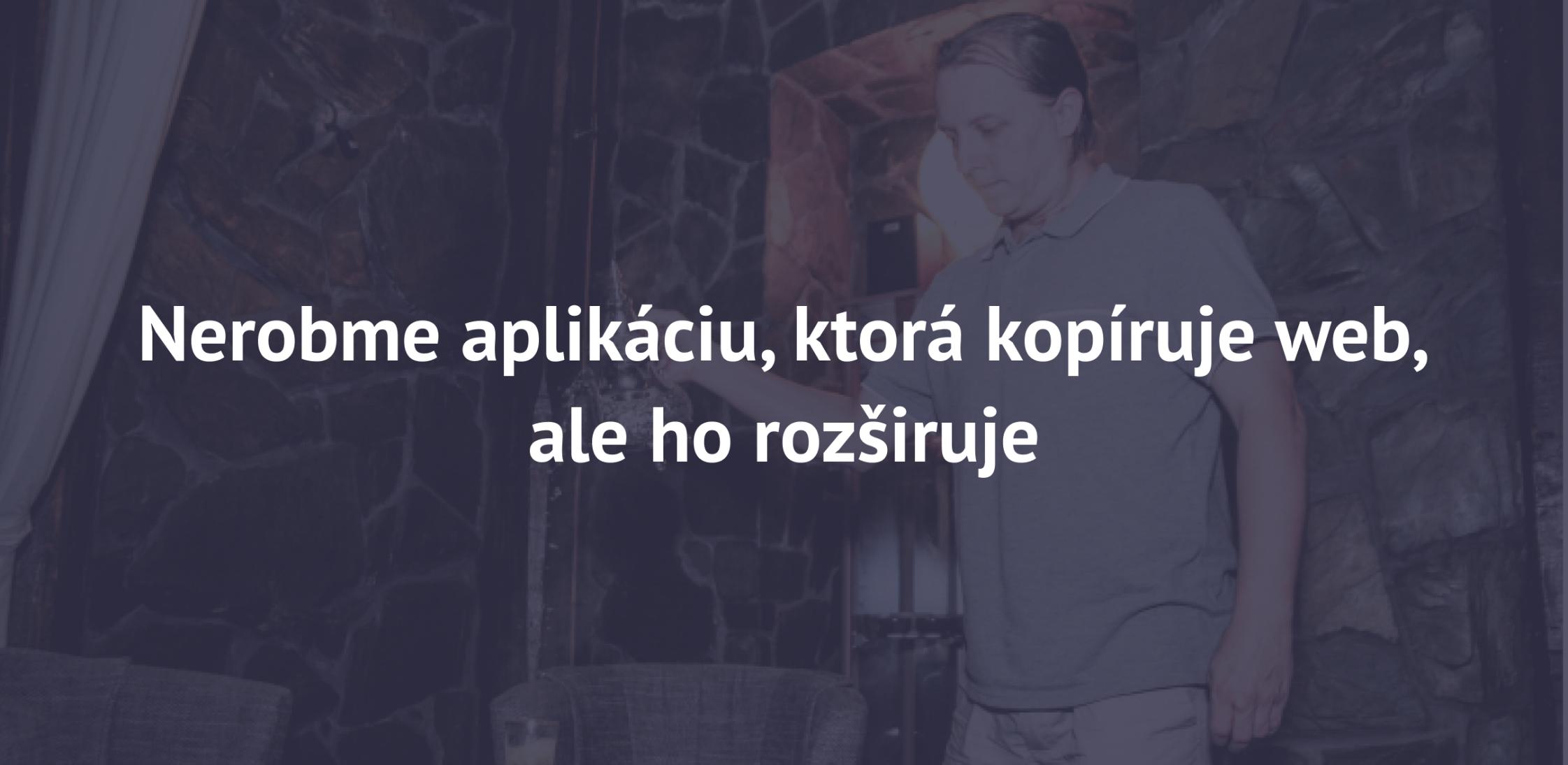
Zaostrené na detailnú analýzu

+ Navrhovaná funkcia

- personalizované nakupovanie
- možnosť objednávky dopredu
- online/offline riadené degustácie
- personalizovaný marketing
- VITea členstvo
- ostatné čajovne/produkty vs. moja hlavná čajovňa
- rezervácie
- recepty, rady, bylinky
- udalosti, novinky, akcie, geo marketing

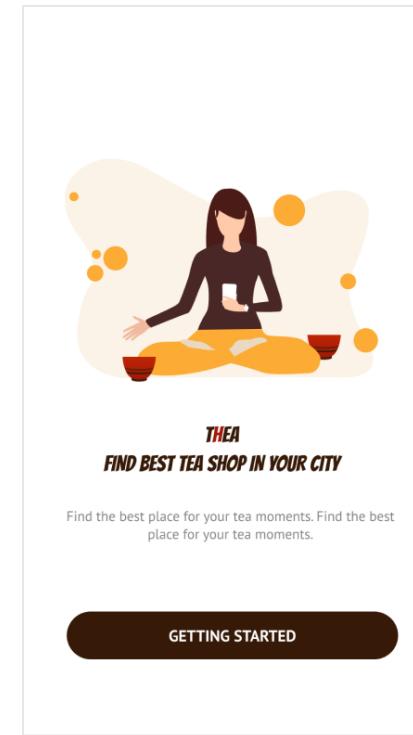
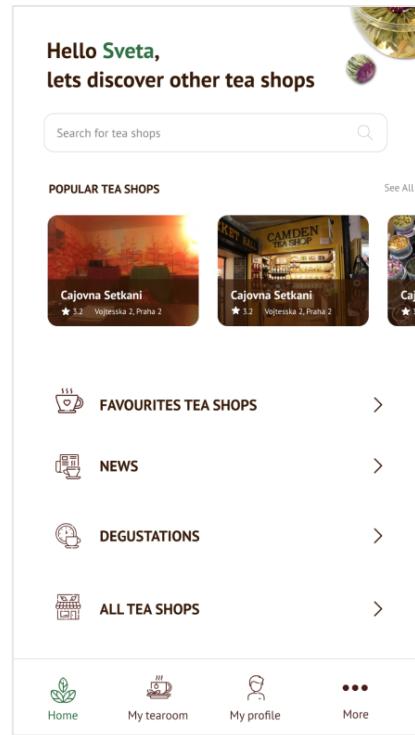
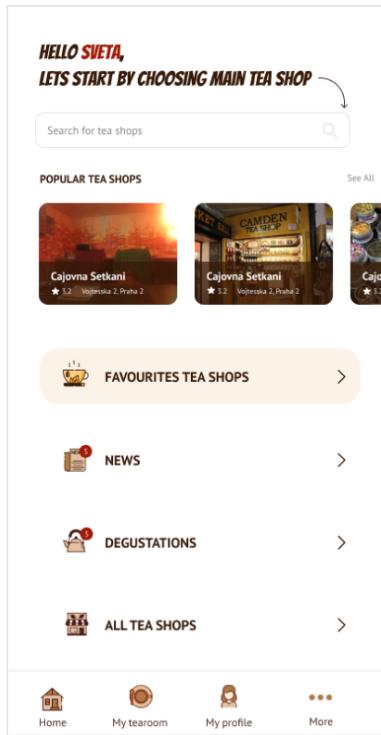
+ PREČO?

- pohodlnnejší nákup vychádzajúci z historických dát a preferencií
- odpadá nutnosť objednávky v čajovni, čakanie na prípravu
- hlasovanie z domu/na mieste, spoločný zdieľaný zážitok, história degustácie
- čaje, ktoré by ma mohli zaujať podľa mojich preferencií
- výhody klubu, špeciálna VIT pre stálych členov
- pocit výnimočnosti hlavnej čajovne, možnosti hľadania
- zaistené miesto pred príchodom do čajovne
- veľa receptov v oblasti čajov a byliniek nie je a pritom možností tak veľa
- možnosť vystavovať info o zaujímavých výstavách spojené s návštevou

A woman with long brown hair tied back, wearing a light grey polo shirt, stands in front of a large, colorful mural of a person's face. She is looking down at something in her hands, possibly a phone or a small device. The mural behind her is composed of various colors and patterns, creating a textured background.

Nerobme aplikáciu, ktorá kopíruje web,
ale ho rozširuje

Zaostrené na dizajn a UI/UX



Čajovňa Setkání už má svoje definované existujúce farby, ktorými sú **hnedá a žltá**.

V rámci dizajnovania sú vyhotovené viaceré verzie dizajnu - flat štýl, material design, ilustračný štýl, ako aj rôzne písma.

Fáza dizajnu je **klúčová**, preto jej treba venovať **najviac času**.

Rovnako je potrebné myslieť na dobré **UI/UX**, aby používateľ nemusel rozmyšľať a príchod aplikáciou bol **rýchly** a **jednoduchý**.

A photograph of a man and a woman sitting at a table in a restaurant. They are looking down at a menu or a small device on the table. The background is dark and out of focus, showing other tables and chairs.

Aplikácia musí mať príbeh

Príbeh “nudného” vyhľadávania

Príkladom je napríklad vyhľadávanie. Pre mnohých iba dodatočná funkcia, no pre nás dôležitý prvok, ktorý pomôže užívateľom a aj majiteľom čajovní.

Pozreli sme sa na to, ako by sme chceli my hľadať čajovne, prebrali sme s užívateľmi a zistili, že ani cez Google sa podobného vyhľadávania nedocieli.

Následne sme vydefinovali “custom” položky do existujúceho filtra, ktoré výsledky obohatia a priniesú pridanú hodnotu.



Podľa typu a podtypu čaja



Podľa dostupnosti vodných fajok



Podľa dostupnosti masaly



Podľa dostupnosti úplného súkromia



Podľa dodatočného občerstvenia a kuchyne



Podľa kultúry a atmosféry čajovne

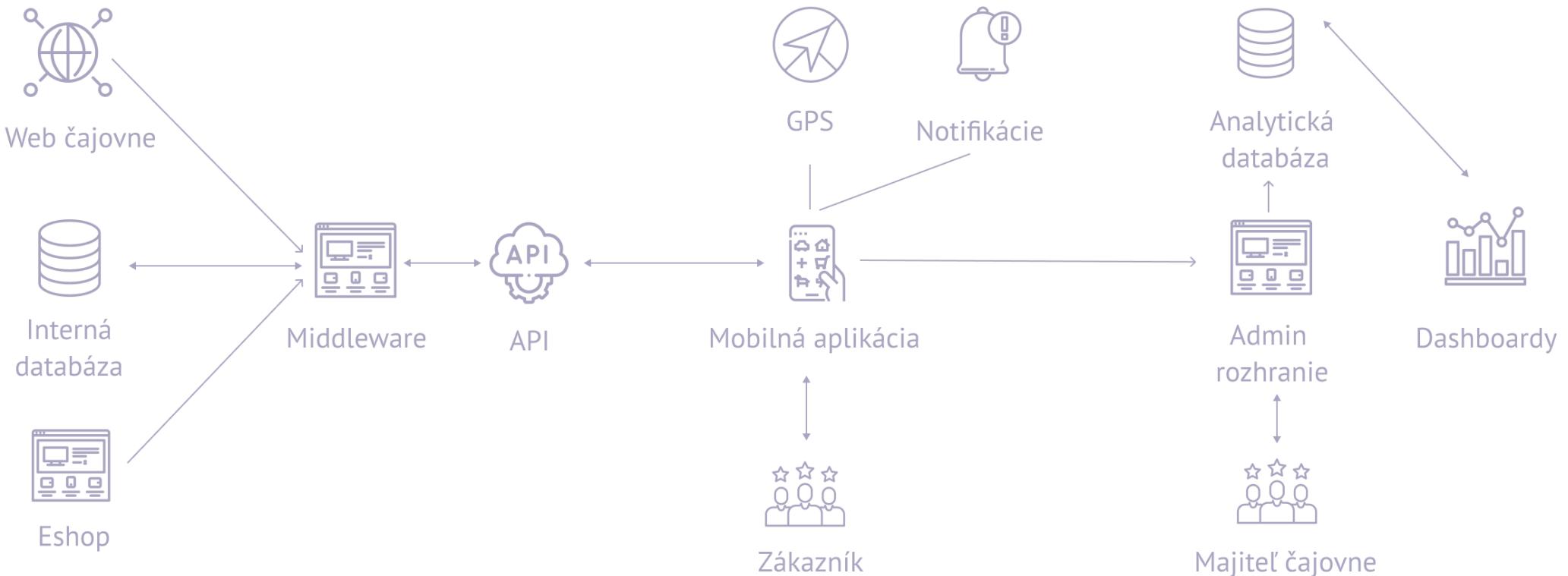


Podľa obsadenosti v čase plánovaného príchodu



Podľa odbornosti a možnosti poradiť zo strany personálu

Zaostrené na optimálne technické riešenie



Zaostrené na dátá, strojové učenie a automatizáciu

+ Dátové spracovanie

- analýza dopytu a ponuky
- analýza a koordinovanie skladových zásob
- navrhovanie noviniek
- príjmy/náklady
- sezónna analýza
- geo analýza

+ Machine learning, automatizácia

- personalizované navrhovanie produktov
- výkyvy a anomálie
- analýza obsadenosti čajovne v čase
- príprava čajov pre degustácie
- automatizácia skladu a účtovníctva
- automatizácia komunikácie so zákazníkmi

A photograph of a man and a woman sitting at a table, both looking at their laptops. They appear to be engaged in a conversation or a video call. The background shows a window with a view of a building and some plants.

Zhodnotenie prínosov

Prínosy pre majiteľa čajovne a zákazníkov

+ Prínosy pre majiteľa čajovne

- prehľad o produktoch a ich dopyte
- lepšia koordinácia skladu
- vyššia návštevnosť čajovne
- vyplnenie prázdnych miest
- viac času na ostatné činnosti
- vracajúci sa zákazníci
- noví zákazníci na základe referencie
- menej "vyhodených" produktov

+ Prínosy pre zákazníkov čajovne

- lepší zážitok z čaju a atmosféry čajovne
- nakupovanie výhodnejších produktov v zľave
- možnosti väčšieho výberu
- degustačný zážitok online/offline
- menšia miera "sklamania" po návštive čajovne prvý krát
- komunikácia s čajovňou
- offline možnosti aplikácie
- možnosť skúsiť nové/podobné produkty