

Competitor dell'azienda Senza Rimorso

Competitor	Cosa offre	Perché è un competitor
Myprotein	Integratori e cibi proteici/low fat	Permette al consumatore di produrre in autonomia prodotti simili ai nostri.
Kebest	La possibilità di scegliere tra un prodotto fit e uno fat	È uno dei pochi nella ristorazione a proporre un prodotto standardizzato con delle calorie e macronutrienti in evidenza.

Homework

Myprotein

Punti di forza:

- prezzi competitivi e numerose offerte;
- grande varietà di prodotti come integratori, ma anche ingredienti utili per ricette o snack già pronti all'uso.
- Vasta scelta in termini di gusti, che permette di soddisfare le esigenze del consumatore.
- Efficienza nella spedizione.

Punti di debolezza:

- politica commerciale troppo spinta
- Prodotti validi ma non molto appetibili a causa delle limitate proprietà organolettiche
- Prodotti considerati ultra-processati e quindi poco naturali
- Zero presenza reale nell'horeca, nessun legame con il mondo food vero e proprio, non pensati per momenti di aggregazione

Opportunità :

- Migliorare qualità percepita, utilizzando prodotti più naturali diminuendo l'uso di additivi, garantendo migliore trasparenza
- Allargare la distribuzione anche a ristoranti di fascia alta, proponendo un prodotto con una marcia in più rispetto a quelli confezionati che già propongono

Minacce:

- Elevata competizione
- Crescente attenzione dei consumatori verso prodotti naturali che potrebbero ridurre l'interesse per integratori percepiti come troppo processati
- Nuove leggi sugli integratori potrebbero limitare vendite e produzione

Kebest

Punti di forza :

- Concept che propone la possibilità di scegliere tra due prodotti simili alla base ma con due declinazioni diverse
- Forte strategia di comunicazione digitale, con buona promozione social

- Trasparenza su macronutrienti e calorie
- Varietà di menù con kebab più golosi ed altri pensati anche per coloro che seguono un'alimentazione più controllata

Punti di debolezza :

- Limitata proposta dolce per concludere il pasto
- Forte dipendenza del brand da comunicazione digitale, che se dovesse venire meno perderebbe la sua posizione nel mercato
- Target limitato tra i giovani
- Poco versatile nei diversi contesti
- Netta differenza tra il prodotto fit rispetto a quello fat riscontrato dai clienti

Opportunità

- Espansione del brand
- Rafforzare la fidelizzazione del cliente
- Proporre scelte healthy anche sul dolce

Minacce :

- Forte concorrenza nella zona di residenza in ambito food
- Dipendenza dalla moda e tendenza fitness