

Virksomhedsbeskrivelse og markedssituation



Hungry.dk er en dansk takeaway-portal, som hver måned hjælper flere tusinde danskere med at bestille takeaway online. Virksomhedens klare mission er, at give danskerne den bedst mulige oplevelse, når lysten til mad melder sig.



Virksomheden blev stiftet i november 2012 med den klare ambition om, at spise sig ind på det danske takeaway marked med semi-organisk vækst. Efter de første succesfulde 24 måneder med høje vækstrater besluttede Hungry's bestyrelse, at tiden var kommet til en international ekspansion. Hungry Group blev således stiftet med målet om at erobre takeaway-markedet i Europa.

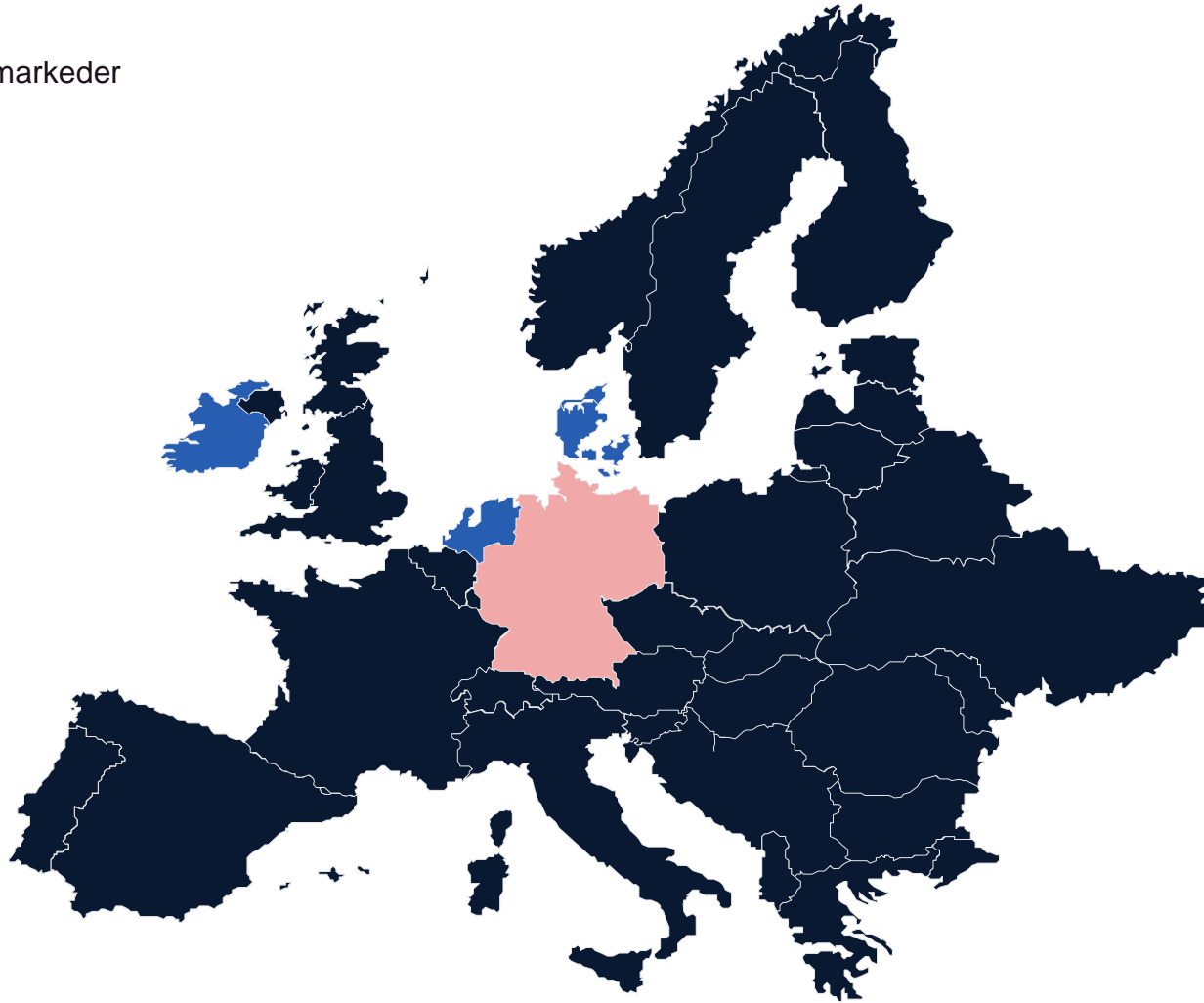
I de efterfølgende 12 måneder lykkedes det Hungry Group at etablere sig i Holland og Irland. Ifølge CEO'en ligger årsagen bag succesen i en målrettet digital marketings strategi, hvor særligt salgskanaler som PPC, SEO, e-mail og Sociale Medier har spillet en central rolle. Som han selv udtrykker det:

"Man kan have verdens bedste produkt. Men kan man ikke fortælle folk om det igen og igen, så bliver det meget svært at etablere sig på et marked" - Rune Risom, Group CEO.

Nu ønsker Hungry Group at udvide til Tyskland, og i den forbindelse er du blevet ansat som marketingsansvarlig.

Hungry Groups nuværende og kommende markeder

-  Nuværende markeder
-  Market entry



Hungry Group har et mål om at opnå minimum 100.000 bestillinger indenfor de første 12 måneder i Tyskland. Som marketingsansvarlig har du fået et samlet marketingsbudget på 3 millioner DKK til at indfri målet.

Opgave 1 (maksimum 500 ord)

Gennemfør en kort markedsanalyse af det marked, som Hungry Group ønsker at penetrere. Hvilke konkurrenter er til stede og hvad er deres styrker/svagheder?

Opgave 2 (maksimum 2000 ord)

Group CEO'en ønsker, at du udarbejder en komplet digital marketingsstrategi med fokus på eksekvering og optimal fordeling af budgetter med henblik på bedst mulig afkast.

Strategien skal hjælpe virksomheden med at indfri målet på de 100.000 bestillinger.

Strategien skal tage udgangspunkt i Hungry Groups erfaringer fra de eksisterende markeder.