

### MT3.3\_4 Μελέτη περίπτωσης: Εφαρμογή των πλαισίων λήψης αποφάσεων

#### Μελέτη περίπτωσης Λανσάρισμα μιας νέας εφαρμογής παράδοσης φαγητού

**Σενάριο:** Είστε μια ομάδα που έχει αναλάβει την αποστολή να λανσάρει μια νέα εφαρμογή παράδοσης φαγητού σε μια ιδιαίτερα ανταγωνιστική αγορά που κυριαρχείται από καθιερωμένους παίκτες.

**Στόχος:** Ανάπτυξη μιας στρατηγικής εισόδου στην αγορά που θα μεγιστοποιεί την επιτυχία της εφαρμογής. Οδηγίες:

- Σημείο λήψης απόφασης: Μοντέλο παράδοσης (επιλέξτε ένα):
  - Επιλογή Α: Συνεργασία με υπάρχοντα εστιατόρια και προσωπικό παράδοσης.
  - Επιλογή Β: Δημιουργία εσωτερικού δικτύου παράδοσης με εξειδικευμένο προσωπικό.
- Σημείο απόφασης (μόνο για την επιλογή Α): Ποσοστό προμήθειας (επιλέξτε ένα):
  - Επιλογή 1: Χρέωση προμήθειας 20% στα εστιατόρια.
  - Επιλογή 2: Προσφορά χαμηλότερης προμήθειας (15%) για την προσέλκυση αρχικών συνεργασιών.

Ερωτήσεις:

1. Λαμβάνοντας υπόψη το ανταγωνιστικό περιβάλλον, ποιο μοντέλο παράδοσης (Α ή Β) θα ήταν πιο κατάλληλο ως σημείο εκκίνησης για τη νέα εφαρμογή; Εξηγήστε τη λογική σας.
2. Εάν επιλέξετε την επιλογή Α (συνεργασία), ποιοι παράγοντες θα επηρεάσουν την απόφασή σας σχετικά με το ποσοστό προμήθειας (επιλογή 1 ή 2);
3. Φανταστείτε δύο μελλοντικά σενάρια για την αγορά παράδοσης φαγητού: Ταχεία ανάπτυξη και κορεσμός της αγοράς. Πώς θα μπορούσαν αυτά τα σενάρια να επηρεάσουν το επιλεγμένο μοντέλο παράδοσης και το ποσοστό προμήθειας;

Παράρτημα στο MT3.3\_4  
Εργασία 2.2



Co-funded by  
the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Ωστόσο, οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι αποκλειστικά των συγγραφέων και δεν αντανakλούν απαραίτητα τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο EACEA μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για αυτές.