

ELEMENTI BP	IL CASO NONNA RITA
MISSION	Presente e coerente; la mission della startup è quella di portare la cucina casalinga della tradizione italiana a chi è lontano dalle proprie famiglie, a chi non sa o non ha voglia di cucinare, a chi non vuole sporcare la cucina.
VISION	Presente e coerente; la vision della startup è quella di diventare il primo brand di food-delivery nel mondo che offre cucina tradizionale della nonna. Inoltre, la società mira ad un ingresso nella GDO con la vendita dei suoi prodotti.
OPPORTUNITA'	Settore del food-delivery in costante crescita; il binomio digitale e servizi di delivery permette la replicabilità del modello di business (concetto di scalabilità).
COMPETITOR	I potenziali competitor sono: Delivery Valley, Food Prime, Ktchnlab, ma, a differenza di questi, Nonna Rita ha più moderni sistemi di conservazione dei semilavorati (i suoi prodotti pronti al 90%) e di conseguenza una tempistica più veloce, così da evadere agilmente la domanda
CANALI DISTRIBUTIVI	Deliveroo, Glovo, Uber Eats e il proprio sito ecommerce
MARKETING & BRAND AWARENESS	Digital marketing, offline marketing, video realizzati da Casa Surace