

SOLARA

ANALYTICS
SOLUTION
ARCHITECTURE

A solution for
launching new
projects, products,
and services without
blind risks

Google

YouTube

Meta

market & demand

research

market clarity

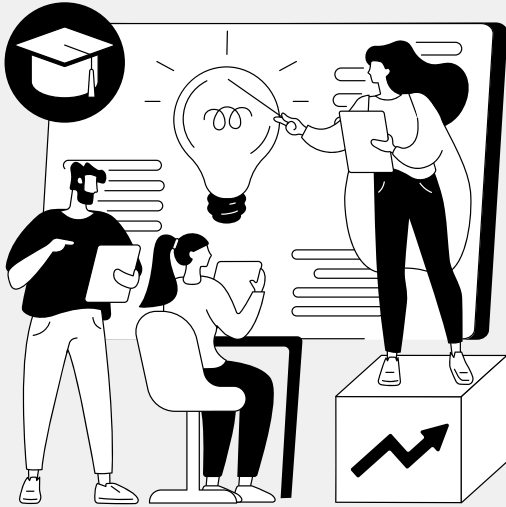


Launching a new project without analytics is a **high risk**. Most failures happen not because of the product itself, but due to misunderstanding the market.

Perceived demand \neq real demand.

Companies start investing time and budget without a clear understanding of the competitive landscape, market signals, and user behavior.

We analyze the competitive landscape, market signals, and user demand using open sources data and OSINT methods.



analytics value

01 Idea validation before investment

Analytics helps evaluate ideas before investing in development and marketing, reducing the risk of spending budget on non-viable hypotheses.

02 Real competitive landscape

Provides a clear understanding of who is already active in the market, how they are positioned, and what they compete on.

03 Strengths and weaknesses

Research helps identify opportunities, constraints, and risks that are not obvious without data analysis.

04 Market potential assessment

Analytics reveals real demand and market trends, rather than subjective expectations or assumptions.



open- source analytics

We do not run surveys or sampling – that is the approach of traditional agencies.

We work with real data from the online environment, already shaped by the market and user behavior.

This is not just research – it is a decision-making tool.

You gain a clear view of real demand, key competitors, and overall market dynamics:

- where competitors get their traffic from,
- in what volumes,
- how often users search for your product or service,
- the actual level of online interest,
- and more.



OSINT methodology

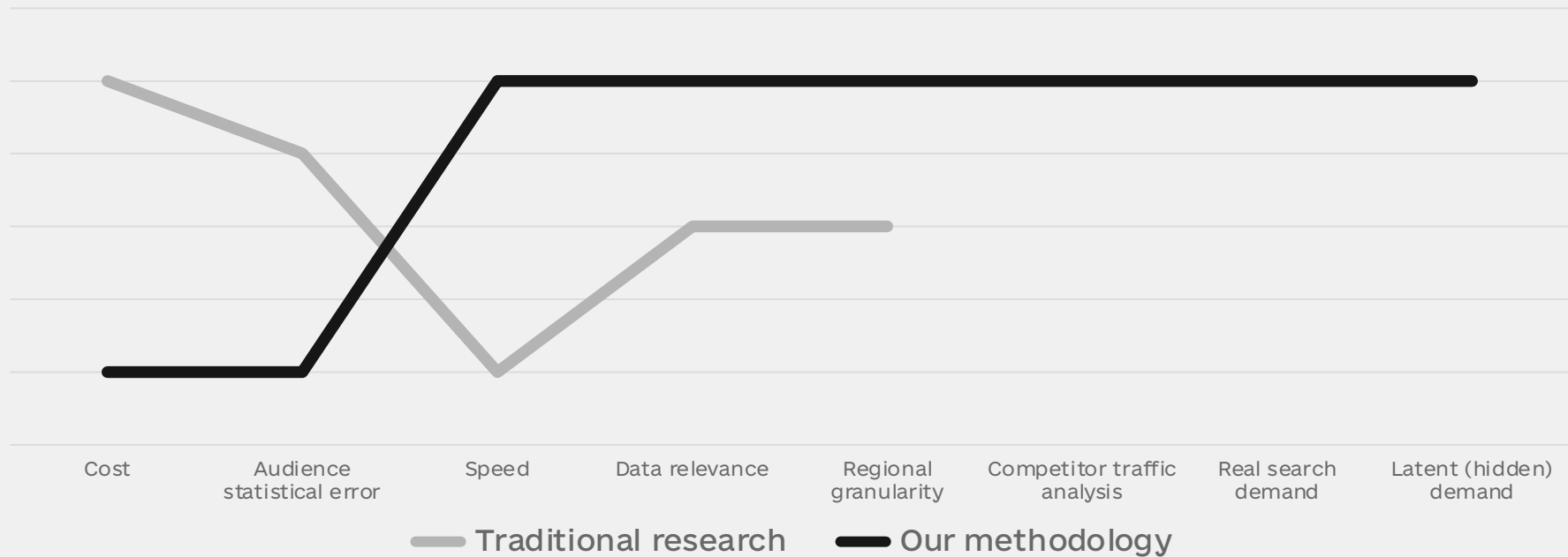
We work with open data sources and analyze real market data **that already exists.**

This includes competitor projects, user behavioral and search signals, and other verifiable data available through our sources – **not assumptions or hypotheses.**

Real signals → real conclusions.

We analyze search demand across Google and YouTube, track category popularity and trend dynamics in social media, and use open industry and statistical data (such as import, export, and other indicators).

For collecting and processing specific data types, we additionally leverage AI models to enhance depth and accuracy.



method differences



business benefits

01 Market orientation

You gain visibility into the **real online market situation** – even if your product or service operates offline. Demand and competitors still exist and manifest themselves in the digital environment.

02 Competitor analytics

You clearly understand who your competitors are, which acquisition channels they use, and where their traffic comes from.

03 Demand analysis

You know exactly **how many users are searching for your product or service** in a specific region – and how that demand is changing over time.

04 Trend insights

You see which directions are growing, which are losing relevance, and where user interest is heading.

01
Startups
before launch

02
Businesses
launching a new
product or
service

03
Companies
entering a new
niche

04
Investors and
founders

05
Before
developing a
new website

06
For assessing
market risks

07
To save time
and budget

08
For clear
positioning

who this is for

	week 01	week 02	week 03	week 04
Research planning	Setting research objectives, defining the market and regions, mapping the competitive landscape, and outlining the key hypotheses to validate.			
Data collection		Data collection from open sources.		
Competitor analysis		Researching key competitors: traffic, positioning, acquisition channels, online visibility, activity, and scale.		
Demand analysis		Search and online demand assessment: volumes, keyword semantics, regional interest, and user behavioral signals.		
Report			Preparation of a structured analytical report with key findings and actionable recommendations.	
Presentation				Presentation of results.

research roadmap

The scheme is indicative.
Research stages are adapted to the goals
and needs of each client.

analytics myths

- 01 We already know whether there is demand.
Reality: Intuition does not show real demand, volumes, competition, or market trends
- 02 Analytics is slow and expensive.
Reality: Skipping analytics becomes far more costly after launch. Our approach is significantly more efficient and affordable than traditional research formats.
- 03 User surveys are sufficient.
Reality: Surveys reflect opinions, not actual market behavior.
- 04 If a product is offline, online analytics is unnecessary.
Reality: Demand and competitors still exist and are formed in the online environment.
- 05 Analytics is only needed to confirm an idea.
Reality: Analytics often reveals insights that challenge initial assumptions.

Launching without analytics is
an assumption. Analytics is a
well-informed decision.

key insights

investment

You invest in research that provides a **clear understanding of the market** and competitive landscape before work begins.

Cost Drivers

- depth and scope of the research
- number of competitors and markets analyzed
- volume of demand and data analysis
- niche complexity and geographic coverage

Cost Benchmark

The cost of analytics is defined **individually based on project goals** and is significantly lower than traditional research formats.

Investment in research is **usually much lower** than the cost of even a single project phase, while enabling informed decisions before core execution begins – and helping **avoid substantially greater losses later on**.

Additional value

Beyond market analytics, you also get a **thoroughly researched semantic core based on real demand** – ready to use for your website structure, SEO, and content strategy.

audit and consulting

market & demand research

business process development
and digital transformation

digital solution architecture
for business

branding and marketing

custom it project development

AI implementation in business
processes

outsourcing and support



sample

report

report excerpt

Competitor analysis

A comparative analysis of key competitors is conducted based on relevant parameters aligned with the research objectives.

The analysis covers online presence, demand, acquisition channels, positioning, and other metrics that enable an objective assessment of the market landscape.

Назва компанії	Альберо	Термінус	Дім Дверей	Ассіст
Сайт	https://albero.com.ua/	https://terminus.ua/	https://dim-dverey.com.ua/	https://assist.kiev.ua/
Показник відмови	43%	30%	26%	32%
Середня тривалість відвідування сайту, хв	00:23	01:45	00:58	00:54
Трафік в місяць	тенденція вниз	тенденція вгору	тенденція коливання	тенденція коливання
- Січень 2026	20000	11 400	1 900	4 200
- Грудень 2025	24 000	10 700	1 800	10 600
- Листопад 2025	26 700	6 800	2 400	4 200
Джерела трафіку				
Органічний пошуковий трафік	70%	44%	63%	58%
Прямий трафік	23%	29%	18%	16%
Трафік з соцмереж	4%	7%	4%	5%
Реферальний трафік	2%	4%	6%	5%
Рекламний трафік	1%	15%	9%	16%
Е-пошта трафік	0%	1%	0%	0%
Росподіл трафіку по країнах (ТОП-3)				
1	Україна - 51%	Україна - 97%	Україна - 100%	Україна - 100%
2	Німеччина - 24%	Польща - 2%		
3	росія - 15%	Німеччина - 1%		
Соціальні мережі та підписники (ТОП-3)				
	30 000	2 800	3 300	
Facebook	https://www.facebook.com/albero.com.ua/	https://www.facebook.com/terminus.doors.official	https://www.facebook.com/dim.dverey	---
	4 595	5 020	214	
Instagram	https://www.instagram.com/albero.com.ua/	https://www.instagram.com/terminus.ua/	https://www.instagram.com/dim.dverey/	---
		204		
		https://www.youtube.com/chann		

report excerpt

Demand analysis

Online demand is analyzed based on key search queries within the defined region.

The analysis allows for evaluating interest volumes, query structure, and the overall demand potential for a product or service.

Keyword (по частотності пошуку)	Volume
міжкімнатні двері	49500
двері міжкімнатні	33100
купити двері міжкімнатні	3600
купити міжкімнатні двері	3600
двері міжкімнатні дерев'яні	1900
купити міжкімнатні двері недорого	1600
сучасні міжкімнатні двері	1600
міжкімнатні двері ціна	1300
сучасні дерев'яні міжкімнатні двері	1300
двері міжкімнатні львів	1000
міжкімнатні двері львів	1000
двері міжкімнатні білі	880
купити двері міжкімнатні з коробкою ціна	880
міжкімнатні двері з коробкою	880
міжкімнатні двері київ	880
дерев'яні двері міжкімнатні	720
купити міжкімнатні двері з коробкою	720
міжкімнатні двері івано-франківськ	720
міжкімнатні пластикові двері	720
пластикові двері міжкімнатні	720
двері міжкімнатні вінниця	590
двері міжкімнатні розсувні	590
двері міжкімнатні тернопіль	590
купити міжкімнатні двері з двох половинок	590
купити скло в міжкімнатні двері	590
купить скло в міжкімнатні двері	590
міжкімнатні двері вінниця	590
міжкімнатні двері чернівці	590
міжкімнатні розсувні двері	590
двері дерев'яні міжкімнатні	480
двері купе міжкімнатні	480
двері міжкімнатні подвійні	480
двері міжкімнатні рівне	480
міжкімнатні двері з двох половинок	480
міжкімнатні двері купити	480
міжкімнатні двері рівне	480
міжкімнатні двері тернопіль	480
міжкімнатні металопластикові двері ціна	480
розсувні міжкімнатні двері	480
білі двері міжкімнатні	390
двері міжкімнатні в зборі	390

report excerpt

Report

The analytical report provides an overview of the market situation, competitor analysis, demand insights, and key metrics with conclusions.

The report is structured into clear logical sections combining data analysis, interpretation, and practical conclusions aligned with the research objectives.

Загальна картина ринку

Ринок дверей в Україні виглядає сформованим, активним і конкурентним. Попит великий, сегменти вже чітко виділені, а конкуренція ведеться **не лише за ціну, а й за зручність вибору, швидкість консультації, подачу асортименту та якість digital-присутності**.

Обсяг і характер попиту

Ринок має високу пошукову активність — **понад 500 000 запитів на місяць** по всій Україні. Найбільший попит формують міжкімнатні двері та входні двері, окремо вже **видно стабільний інтерес до прихованих дверей, розсувних систем і суміжних рішень**.

Це означає, що **ринок живе не в одній категорії**, а одразу в кількох сегментах — від масового попиту до більш нішевих і дизайнерських напрямків.

Попит уже комерційний

У структурі пошуку видно не лише загальний інтерес до теми, а й **готовність до покупки**. Користувачі шукають конкретні типи дверей, ціни, варіанти купівлі, встановлення, матеріали та формати. У семантиці вже є великий пласт запитів зі словами «купити» і «ціна», тобто частина аудиторії знаходиться не на етапі ознайомлення, а вже ближче до замовлення.

Ринок сегментований

Попит розподілений між кількома окремими напрямками:

- міжкімнатні двері;
- входні двері;
- приховані двері;
- розсувні системи та перегородки;
- суміжні товари, послуги й фурнітура.

Це створює можливість працювати не лише в широкому масовому сегменті, а й у **більш вузьких нішах зі своєю подачею, асортиментом і позиціонуванням**.

Конкуренція вже системна

Ринок виглядає не хаотичним, а добре організованим. У більшості конкурентів уже є:

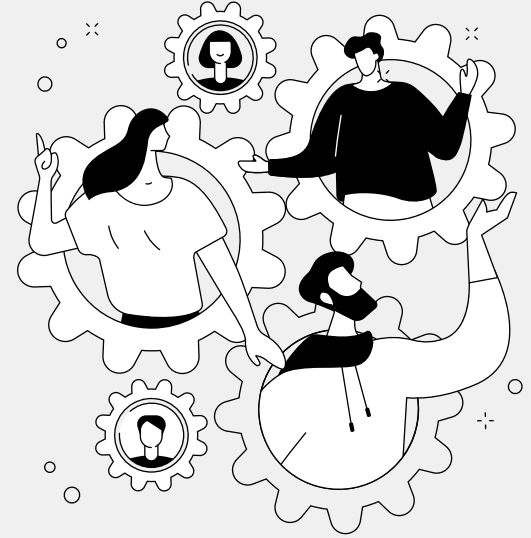
- повноцінні сайти;
- онлайн-покупка;

summary

Pre-launch analytics gives businesses a clear understanding of the market before action is taken, not explanations after decisions have already been made.

The market, competitors, and demand exist regardless of a company's plans.

Analytics makes this reality visible in advance – enabling businesses to work with facts, not assumptions.



before start

Data-driven decision-making
instead of intuition

launch stage

Understanding demand and
competition

after launch

Fewer adjustments, greater
predictability



info@solara-agency.com

+380 67 131 00 30

SOLARA

ANALYTICS SOLUTION
ARCHITECTURE

Expertise

Ukraine · USA · Canada · Luxembourg · Germany · Romania · Poland · Bulgaria · Turkey

A diverse portfolio of successfully delivered IT projects. A professional team from Ukraine and EU countries with proven experience in delivering complex, high-impact solutions.

Leadership & Accountability



Denys Dmytrenko

Founder and CEO, Solara Agency

- Active in the IT industry since 2003
- Complex solution delivery experience
- Direct involvement in solution architecture
- Accountable for quality and outcomes

Co-founder:

