

SOLARA

ANALYTICS
SOLUTION
ARCHITECTURE

Рішення для
запуску нових
продуктів і послуг
без сліпих ризиків

Google

YouTube

Meta

аналітика

ринку та попиту

розуміння ситуації на ринку

S●LARA

Google

YouTube

Meta

Запуск нового проєкту без аналітики – **високий ризик**.
Більшість помилок виникають не через продукт, а через хибні
уявлення про ринок.

Уявний попит ≠ реальний попит.

Компанії починають інвестувати час і бюджет, не розуміючи
конкурентне поле, ринкові сигнали та поведінку користувачів.

**Ми досліджуємо конкурентне поле, ринкові
сигнали та попит користувачів на основі
відкритих джерел із застосуванням OSINT-
методів.**



користь аналітики

01 **Перевірка ідей до інвестицій**

Аналітика дозволяє оцінити ідею до вкладень у розробку та маркетинг і уникнути витрат на нежиттєздатні гіпотези.

02 **Реальна конкурентна ситуація**

Дає чітке розуміння хто вже працює на ринку, як вони позиціонуються і за рахунок чого конкурують.

03 **Сильні та слабкі сторони**

Дослідження допомагає побачити можливості, обмеження та ризики, які неочевидні без аналізу даних.

04 **Оцінка потенціалу**

Аналітика показує реальний попит і тенденції ринку, а не суб'єктивні очікування або припущення.



аналітика відкритих даних

Ми не проводимо опитування та вибірки – це підхід класичних агентств.

Ми працюємо з реальними даними з онлайн-середовища, які вже сформовані ринком і користувачами.

Це не просто дослідження – це інструмент прийняття рішень.

Ви бачите реальний попит, ключових конкурентів і загальну ситуацію на ринку:

- звідки конкуренти отримують трафік,
- у якому об'ємі,
- як часто користувачі шукають ваш продукт або сервіс,
- який рівень інтересу до нього в онлайні,
- тощо.



OSINT- методологія

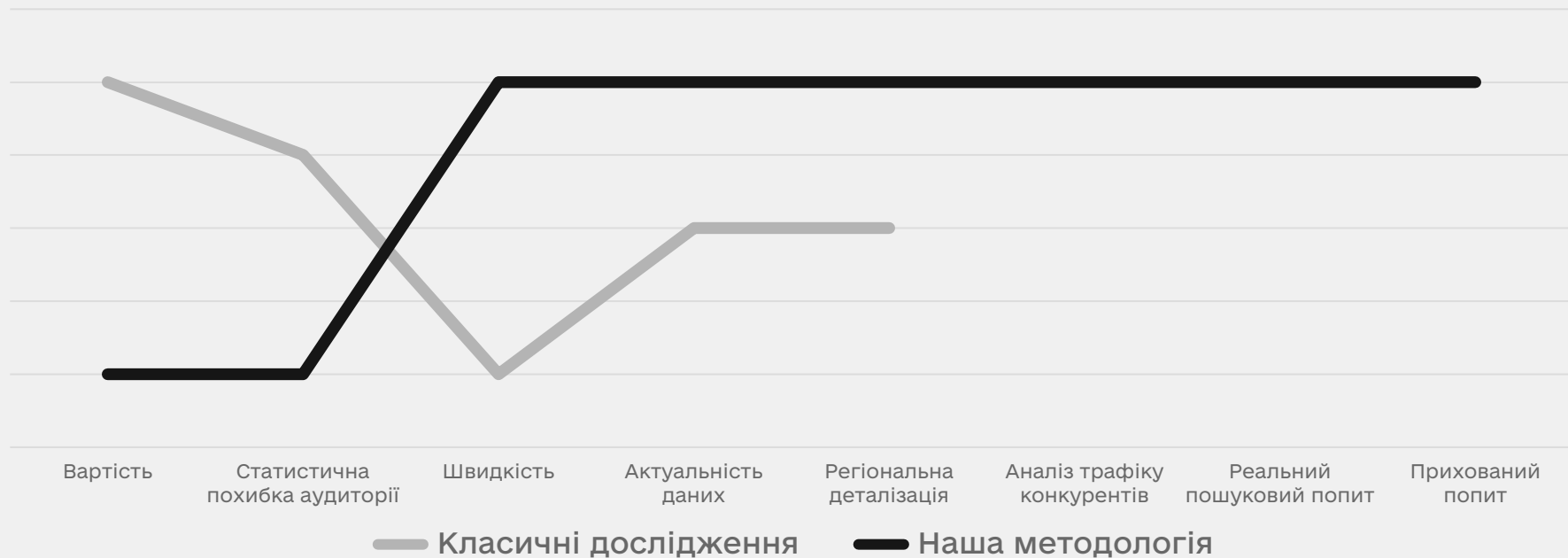
Ми працюємо з відкритими джерелами даних і аналізуємо реальні дані, які **вже існують на ринку**.

Це проекти конкурентів, поведінкові та пошукові сигнали користувачів, а також інші реальні дані, доступні в наших джерелах – **не припущення і не гіпотези**.

Реальні сигнали → реальні висновки.

Ми аналізуємо пошуковий попит у Google, YouTube, популярність напрямків і трендів у соціальних мережах, а також відкриті галузеві та статистичні дані (наприклад, імпорт, експорт та інші показники).

Також для збору й обробки окремих типів даних ми додатково залучаємо ШІ-моделі.



ВІДМІННОСТІ МЕТОДІВ



переваги для бізнесу

01 Орієнтування в ринку

Ви бачите реальну ситуацію в онлайні, навіть якщо продукт або сервіс працює офлайн. Попит і конкуренти все одно присутні в цифровому середовищі.

02 Аналітика конкурентів

Ви розумієте, хто саме ваші конкуренти, які канали залучення вони використовують і звідки отримують трафік.

03 Дослідження попиту

Ви точно знаєте, скільки користувачів шукають товар або сервіс у конкретному регіоні та з якою динамікою.

04 Розуміння трендів

Ви бачите, які напрямки зростають, які втрачають актуальність і куди рухається інтерес користувачів.

01

Стартапи
перед
початком

02

Бізнес з новим
продуктом або
послугою

03

Компанії перед
виходом
у нову нішу

04

Інвестори
та фаундери

05

Перед
розробкою
нового сайту

06

Для зважування
ринкових
ризиків

07

Для економії
часу та
бюджету

08

Для чіткості
позиціонування

ДЛЯ КОГО
ЦЕ КОРИСНО

	тиждень 01	тиждень 02	тиждень 03	тиждень 04
Проектування	Формування цілей дослідження, визначення ринку, регіонів, конкурентного поля та ключових гіпотез, які потрібно перевірити.			
Збір даних		Збір даних з відкритих джерел.		
Аналіз конкурентів		Дослідження ключових конкурентів: трафік, позиціонування, канали залучення, онлайн-видимість, активність і масштаби.		
Аналіз попиту		Оцінка пошукового та онлайн-попиту: обсяги, семантика, регіональний інтерес, поведінкові сигнали користувачів.		
Звіт			Формування структурованого аналітичного звіту з ключовими висновками та практичними рекомендаціями.	
Обговорення				Презентація результатів.

етапи дослідження

Схема є орієнтовною.
 Етапи дослідження адаптуються під
 задачі і потреби конкретного Клієнта.

міфи про аналітику

- 01 Без аналітики і так зрозуміло, чи є попит.
Реальність: інтуїція не показує реальний попит, обсяги, конкуренцію та тенденції ринку.
- 02 Аналітика — це довго і дорого.
Реальність: відмова від аналітики обходиться значно дорожче після запуску, а наш підхід є суттєво доступнішим за класичні дослідницькі формати.
- 03 Достатньо провести опитування користувачів.
Реальність: опитування — це думки, а не реальна поведінка на ринку.
- 04 Якщо продукт офлайн — онлайн-аналітика не потрібна.
Реальність: попит і конкуренти все одно присутні і формується в онлайні.
- 05 Аналітика потрібна лише для підтвердження ідеї.
Реальність: аналітика часто показує те, що змушує переглянути початкові припущення.

Запуск без аналітики –
це припущення. Аналітика –
це зважене рішення.

ВИСНОВОК

вартість

Ви інвестуєте в дослідження, яке дає розуміння ринку та конкурентного поля до початку робіт

Що впливає на вартість

- глибина та масштаб дослідження
- кількість конкурентів і ринків
- обсяг аналізу попиту та даних
- складність ніші та регіон охоплення

Орієнтир вартості

Вартість аналітики формується індивідуально під задачі та є суттєво нижчою за класичні дослідницькі формати.

Інвестиції в дослідження, як правило, є суттєво меншими за вартість навіть одного етапу проекту та дозволяють приймати рішення до початку основних робіт і уникнути значно більших втрат у майбутньому.

Додаткова цінність

Окрім аналітики ринку, ви отримуєте опрацьоване семантичне ядро на основі реального попиту – готове до використання в структурі сайту, SEO-просуванні та контент-стратегії.



приклад

Звіту

аудит та консалтинг

аналітика ринку та попиту

розробка та діджиталізація
бізнес-процесів

архітектура цифрових рішень
для бізнесу

брендинг та маркетинг

розробка ІТ проектів

впровадження ШІ в бізнес-
процесах

аутсорс та підтримка

фрагмент звіту

Аналіз конкурентів

Формується порівняльний аналіз ключових конкурентів за релевантними параметрами відповідно до цілей дослідження.

Аналіз охоплює онлайн-присутність, попит, канали залучення, позиціонування та інші показники, що дозволяють об'єктивно оцінити ситуацію на ринку.

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		

фрагмент звіту

Аналіз попиту

Проводиться аналіз онлайн-попиту за ключовими запитами у межах визначеного регіону.

Аналіз дає змогу оцінити обсяги інтересу, структуру запитів і загальний потенціал попиту для продукту або сервісу.

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 двоох 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 двоох 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

фрагмент звіту

Звіт

Аналітичний звіт містить опис ринкової ситуації, аналіз конкурентів, попиту, а також ключові показники та висновки.

Звіт структурований за логічними блоками з аналітикою, інтерпретацією даних і практичними висновками відповідно до задач дослідження.

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 вхідні 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;
- вхідні 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:

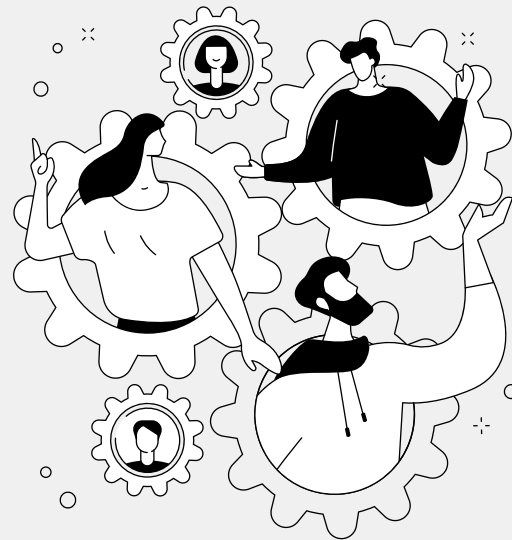
- повноцінні сайти;
- онлайн-покупка;

підсумок

Аналітика перед запуском дає бізнесу **чітке розуміння ринку до початку дій**, а не пояснення після прийнятих рішень.

Ринок, конкуренти та попит існують незалежно від планів компанії.

Аналітика дозволяє **побачити цю картину заздалегідь** і працювати з реальністю, а не з припущеннями.



до старту

Прийняття рішень на основі даних, а не інтуїції

етап запуску

Розуміння попиту і конкурентів

після старту

Менше коригувань, більше передбачуваності



info@solara-agency.com

+380 67 131 00 30

SOLARA

ANALYTICS SOLUTION
ARCHITECTURE

Експертиза

Україна · США · Канада · Люксембург · Німеччина · Румунія · Польща · Болгарія · Туреччина

Багато різноманітних **впроваджених** проєктів в ІТ галузі. Команда професіоналів з України та країн ЄС з достатнім досвідом реалізації складних проєктів.

Керівник та відповідальність



Денис Дмитренко

Засновник та керівник Solara Agency

- В ІТ-індустрії **з 2003 року**
- Досвід побудови та впровадження складних рішень
- Особиста участь у архітектурі проєктів
- Відповідальність за якість та результат

Співвласник:

