



WHAT?

È un mkt place delle abilità culinarie che dà la possibilità sia a cuochi professionisti, ma soprattutto a coloro che vedono nella cucina una passione, di mostrare agli altri le proprie abilità culinarie. È inoltre un luogo di incontro per socializzare, un luogo che da virtuale diventa reale incrociando passioni (cuochi, cake designers, maestri di tè ecc.), incontrando necessità legate a particolari diete (dai celiaci ai vegani)

WHY?

Il progetto fa leva sulla diffusa visibilità e viralità che il mondo della cucina e le tematiche ad esso connesse stanno riscontrando (es. programmi dedicati su Sky, Cielo, Mtv, Realities, Blog, Siti, Community ecc.) che creano una premessa di appetibilità a questo tipo di operazione.

WHEN?

NOW!

HOW?

Social Network

[Blog](#) [Cooks gallery](#) [Cooks video](#) [Press release](#) [About](#) [FAQ](#)



Il nuovo Social che mette tutti a tavola!

Più Cucine, Più Amici, Più Tuo ;)

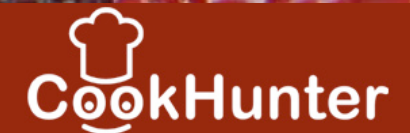
your name

your email

join us

ricevi l'invito per il lancio del Social!

Cooks Video



Come funziona?

Facciamo un esempio classico. Io, Hunter, sono in giro. Devo pranzare/cenare. Che faccio? Mi affido a una guida? Vado ad sensum? Se io sono registrato a CookHunter vi accedo mediante mobile device e individuo i Cook disponibili (attraverso un menu con criteri di selezione); il Cook nel frattempo avrà pubblicato la propria disponibilità e il proprio menu. Se l'Hunter avrà individuato l'offerta consona invierà la richiesta al Cook, che a sua volta potrà controllare i feed back relativi all'Hunter; se il Cook darà l'ok, avverrà la transazione tramite carta/paypal e il gioco è fatto! Siamo pronti ad aprire la porta su una nuova esperienza culinaria!

In questa prima fase sono aperte le iscrizioni che serviranno per avere una massa critica e per garantire l'offerta del servizio, in ottobre verrà lanciata la piattaforma e si apriranno le danze, anzi le Cucine!

Target

**Il Target dei fruitori è obliquo (dallo studente alla nonna),
ovviamente con un concentrazione del target nella fascia
di età 20-50.**

Approfondimenti

Cook e Hunter

Perché diventare Cook?

Per permettere alla propria passione di trasformarsi in un microbusiness

Per incontrare gente fuori dalla rete

Per entrare in una community appassionata e appassionante

Per essere il più bravo

Perché diventare Hunter?

Per avere sempre un posto nuovo dove mangiare in ogni momento, in ogni luogo

Per essere un po' Foodblogger anche tu

Per avere sconti ed eventi omaggio

Per poter dire.....sai dove ho mangiato?

Conoscere nuove persone

Conoscere nuove cucine

Trovare quello che normalmente è difficile trovare

Competitor

Competitors : Book of Cooks, Gobble, Grub with Us, Guestaurant ,Cookous e FoodHost.

Il Mercato

CookHunter punta ad accaparrarsi una fetta dei 424 miliardi di € che, nella sola UE, vengono spesi per l'outdoor eating, in forza di trend in crescita come l'uso di Internet per la prenotazione di pasti e di tavoli nei ristoranti (+167% nel 2010) e l'attitudine crescente degli utenti Web alla condivisione di esperienze reali remunerate, come insegna Airbnb.

Business Concept

Qual è il problema che sta risolvendo?

Offrire la possibilità a viaggiatori, studenti ed ogni tipo di target di avere esperienze culinarie fuori dai percorsi ordinari (ristorazione) per trasformare una cena, un pranzo, un aperitivo o altro in un evento straordinario ed unico.

Chi ha questo problema?

Tutti. Spesso ci capita quando siamo fuori di non sapere che ristorante scegliere, di vedere prezzi troppo alti, luoghi troppo affollati e allora perchè non scegliere il proprio ristorante tra le molteplici possibilità che **CookHunter** può offrire?

CookHunter
è
Virale
Altamente scalabile
Sovrageografico
In grado di espandersi
ovunque.

Stato dell'iniziativa e step

- Le prime fasi saranno quelle di Buzz Marketing attraverso i Social, i Blog ed i canali AIG e Universitari al fine di creare una massa critica che deve sorreggere l'apertura di CookHunter entro la fine di Ottobre. La seconda fase, dopo che il Social avrà raggiunto la sua versione definitiva sarà lanciarlo sul mercato europeo ed americano, qui si prevede una crescita esponenziale ma difficilmente calcolabile.
- 2011 – Agosto apertura alle iscrizioni - Ottobre lancio del Social
- 2012 – Sviluppo del Mercato Italiano
- 2012 – Lancio sul mercato Estero

Business Model

Coperto: viene trattenuta una Fee del 10% sulla transazione fra Cook e Hunter

Marketing: mirato e geografico per lo sviluppo di Brand in ambito Food & Beverage

Account: gold per ristoratori Professionisti

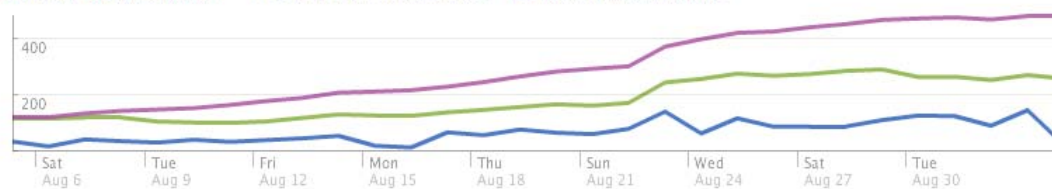
Un po' di dati

Utenti [Vedi dettagli](#)

Nuovi "Mi piace"[?] **195** ↑442%
"Mi piace" da sempre[?] **251**
Utenti attivi mensilmente[?] **477** ↑330%

Utenti attivi[?]

Utenti attivi giornalmente Utenti attivi settimanalmente Utenti attivi mensilmente



Interazioni [Vedi dettagli](#)

Visualizzazioni dei post[?] **33.224** ↑717%
Indice di gradimento dei post[?] **190** ↑258%

Feedback sui contenuti della Pagina[?]

"Mi piace" Commenti





1,742 visits came from 37 countries/territories

Site Usage						
Visits 1,742 % of Site Total: 100.00%	Pages/Visit 1.76 Site Avg: 1.76 (0.00%)	Avg. Time on Site 00:02:27 Site Avg: 00:02:27 (0.00%)	% New Visits 74.86% Site Avg: 74.80% (0.08%)	Bounce Rate 69.29% Site Avg: 69.29% (0.00%)		
Country/Territory	Visits	Pages/Visit	Avg. Time on Site	% New Visits	Bounce Rate	
Italy	1,608	1.77	00:02:32	73.51%	68.78%	
United States	26	1.35	00:00:30	100.00%	84.62%	
United Kingdom	10	1.60	00:00:13	90.00%	60.00%	
Netherlands	9	1.56	00:04:34	100.00%	66.67%	

Iscritti

Joomla! Cook Hunter il marketplace delle tue abilità culinarie. Join us! Versione 1.5.23

Sito Menu Contenuti Componenti Estensioni Strumenti Aiuto Anteprima 0 1 Esci

Iscritti

Esporta Importa Nuovo Modifica Elimina Indietro CPanel Wizard

Gestione Liste **Iscritti** Newsletters Statistiche Configurazione Info su

Search Lista di tutti gli iscritti Mostra # 20 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Pagina 1 di 18 Selezione una lista Tutte le liste

#		Nome	Email	Data firma	Registrato?	Confermato?	HTML mailings?	ID
1	<input type="checkbox"/>	mariaelena ro	mariaelena.ro@univ.it	Tue, 13 Sep 2011 15:10:18	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	495
2	<input type="checkbox"/>	valeria	valeria.vall@univ.it	Tue, 13 Sep 2011 11:37:47	<input type="radio"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	494
3	<input type="checkbox"/>	Giuseppa	monigiamelso00@univ.it	Tue, 13 Sep 2011 10:18:43	<input type="radio"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	493
4	<input type="checkbox"/>	Rosalia	rosalia.martina@univ.it	Mon, 12 Sep 2011 22:03:42	<input type="radio"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	492
5	<input type="checkbox"/>	patrizia	patrizia.martina@univ.it	Mon, 12 Sep 2011 21:26:02	<input type="radio"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	491
6	<input type="checkbox"/>	chiara	chiara.martina@univ.it	Mon, 12 Sep 2011 16:15:19	<input type="radio"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	490

Cosa cerchiamo?

Partner e Investitori

Grazie il Team di CookHunter

www.cookhunter.net