

Презентация к круглому столу “Самарского маркетингового клуба” на тему:

Что ожидать от сферы “Общепиты” в ближайшие годы? Какие события грядут?

Татьяна Нарукова. Координатор по маркетингу “Додо Пицца” Самара, Нижний Новгород, Новокуйбышевск

Что произошло в Додо Пицца в 2015-2016 гг? (1)

Период с 01.07.15 - 31.07.16

Кол-во ресторанов: *увеличилось с 3 до 8*

Кол-во новых клиентов (доставка): *+41 639 чел.*

Темпы роста числа новых клиентов (доставка):

период	кол-во новых клиентов	темп роста
01.07.15 - 30.09.15	7062	-
01.10.15 - 31.12.15	10512	48,85%
01.01.16 - 31.03.16	12429	18,24%
01.04.16 - 30.06.16	11636	-6,38%

Что произошло в Додо Пицца в 2015-2016 гг? (2)

Количество заказов (ресторан):

период	Кол-во заказов	темп роста
01.07.15 - 30.09.15	70201	-
01.10.15 - 31.12.15	96230	37,08%
01.01.16 - 31.03.16	101424	5,40%
01.04.16 - 30.06.16	124907	23,15%

Что произошло в Додо Пицца в 2015-2016 гг? (3)

Средний чек (ресторан):

период	Средний чек ресторан	темп роста
01.07.15 - 30.09.15	363,23	-
01.10.15 - 31.12.15	367,52	1,18%
01.01.16 - 31.03.16	377,83	2,81%
01.04.16 - 30.06.16	364,83	-3,44%

Анализ причин и теоретические выводы исходя из них.

1. Территориальные. *Работа со своим районом, либо “другое” предложение.*
2. Маркетинговые. *Фокус на всесторонний маркетинг, но не “информационный”. Выгоду для клиента - на первый план.*
3. Социальные + маркетинговые. *Падение чека, но рост числа заказов.*

Что нужно клиентам сейчас?

1. Осознанное потребление.
2. Качество.
3. Атмосфера и уникальность.

Что будет?

Сейчас открывается большое кол-во “симпатичных местечек”.

Бизнес сейчас очень в моде.

Скоро все “симпатичные местечки” закроются.

Останутся только те, кто дали клиенту: качество, другую атмосферу и маркетинг.

Интервью Е. Лукиной: <https://bigvill.ru/city/9067-my-potreblyаем-potomu-chto-eto-prikolno/>