

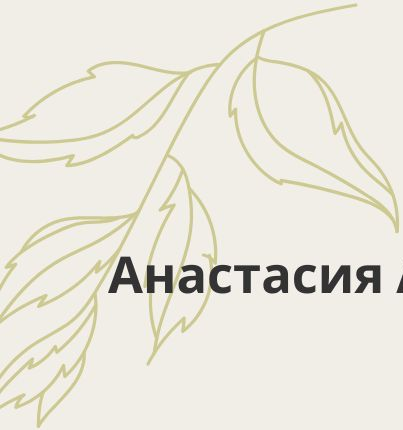


Системное представление

О КАТЕГОРИЙНОСТИ В РЕСТОРАНЕ



РОССИЙСКАЯ
АССОЦИАЦИЯ
ЭКСПЕРТОВ
РЫНКА РИТЕЙЛА



Анастасия Александровна Гусева

Стратегический маркетинг

Практический опыт более 20 лет

Консультант

Шеф-маркетолог

Бизнес-тренер



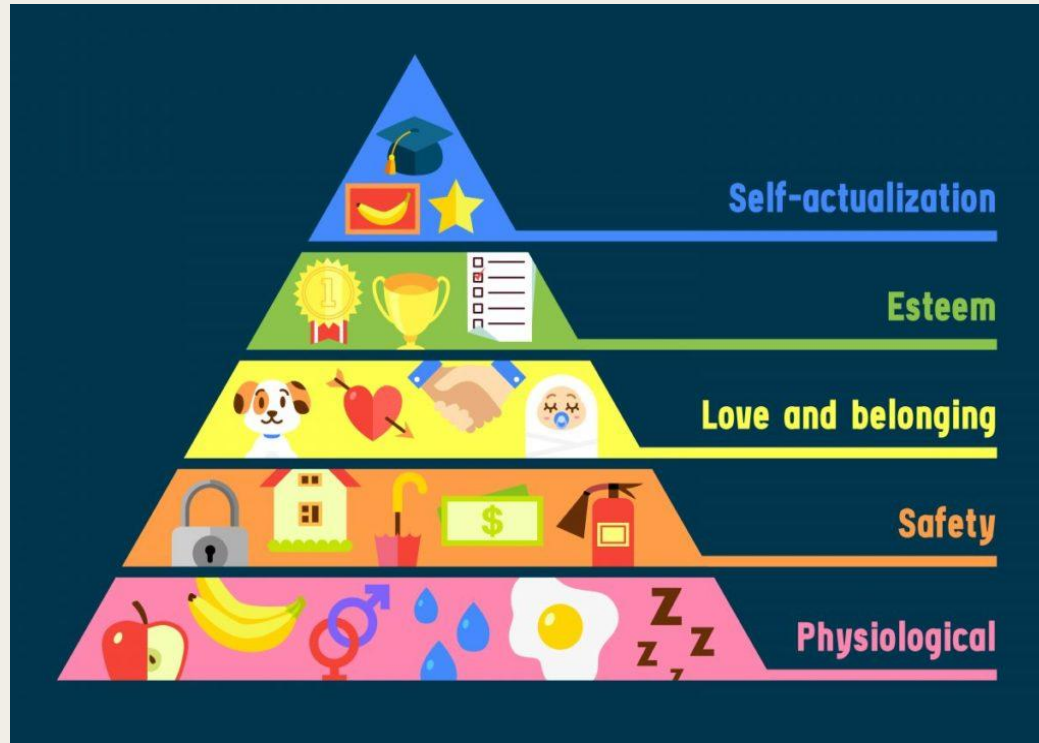
@ANASTASEEYA39

Background

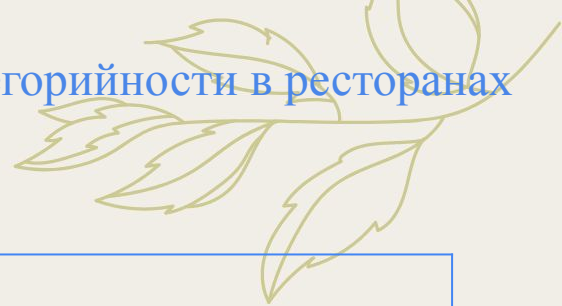


Сети	Рестораны
Шоколадница	Новый проект
Якитория	Маяковский
Carls Jr	Лес на косе
XxxX	Раковский Бровар
Pizza Smile	ДА
BaskinRobbins	Золотой гребешок

Представление о категорийности в ресторанах



Представление о категорийности в ресторанах



Категория V	Высокая кухня
Категория IV	Гастрономические рестораны
Категория III	Демократичные семейные рестораны
Категория II	Столовые, обеденные, кафе, фаст-фуд (McD)
Категория I	Уличная еда, закулочные



Представление о категорийности в ресторанах

Категория V	Высокая кухня - стиль, элитарность, недоступность, клубность, эстетика
Категория IV	Гастрономические рестораны - экспертность, качество, свой подход, высокая роль интерьера
Категория III	Демократичные семейные рестораны - наглядность, широта выбора, изобилие, щедрость
Категория II	Столовые, обеденные, кафе, фаст-фуд (McD) - яркость, простота, демонстрация выгоды
Категория I	Уличная еда, закусовые - призыв утолить голод, демонстрация низкой цены



На чем я сейчас фокусирую свое внимание?



Что будем продавать?

Белок	Углеводы (калораж)
Гриль, Стейк	Пастерии, пиццерии
Традиционный	Пельменные, вареничные, хинкальные, бургерные
Рыбный	Тапас бары
Японский (4)	Фаст фуд
	!!!Кондитерские!!!Пекарни!!!Кофейни



Что делаю я?

Я ЗАДАЮ ФОРМАТ

1. АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА
2. ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА
3. ПОЛИТИКА ДИЗАЙНА И МЕРЧЕНДАЙЗИНГА
4. КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА, СТАНДАРТЫ
5. ПОЛИТИКА УПРАВЛЕНИЯ КЛИЕНТОМ (ЛОЯЛЬНОСТЬ)
6. ЛОКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА
7. ПОЛИТИКА ПРОДВИЖЕНИЯ
8. ПОЛИТИКА УПРАВЛЕНИЯ КРІ

Нет
самодеятельности,
все играют одну
симфонию

Задача управляющего -
настраивать именно ту
категорию и уровень
сервиса, которая
соответствует ожиданию
целевого сегмента

Задача шеф повара не
придумывать с 0, совершая
ошибки и борясь с собой,
а лишь трактовать
актуальный на этой
территории концепт и
максимально творчески
выполнять эту задачу





Как гость категории 4 и выше оценивает заведение?
Три доминанты:


ЧТО?

КАК?


КТО?

При формировании
мощного формата
вы можете
опереться на любую
доминанту






Категорийные роли	Доля в то	Описание и пример для хорека	Границы ФС
Профит Билдеры	25%	Товары, попадающие в меню с целью привлечения максимальной прибыли. Меню: закуски из недорогого белка (сельдь, килька, курица, потроха), пивные закуски, блюда из картофеля, теста, овощные супы, овощные закуски. Бар: вся безалкогольная продукция, местный алкоголь, коктейли, настойки.	8-17%
Траффик Мейкеры	25%	Товары, приносящие максимальный товарооборот. Блюда местной кухни. Дорогостоящие и популярные блюда. Сезонные позиции. (Вино, Стейки, Гриль)	30-40%
Индикаторы	10%	Товары, на которые все потребители знают цены (Просоко, американо, строганина, пицца маргарита).	17-40%
Базовый Ассортимент	40%	Прочие	25-33%



Для каждой
категории
бизнеса **СВОЯ**
МОДЕЛЬ
затрат

Cash	100 %
Статья	Затраты
FC	34%
LC	30%
Аренда	5%
Налоги	6%
Реклама	3%
Админ затраты	11%
Прочее	5%
Итого	94%



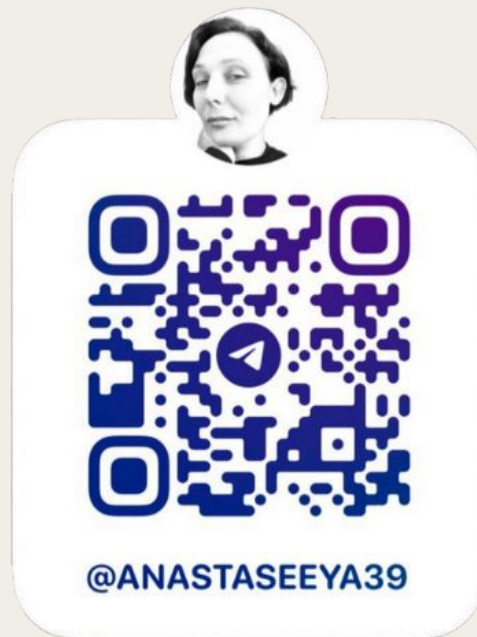
Возникает
мощная
экономика.
Напомню, что это
лишь один из
векторов
оптимизации

Cash	100 %
Статья	Затраты
FC	27%
LC	30%
Аренда	5%
Налоги	6%
Реклама	3%
Админ затраты	11%
Прочее	5%
Итого	87%



Какая главная категория для ресторанов категории 4?

AX Покупатель любит эти позиции и покупает их постоянно. Ассортиментное ядро меню	AY Покупатель любит эти блюда, но покупает их нерегулярно по причине перебоев с заготовками, с сырьем и с сезонностью	AZ Это самая главная группа в ресторанах высокой категории. Сезонное меню и спецпредложения от шеф повара, шеф бармена и шеф кондитера
BX Любимые блюда гостя по средней и низкой цене. Ядро меню.	BY Блюда, в которых гость сомневается, но оборот по ним значительный, рекомендована доработка.	BZ Гость не смог полюбить это блюдо, рекомендую вывести его из меню
CX Любимое блюдо части гостей, имеет стабильное выбытие, рекомендую оставить в меню.	CY Вывод из меню	CZ Вывод из меню



@ANASTASEEYA39



ПРАВИТЕЛЬСТВО
Калининградской области
официальный портал



МИНПРОМТОРГ
РОССИИ



РОССИЙСКАЯ
АССОЦИАЦИЯ
ЭКСПЕРТОВ
РЫНКА РИТЕЙЛА



СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!

