



МАРКЕТИНГОВЫЕ ПРИЕМЫ ВЕДЕНИЯ КОФЕЙНОГО БИЗНЕСА В ПЕРИОД  
ПАНДЕМИИ НА ПРИМЕРЕ КОФЕЙНИ ANYTIME В Г. ОМСК

# ВВЕДЕНИЕ

- Актуальность данной темы обусловлена тем, что в нынешнее время из-за влияния пандемии коронавируса маркетинговые приемы несколько изменились.
- Мы выбрали данную тему, чтобы узнать, как пандемия повлияла на маркетинговую деятельность кофейни AnyTime.
- Область нашего исследования: исследование маркетинговой деятельности на рынке кофеен. Объектом нашего исследования выступает сеть кофеен AnyTime.
- Целью данной статьи будет являться выявление маркетинговых приемов, которые использовала кофейня AnyTime.

# ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ВОПРОСЫ, RESEARCH GAP

Нами был найден Research gap:

Влияние коронавируса на кофейный бизнес. Пандемия показала, что кофе – в большей степени продукт внедомашнего потребления. Россияне чаще всего заказывают его при посещении кофеен. Сейчас этот сегмент рынка восстанавливается. С учетом самого благоприятного прогноза на восстановление российского рынка кофе уйдет минимум полгода, прогнозируют эксперты.

Были поставлены такие исследовательские вопросы как:

изучение влияния пандемии коронавируса на кофейню AnyTime, а также выявление маркетинговых приемов, используемых в кофейне AnyTime.



## МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ:

- Наблюдение проводилось по адресу пр.Мира 19. Наблюдение проходило следующим образом: мы сделали заказ, сели за столик около кассы и отмечали важные моменты.
- Мы проводили сравнение между двумя объектами: AnyTime и Skuratov. Сравнение проводилось посредством сравнения таких параметров как: средний чек, фишки при открытии новой локации, количество локаций, разновидности черного кофе, наличие буккросинга, наличие кофеен на остановках.
- В качестве сбора данных мы использовали метод анкетного опроса и интервью. Анкетный опрос, состоял в том, что мы составили анкету на google forms, разослали анкету знакомым в социальных сетях. Всего ее прошли 30 человек.
- Далее мы провели интервью с экспертом в области маркетинга. В интервью участвовали 3 человека: 2 интервьюера и один эксперт.

# РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В результате нашего наблюдения мы выявили плюсы и минусы маркетинговых приемов в кофейне AnyTime.

– Плюсы маркетинговых приемов кофейне AnyTime:

1. Приятная музыка
2. Интерьер в стиле лофт
3. Наличие розеток у каждого столика
4. Наличие детского стола и стула
5. BookCrossing
6. Вежливый персонал
7. Короткое время приготовления заказа

– Минусы маркетинговых приемов кофейне AnyTime:

1. Твердые стулья
2. Озвучивание номеров при выдаче готовых заказов
3. Кофе только сортов арабика







## НАБЛЮДЕНИЕ

Так же мы обратили внимание на то, что когда кофе можно было купить только на вынос и обслуживание производилось только при наличии маски, кофейня AnyTime выдавала одноразовые маски, тем у кого их нет. Ожидать заказ нужно было на улице и для удобства клиентов, были поставлены лавочки около кофейни.

	Coffee anytime	Skuratov Coffee
Средний чек	100 рублей	300 рублей
Фишки при открытии новой локации	Нет	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Кофе 2 по цене 1</li> <li>• Cookies в подарок</li> </ul>
Количество локаций	26	13
Разновидности черного кофе	1 вид	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 вида эспрессо</li> <li>• Три вида американо на основе эспрессо</li> <li>• 2 вида фильтр-кофе</li> <li>• 5 микролотов</li> <li>• 2 разных девайса – воронка V60 и американ пресс</li> <li>• Колд брю</li> <li>• Колд брю Киото</li> <li>• Технологический ниторо кофе</li> </ul>
Наличие буккросинга	Есть	Нет
Наличие кофеен на остановках	Есть	Нет



Далее мы провели интервью с экспертом в сфере маркетинга. В ходе интервью, выяснилось, что в связи с пандемией коронавируса количество посещений в кофейне AnyTime снизилось. «Частота посещений снизилась, кстати, стоит отметить, что мне понравилось, что они начали выдавать маски». Также эксперт говорит: «Из-за того, что зима, университеты закрыты, частота посещений стала меньше». Частым клиентом кофеен считаются студенты, поэтому с переводом университетов и колледжей на дистанционное обучение, в кофейнях снизился трафик.





Также для нашего исследования был проведен анкетный опрос. С помощью него мы выясняли, что средний возраст посетителей AnyTime 19 лет. Клиенты в среднем оцениваю сервис кофейни на 8,6 бала. На вопрос: «Стали ли вы реже посещать кофейню AnyTime в связи с пандемией коронавируса?», 16 человек ответили, что стали реже посещать, а остальные 14 человек посещают кофейню, как и до пандемии. Среди опрошенных 86,7% ответили, что их устраивает цена на продукцию, и всего лишь 13,3% людей не согласны с ценовой политикой данной кофейни

# ДИСКУССИЯ

Сопоставляя полученные данные, результаты с исследовательскими вопросами, мы видим, что в связи с пандемией коронавируса в кофейне AnyTime снизилась частота посещений, так как данный фактор связан с сезонностью и тем, что у людей уменьшились финансовые возможности. Но, не смотря на изменившееся экономическое состояние, кофейня AnyTime остается одной из главных кофеен, которые сочетают в себе низкую цену и хорошее качество, поэтому люди все равно продолжают ходить в данное место, хоть и не много реже. Стоит отметить, что все равно в таких местах, как торговые центры можно увидеть достаточно большие очереди и нехватку посадочных мест.

Во время пандемии AnyTime в качестве маркетинговых приемов использовал следующее:

- 1.Раздавал маски тем, у кого их нет, совершенно бесплатно
- 2.Поставил лавочки и колонки для того, чтобы людям было удобнее ожидать свой заказ, а также, чтобы обезопасить их и сотрудников кофейни AnyTime
- 3.Измерение температуры и наличие санитайзера у входа

Это позволило кофейне не сильно потерять заработок во время пандемии.

# Вывод

В заключении можно сказать, что пандемия безусловно повлияла на кофейный бизнес. Это привело к вынужденным изменениям, в том числе в маркетинговой стратегии. Ее изменения помогло удержать практически всех клиентов на прежнем уровне, а также не дать потерять большую часть заработка. Несмотря на пандемию, кофейня продолжает успешно функционировать, приспособившись к новым условиям и соответствовать условиям МинЗдрава.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ )))

