

Южный Федеральный Университет  
Факультет Управления  
Кафедра «Маркетинг и коммуникации в бизнесе»

«Обоснование коммуникативной политики компании при выстраивании стратегии маркетинга взаимодействия с целевыми группами потребителей (на примере ООО «Швейк»)»



Выполнила Забарская Регина  
Научный руководитель  
д.э.н. Кетова Н.П

# Цель и задачи исследования

**Рассмотреть особенности маркетинговой политики и проанализировать её инструменты реализации в рамках концепции маркетинга взаимодействия.**

**Исследовать современный рынок ресторанных услуг в Ростове-на-Дону.**

**Провести маркетинговый анализ деятельности ресторана «Фрау Мюллер», оценить его коммуникативную политику, выявить проблемные зоны.**

**Провести анализ внутренней и внешней среды ресторана на основе PEST и SWOT-анализа;**

**Разработать маркетинговую коммуникативную стратегию ресторана «Фрау Мюллер», предложить рекомендации по ее внедрению.**

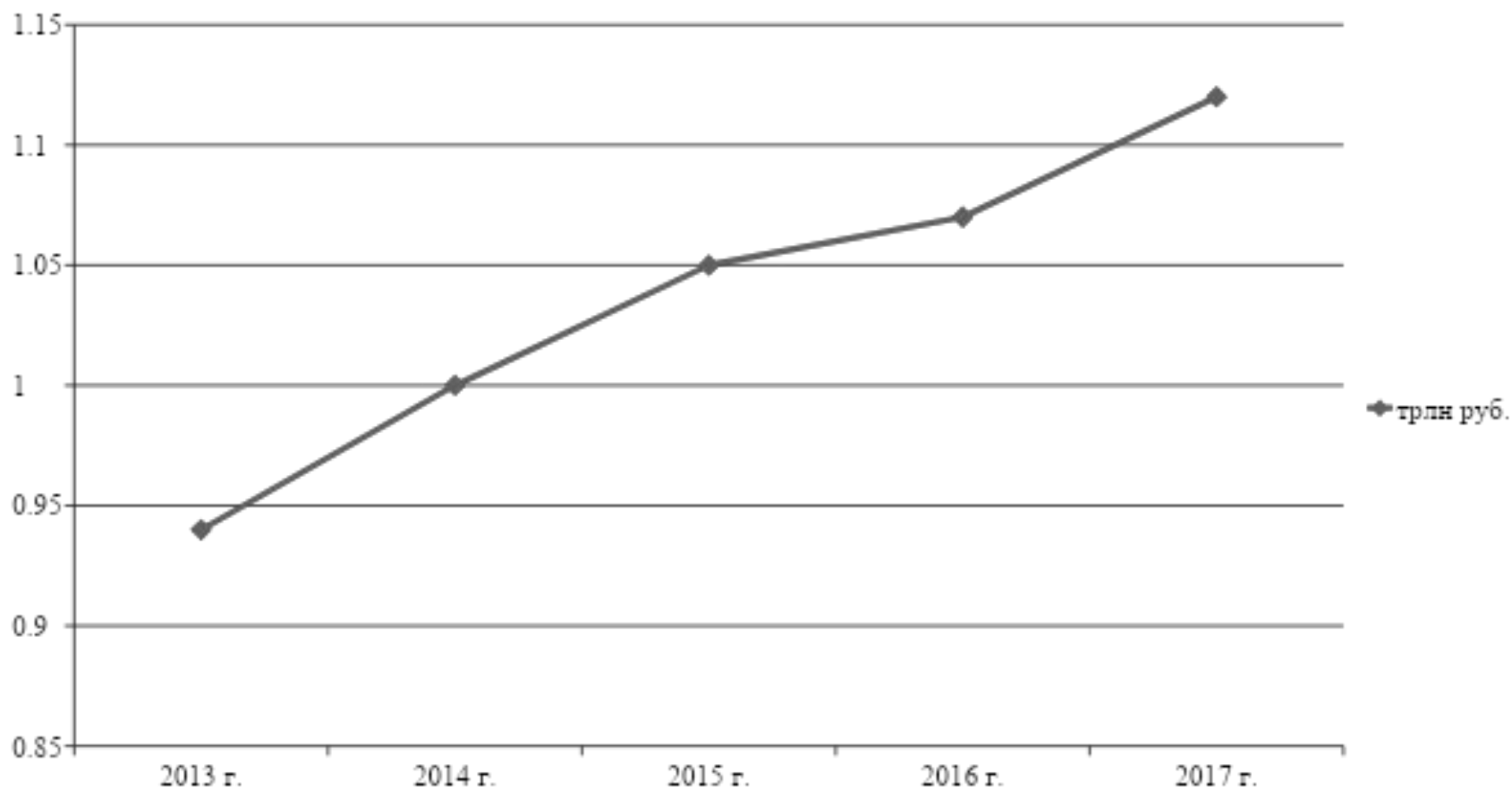
Объектом исследования является ресторан Frau Muller в г. Ростове-на-Дону.



## Актуальность

В настоящее время на рынке ресторанных услуг высока степень конкуренции, и выжить сможет тот ресторан, который обладает реальными конкурентными преимуществами. Одним из инструментов их формирования является маркетинг взаимодействия, в частности, коммуникативная политика, позволяющая эффективно принимать эффективные управленческие решения

# Динамика изменения объема рынка общественного питания

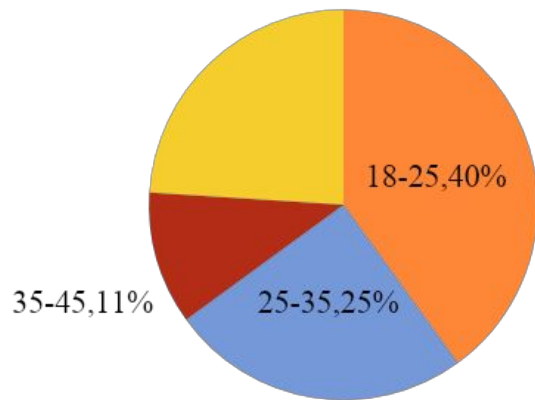


	<b>Возможности</b>	<b>Угрозы</b>
	<p>1. Уровень экономического развития региона</p> <p>2. Организация пешеходной зоны на ул. Береговой.</p> <p>3. Неудачное поведение конкурентов</p>	<p>1. Перенасыщение премиум-сегмента</p> <p>2. Снижение уровня платежеспособности населения</p> <p>3. Появление новых конкурентов.</p>
<p><b>Сильные стороны</b></p> <p>1. Местоположение</p> <p>2. Стабильная организация, которая существует на рынке длительное время, а, следовательно, возможность формирования положительного имиджа в глазах основных партнеров</p> <p>3. Активное использование инструментов комплекса маркетинга</p>	<p><b>ПОЛЕ «СИВ»</b></p> <p>- активное использование инструментов маркетинга позволит привлечь потенциальных потребителей;</p> <p>- неудачное поведение конкурентов дает возможность увеличить долю рынка</p>	<p><b>ПОЛЕ «СИУ»</b></p> <p>- появление конкурентов вызовет дополнительные расходы финансовых ресурсов;</p> <p>- усиление конкуренции, политика государства, инфляция и рост налогов, повлияют на платежеспособность населения и выбор стратегии развития</p>
<p><b>Слабые стороны</b></p> <p>1. Ценовая политика</p> <p>2. Скидочная система</p> <p>3. Неотлаженная система поощрений персонала</p>	<p><b>ПОЛЕ «СЛВ»</b></p> <p>- увеличение доходов в следствие привлечения новых потребителей с высокими доходами позволит эффективно провести кадровую политику и улучшить систему скидок.</p>	<p><b>ПОЛЕ «СЛУ»</b></p> <p>- появление новых конкурентов может привести к выходу из отрасли;</p> <p>- Недостаток финансовых средств и изменение уровня цен могут разорить организацию</p>

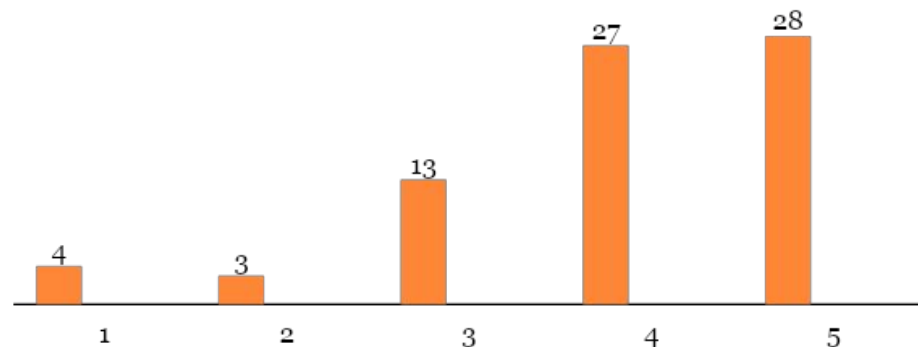
Характеристики	Коэф. знач.,%	Frau Muller		Schneider Weisse		Maximillian	
		баллы	оценка	баллы	оценка	баллы	оценка
Ценовая политика	20	50	10	50	10	30	6
Местоположение	25	100	25	100	25	100	25
Качество обслуживания	10	80	8	80	8	50	5
Качество предоставляемых услуг	30	90	27	90	27	90	27
Развлекательные мероприятия	15	60	9	0	0	80	12
<b>Итого</b>	<b>100</b>		<b>79</b>		<b>70</b>		<b>75</b>

# Результаты опроса

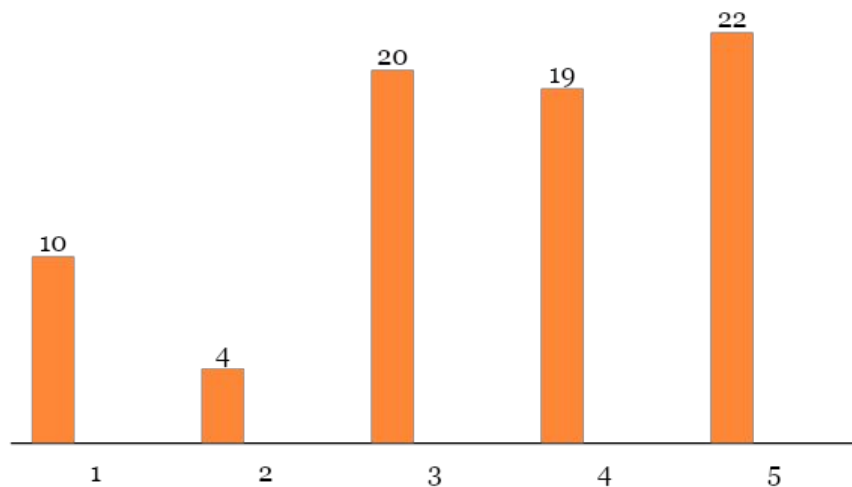
**Ваш возраст**  
45 и более, 24%



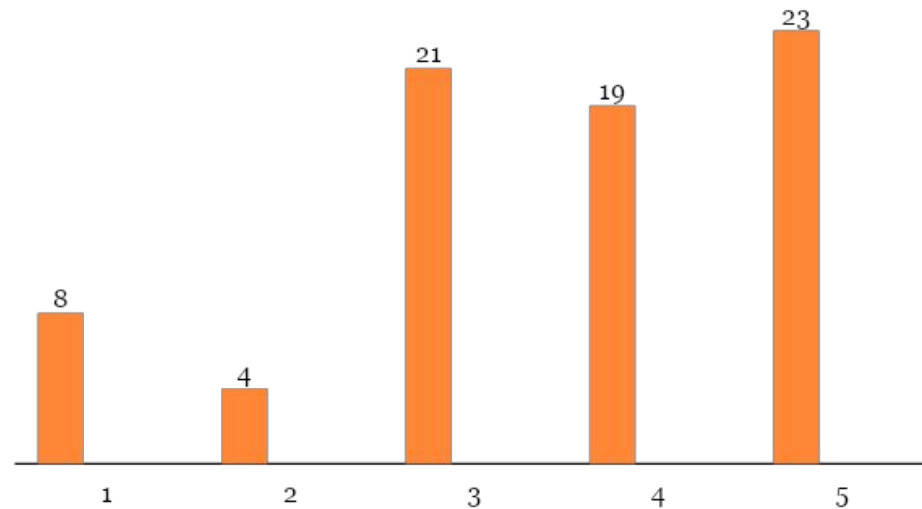
**Развлекательная программа ресторана (от 1 до 5)**



**Рекламная политика ресторана (от 1 до 5)**



**Скидочная система ресторана (от 1 до 5)**



№ группы	Краткое описание	Коммуникационное сообщение
1	мужчины-любители немецкой и австрийской кухни	Ресторан «Фрау Мюллер» - лучшее место для того, чтобы вкусно поесть, провести время и получить положительные эмоции. Здесь тебя знают и тебе рады.
2	женщины, любящие немецкую и австрийскую кухни, либо интересующиеся общегородскими мероприятиями	Ресторан «Фрау Мюллер» - это место с отличной кухней, приятной атмосферой и.
3	офисные работники	Ресторан «Фрау Мюллер» - это место, куда стоит пойти на бизнес-ланч в первую очередь.
4	компанейские посетители, бывающие редко, либо ситуативно	Ресторан «Фрау Мюллер» - это место с неповторимыми по своему содержанию тематическими мероприятиями, теплой атмосферой, куда хочется пойти с друзьями. Здесь рады постоянным гостям



Инструмент	Целевые группы потребителей			
Бесплатные блюда	+	+	+	+
Бесплатные газеты и журналы. Полка или стойка с бесплатными (возможно, партнерскими) газетами и журналами.	+	+	+	+
Бизнес ланч с 12:00-16:00. Формирование комплексного предложения для гостей в определенные часы			+	
«Правило дождливого дня». Десерт или закуску можно подавать вместе с бизнес-ланчем в будние дни.			+	
Использование закусок (для мужчин или компаний) и десертов в качестве комплиментов постоянным гостям	+	+	+	+
Специальными предложениями может выступить подарочное пиво при заказе определенных сетов	+			+



Участники фестиваля	Программа	Оплата за 1 день работы в рамках фестиваля, руб.
Музыкальная группа	Концерт	23000
Аниматоры	Развлечение гостей	7000
Дегустатор	Дегустация	2000
Фотограф	Фотографии для сайта	2500
Шоумены	Световое шоу	4500
Итого:		39000

Статья расходов	Стоимость, руб.	Количество, шт.	Сумма по статье, руб.
Разработка дизайна пластиковой карты, листовки с описанием условий программы лояльности	2 000	1	2 000
Изготовление пластиковых карт	11,4	1 000	11 400
Смс-рассылка для новых членов программы лояльности (из расчета 2 смс/чел.)	2,48	1 000	4 960
ИТОГО:			18 360

# Заключение

**СПАСИБО**  
**за**  
**ВНИМАНИЕ!**