



Студенческий PR-проект:

"До Кафе 2 шага"

Рассматривая сегодняшнее состояние рынка общественного питания в г.Челябинске, можно отметить, что количество пиццерий превышает спрос на них, поэтому среди данных заведений часто наблюдается конкуренция. Это и обуславливает **актуальность** нашего проекта. К тому же современные потребители воспринимают кафе-пиццерии как один из способов проведения досуга. Это не значит, что гостям безразлично качество кухни, просто при выборе заведения они также учитывают, насколько там уютная, гостеприимная и дружеская обстановка.



Авторы: ЮУрГУ г.Челябинск
Карabut Яна, Передбогова Дарья Гусева Наталья,,
Пономарев Виктор, Шведова Мария.
Научный руководитель: преподаватель
Добрикова Алия Ануваровна



Целью проекта является повышение уровня информированности и как следствие – уровня лояльности целевой аудитории по отношению к «Дока-пицца»/«Докафе» в отдаленных от центра районах г. Челябинска.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

Задача 1. Выявить наиболее эффективные для воздействия на целевую аудиторию формы проведения досуга в пиццерии.

Технология решения:

1. Проведение специальных мероприятий «Празднуй с пиццей»

Еженедельно в пиццерии проводятся праздники любой тематики от Дня Пожарника до Нового года. Мероприятия представляют собой конкурсную программу, которая вовлекает в празднование как можно больше посетителей.

2. Организация мастер-классов «Самоделкин»

Данное мероприятие призвано показать, что отдыхать можно с пользой, т.о. приходя в кафе просто перекусить, посетители получают возможность уйти не с пустыми руками, а с новыми умениями и собственноручно приготовленными подарками.





Задача 1. Выявить наиболее эффективные для воздействия на целевую аудиторию формы проведения досуга в пиццерии.

Технология решения:

3. Фотокросс «Пицца на фото – каждому охота!»

Фотокросс с элементами квеста (поиска) специально для студентов.

4. Акция «Дни фотоохоты»

В «Доке-пицце» совместно со стандартным детским аниматором предлагается работа фотографа, который организует посетителям мини-фотосессии.



Чувствуешь в себе задатки кулинара? Но совершенно не знаешь, как их проявлять?..

Конкурс «ПИЦЦА ПО-НАШЕМУ»
- продемонстрируй свой кулинарный талант!

Журнал ТЕЛЕНЕДЕЛЯ совместно с сетью пиццерий «ДОКА-ПИЦЦА» объявляют конкурс на лучший рецепт пиццы! Сладкие, солёные, открытые и закрытые - на что способна твоя фантазия?!



Отправляя заявку и свой рецепт пиццы на эл. адрес doka_pizza.konkurs@mail.ru и получи гарантированные призы! А также возможность в получении главного приза! Все подробности на сайте www.pizza.doka.ru и в журнале Теленеделя.

Задача 2. Взаимодействие со СМИ.

«Пицца по-нашему»

«Дока-Пицца» совместно с изданием «Теленеделя» проводит на лучший кулинарный рецепт пиццы, который появится в меню пиццерии.



Задача 3. Формирование образа социально-ответственной компании.

1. Организация выставки социальной рекламы, раздача листовок и буклетов, содержащих социальные проблемы вместе с подносами (находясь в кафе, посетители имеют возможность изучить данную рекламную продукцию).
2. Субботник «Кто работает, тот ест пиццу!». Один мешок мусора равен 5 % скидке!



Выводы и рекомендации.

Данный проект предполагает неоднократное воплощение указанных и разработанных по аналогии с ними мероприятий и акций, что делает его достаточно универсальным.

Все мероприятия и акции проходят на базе филиалов «Доки-пиццы» в отдаленных от центра районах города, и таким образом доказывают, что не нужно тратить время на дорогу, чтобы хорошо отдохнуть с семьей или друзьями.

Спасибо за внимание =)

