

Маркетинговое исследование Кафе – пиццерии «Стрекоза»

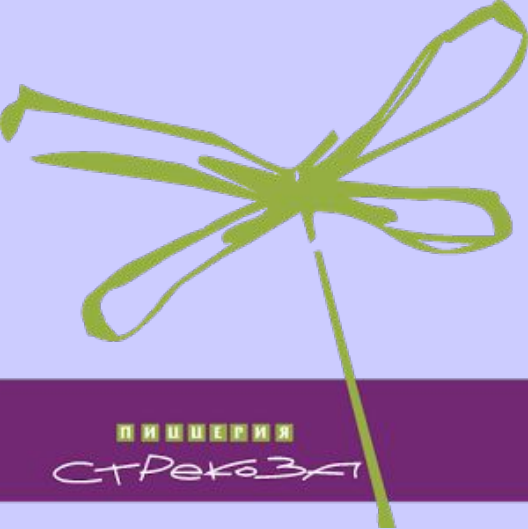
Выполнила студентка

Группы ЭГ-11

Ларина Анжелика Михайловна

Руководитель: Скворцова Анна Васильевна

Цели и задачи маркетингового исследования

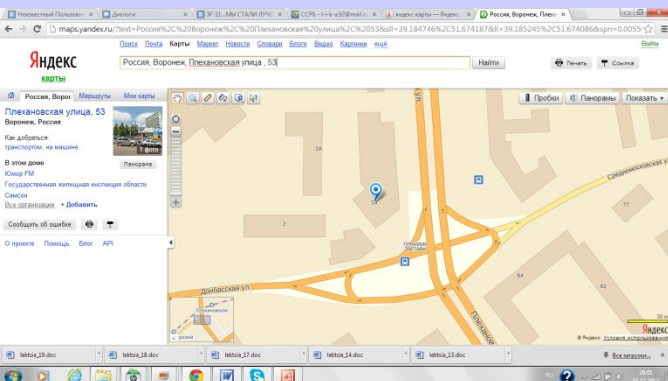


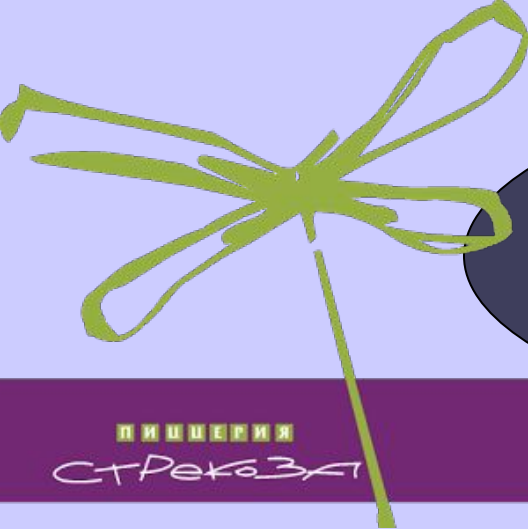
Целью исследования является - проведение маркетингового исследования предприятия общественного питания кафе-пиццерии «Стрекоза» для выявления преимуществ и недостатков.



Задачи маркетингового исследования:

- 1) описать существующее состояние предприятия;
- 2) определить основной вид деятельности и охарактеризовать предоставляемые услуги;
- 3) рассмотреть основное меню;
- 4) провести сегментирование целевой аудитории;
- 5) выявить мнение клиентов пиццерии «Стрекоза» по данному предприятию;
- 6) сделать выводы по полученным данным и сделать соответствующие рекомендации.

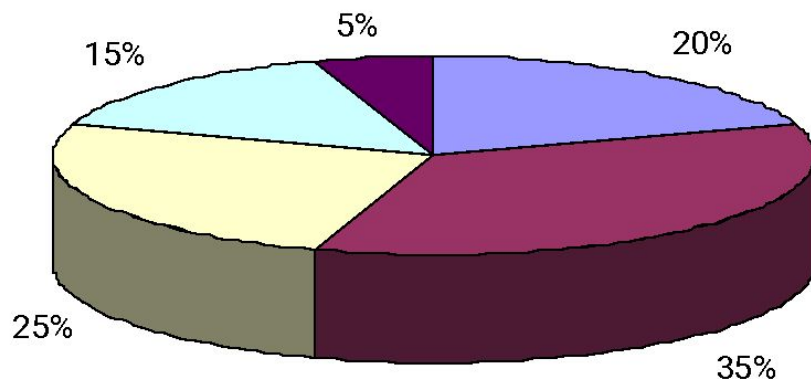




Пиццерия «Стрекоза»
находится по адресу:
г.Воронеж, ул. Плехановская, д.53.
Время работы предприятия:
с 11-00 до 01-00, ежедневно.

«Преимущества»	«Недостатки»
- развитая инфраструктура района;	- недостаточное количество парковочных мест;
- незначительная концентрация конкурентов;	- затрудненная транспортная доступность (удаленность от остановки);
- большая проходимость (поток потенциальных клиентов);	- не центральная улица города;
- небольшая удаленность от центра города (3,1 км);	

Целевая аудитория кафе - пиццерии «Стрекоза»
разнообразна: наблюдается широкая
потребительская группа, начиная от школьников и
студентов, заканчивая людьми среднего и
пенсионного возраста.



- Работники, приходящие за бизнес - ланчем (обедом).
- Группы гостей от 25 лет, среднего достатка.
- Молодежные компании.
- Одиночные клиенты высокого достатка.
- «Случайные» клиенты.



Гостевая зона, включает 120 посадочных мест и разделена на 4 зала.



White hall

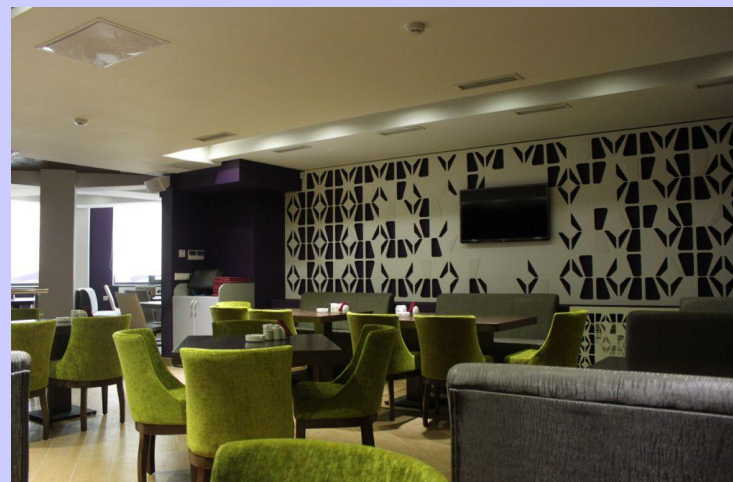
Интерьер пиццерии отличается ярким оформлением. Цветовая гамма зала выдержана в зелено-розовых тонах.



Light hall



Ground hall



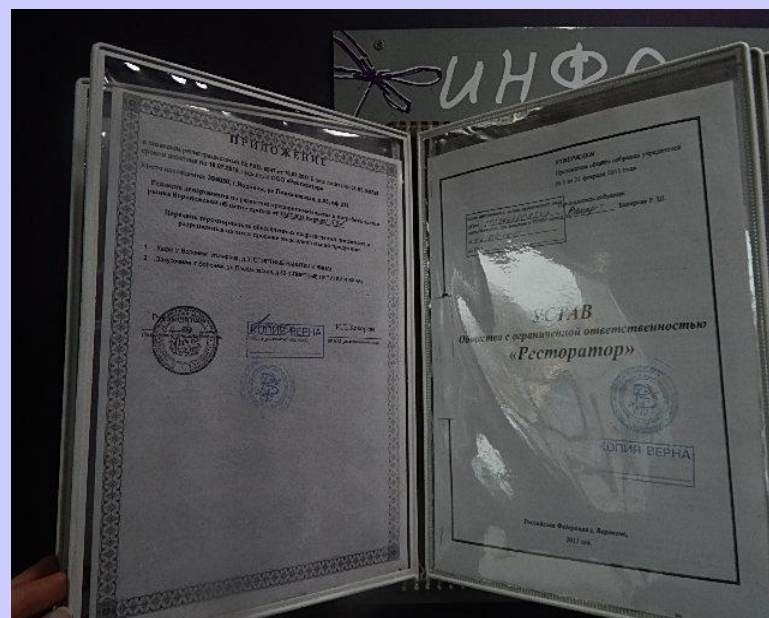
Banquett hall

С необходимой информацией
гости могут ознакомиться на

ИНФОРМАЦИЯ
СТРЕКБЗХТ

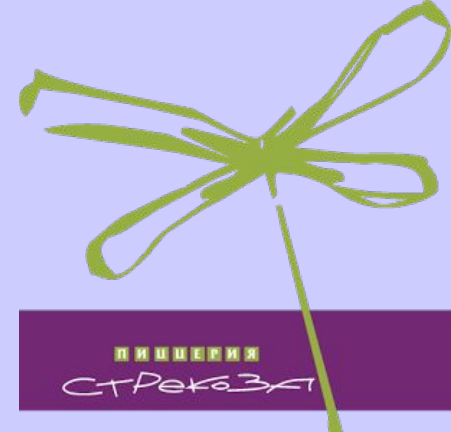
информационном стенде:

- закон о защите прав потребителей,
- устав компании;
- книга отзывов и предложений,
- копия выписок из налоговой службы, ОГРН;
- копия заключения служб о соответствии помещения санитарным требованиям;
- план эвакуации; - актуальные координаты организации по защите прав потребителей;

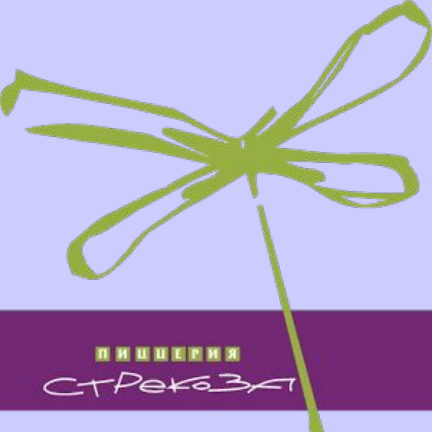


Пиццерия «Стрекоза» это предприятия общественного питания предоставляющее расширенный спектр услуг.

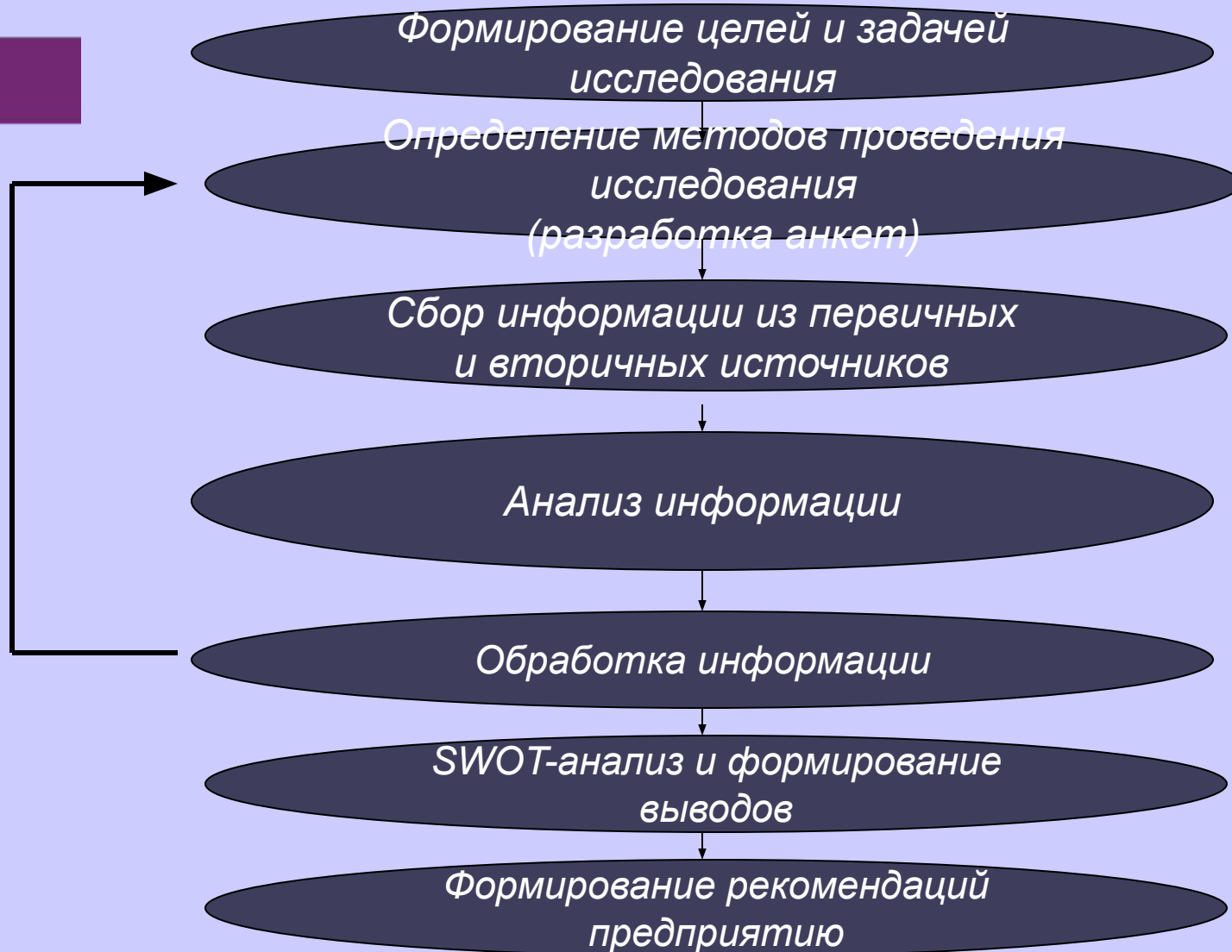
В соответствии с Общероссийским классификатором услуг населению (ОКУН) пиццерия реализует следующие виды услуг:

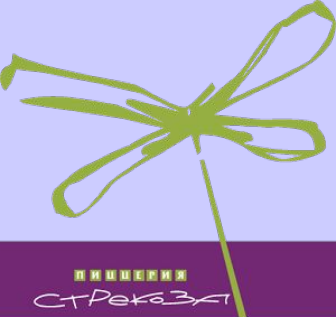


Код	Наименование услуги
122102	Услуги питания кафе
122105	Услуги питания бара
122300	Услуги по организации потребления и обслуживания
122305	Доставка кулинарной продукции и кондитерских изделий по заказам потребителей, в т.ч. в банкетном исполнении;
122310	Предоставляются услуги бронирования мест в зале предприятия общественного питания
122303	Организация и обслуживание торжеств, семейных обедов и ритуальных мероприятий
122503	Услуги предоставления газет и журналов



Этапы проведения маркетингового исследования





СТРЕЛКА

Анкеты, используемые для маркетингового исследования

Показатели качества
блюд и напитков

Показатели	Оценка				
	1	2	3	4	5
Широкий выбор привлекательных блюд					
Меню предлагает новые блюда/меню постоянно обновляется					
Легко читать и понимать					
Фото и описания точно описывают блюдо					
Уникальные/интересные блюда					
Широкий выбор алкогольных коктейлей/смешанных напитков					
Содержит блюда, хорошо знакомые и любимые					

Показатели меню

Показатели	Оценка				
	1	2	3	4	5
Качество блюд в общем					
Качество ингредиентов					
Вкус/аромат блюд					
Подача/внешний вид/привлекательность					
Температура блюд					
Блюда приготовлены правильно					
Большой размер порции					
Блюдо выглядит свежим и свежее на вкус					
Качество напитков					

Качество обслуживания

Показатели	Оценка				
	1	2	3	4	5
Качество обслуживания в общем					
Уважительное отношение к гостям					
Дружелюбное отношение официантов					
Неформальный стиль обслуживания					
Знание меню официантами					
Дает гостям достаточно времени на еду					
Униформа официантов					
Наличие бейджов у персонала					
Официант своевременно приветствует гостей					
Блюда подаются своевременно					
Напитки подаются в течение приемлемого промежутка времени					
Общее время от прихода гостей до ухода					
Чек приносится быстро					
Сдачу принесли быстро					

Для анкетирования была применена
случайная выборка
численностью – 50 единиц.

Результаты анкетирования

Анкета № 1

Важность показателей меню

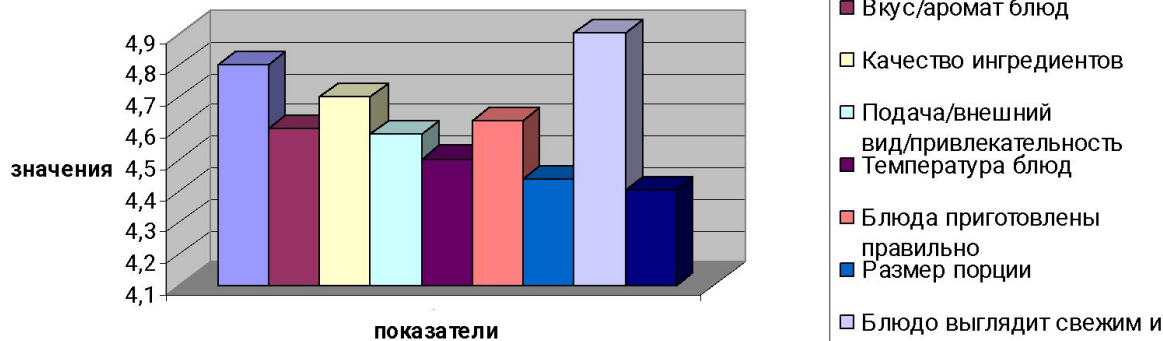


Наиболее важными являются показатели:

- Широкий выбор привлекательных блюд (4,62);
- Содержит блюда хорошо знакомые и любимые (4,94);

Анкета № 2

Оценка качества блюд и напитков



Наиболее важными являются показатели:

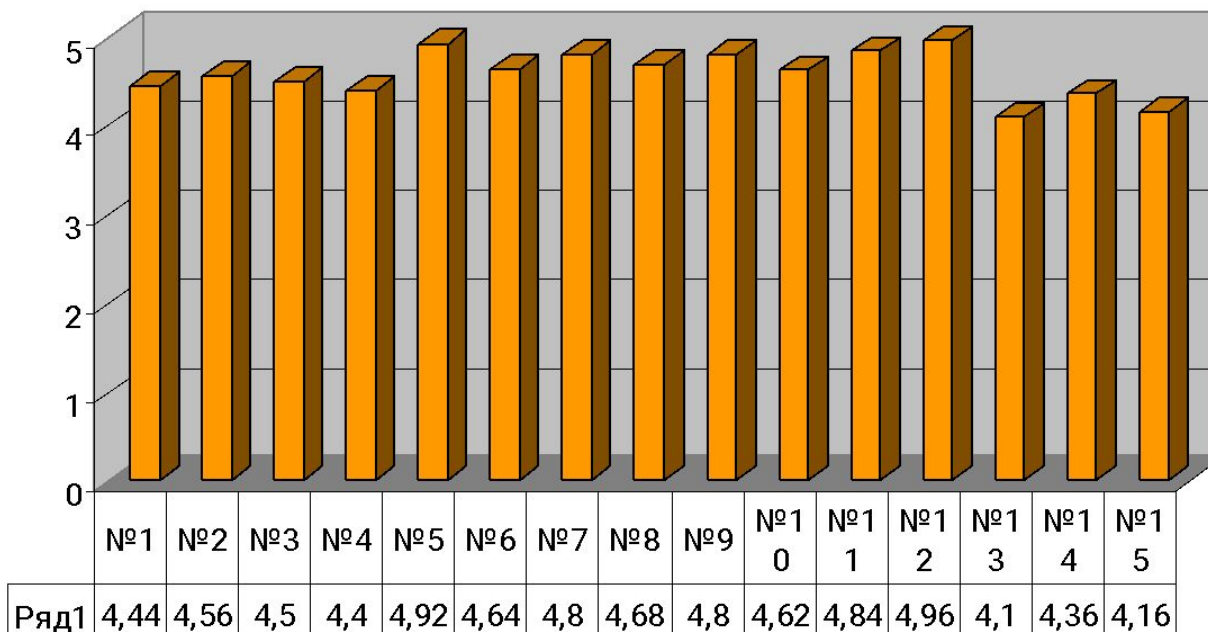
- Качество блюд вообще; (4,80)
- Блюдо выглядит свежим и свежее на вкус; (4,90)



Анкета № 3

Результаты анкетирования

Оценка качества обслуживания

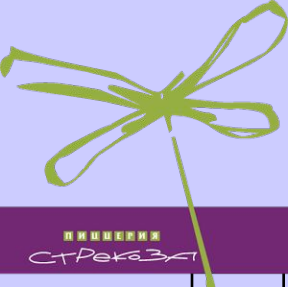


Средняя оценка по анкете № 3 – 4,58 балла;

Максимальное количество баллов имеют показатели:

-Напитки подаются в течение приемлемого промежутка времени (4,96);

-Минимальный – 4,1 – сдачу принесли быстро.



Метод точек соприкосновения

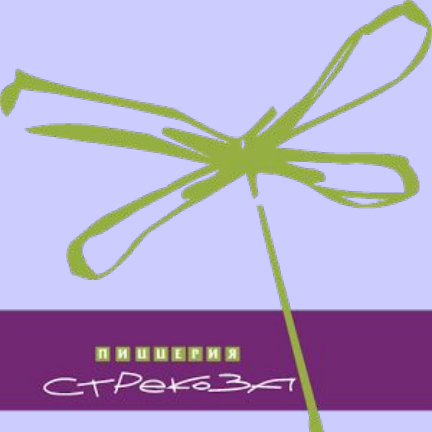
№	Наименование точки	Контактное лицо	Требования с точки зрения потребителя	Мероприятия по обеспечению качества
1	Вестибюль пиццерии	Гардеробщица	Униформа, вежливость, Внимательность, быстрота обслуживания.	Проведение тренингов, Обеспечение униформой.
2	Вестибюль пиццерии	Хостес	Быстрота обслуживания, униформа, отсутствие очереди	Проведение тренингов, обеспечение униформой.
3	Обслуживание посетителей, оформление заказа	Бармен, Официанты, Администратор	Вежливость, быстрота, отсутствие очередей, униформа, точность расчетов, широкий выбор напитков (блюд), безопасность продуктов питания.	Проведение тренингов с барменами и официантами Обеспечение достаточным количеством работников с целью повышения быстроты обслуживания

В результате проведенного метода, было выявлено, что все контактные зоны поддерживаются на высоком уровне обслуживания: не наблюдается дублирование функций контактного персонала, персонал квалифицирован и качественно выполняет свои функции.



SWOT- анализ

Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
- Персонал организации имеет высокую квалификацию. - Высокий уровень обслуживания. - Регулярное обновление оборудования - Выгодное расположение заведения. - Высокая конкурентоспособность; - Эксклюзивный интерьер; - Рост числа постоянных клиентов.	-Наблюдается текучесть кадров среди официантов и барменов, что обуславливается полной занятостью не подходящей для студентов. -Слабая организация маркетинговой системы на предприятии. -Отсутствие опыта маркетинговых исследований.
Возможности (O)	Угрозы (Т)
-Расширения ассортимента реализуемой продукции; -Введение в меню эксклюзивных и фирменных блюд; - Введение новых компьютерных систем для расчётов лучшими программами: Rkeeper, Store House. - Расширение потребительских групп.	- Изменения в законодательстве - Рост цен на закупочное сырьё, что снижает прибыль. - Снижение доходов населения среднего класса. - Ожесточение конкуренции; - Изменение вкусов и потребностей клиентов.

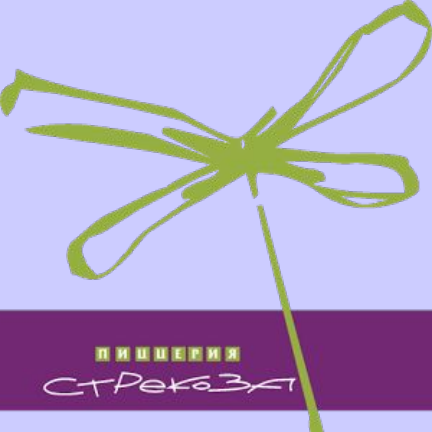


Выводы и рекомендации

В результате обработки анкет и полученных данных, можно сделать следующие выводы и рекомендации, относительно качества обслуживания и меню кафе-пиццерии «Стрекоза»:



- 1) Необходимо совершенствовать и включать в меню новые блюда и напитки, проводить презентации новых блюд;
- 2) Оформить меню более информативно, включить фотографии на каждое блюдо, а также описать полно состав блюда;
- 3) Осуществлять контроль качества блюд перед его отпуском;
- 4) Расширить ассортимент безалкогольных коктейлей;
- 5) Повысить качество обслуживания гостей, посредством проведения тренингов и мастер-классов для персонала пиццерии.



Заключение

Кафе – пиццерия «Стрекоза» - это конкурентоспособное предприятие, которое является лидером в своем сегменте на рынке питания.



Кафе - пиццерия «Стрекоза» не проводит развернутой маркетинговой политики. Поэтому предприятию необходимо регулярно проводить мониторинг возможных угроз и недостатков работы, с целью максимального удовлетворения потребностей клиентов.