

ЗАДАНИЕ «ГЛУБИННОЕ ИНТЕРВЬЮ»



**ТЕМА: МАРКЕТИНГОВОЕ
ИССЛЕДОВАНИЕ СЕТИ КОФЕЕН
«STARBUCKS»**

**ПОДГОТОВИЛА СТУДЕНТКА
ГРУППЫ РС-034
КУЖЕЛЕВА ДАРЬЯ ГЕОРГИЕВНА**

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель: узнать отношение компании «Starbucks» к своим прямым конкурентам, позиционирование себя на кофейном рынке, а также дальнейшие планы развития бренда.

Задачи:

1. Провести интервью со специалистом (Ксения)
2. Собрать информацию по теме исследования
3. Расшифровать интервью
4. Составить презентацию в Power Point и отчет в Microsoft Word



ВОПРОС 1

Не секрет, что у компании Starbucks в настоящее время довольно много конкурентов. Но что, по вашему мнению, выгодно отличает ее от других?

- Starbucks – старейшая сеть кофеен не только в России, но и по всему миру. Я думаю, что и наши клиенты должны понимать, что качество проверяется временем и добросовестной работой. Это неповторимая атмосфера кофейни, ее сотрудники, нам важна каждая деталь.



ВОПРОС 2

Относительно аспектов внутри компании, что Вас удерживает на данной должности вот уже два года?

- То же, что и наших гостей. Отсюда не хочется уходить, для персонала созданы все условия, люди приходят на работу с удовольствием.



ВОПРОС 3

Проводятся ли тренинги для бариста?

- Разумеется, ведь все должно быть в соответствии со стандартами компании. Мы не боимся быть честными со своими гостями, ведь серьезных недостатков у нас нет.



ВОПРОС 4

Серьезных? Значит, какие-то все-таки есть?

- Конечно, в любой крупной корпорации есть как свои сильные стороны, так и слабые. Но нельзя категорично сказать, что плохо, а что хорошо, ведь стратегии развития продумываются годами. На мой взгляд, можно слегка отойти от многолетних стандартов.



ВОПРОС 5

Вы, как руководитель, не боитесь потерять клиентов?

- Мы не планируем кардинально менять исторические истоки компании. Речь идет о легком ребрендинге, создании новых позиций, слоганов. Возможен рестайлинг логотипа.



ВОПРОС 6

Ваша целевая аудитория – люди с достатком чуть выше среднего. Отчего именно такой выбор?

- Не следует забывать, что и качество кофе у нас выше, чем в других местах по городу. Отсюда и цена, вполне себя оправдывающая.



ВОПРОС 7

А как же точки конкурентов, где цены гораздо ниже?

- У них своя целевая аудитория, у нас – своя. Не понимаю, почему их состоятельность должна мешать нашей работе.



ВОПРОС 8

Кто отвечает за работу с клиентами?

- Это и менеджеры кофеен, и управляющие, и весь целиком маркетинговый отдел, отвечающий за рекламу. В каждой области свои специалисты.



ВОПРОС 9

А разве кофейни нуждаются в рекламе?

- Полагаю, что любой, даже крупный бренд, должен время от времени о себе напоминать. Здесь и анонсы в социальных сетях, и специальные предложения для любимых клиентов.



ВОПРОС 10

Сделайте краткий прогноз о развитии кофейной индустрии на будущий год?

- Кофейный рынок, как и любой другой, не стоит на месте. Я предполагаю, что со временем появятся такие технологии и продукты, о которых мы пока не можем и подумать. Поэтому отставать ни в коем случае нельзя.

