

МАКДОНАЛДС КОНСТРУИРОВАНИЕ ИМИДЖА

ВАЛЕРИЯ КОСЕНКО

МК/М-20-1-0

Фирменный стиль

Большая рельефная буква «М» желтого цвета в большей степени воздействует на детей, поскольку имеет определенный анимационный элемент; взрослые ее воспринимают не более, чем логотип. На рынке услуг для ресторана «МакДональдс» существует благоприятный сегмент, куда в основном входят потребители неудовлетворенные продукцией конкурентов, со сравнительно низким уровнем дохода, но с достаточной покупательной способностью.

Особенностью, выделяющей ресторан из ряда подобных заведений, является наличие современного дизайна, а также осуществление такой услуги как продажа продукции из окна ресторана прямо в автомобиль клиента, которой конкуренты пренебрегли.

В нашем случае используются такие варианты как: красный, оранжевый, желтый, иногда черный, а в последнее время и зеленый. Именно эти цвета в большинстве своем и привлекают клиентов. Красный, оранжевый и желтый являются наиболее привлекательными, они могут возбуждать, лучше запоминаются; оранжевый воспринимается как горячий, он согревает и бодрит; желтый цвет стимулирует мозг. Эти три цвета вызывают жизнерадостность и импульсивность. Учеными было доказано, что сочетание красного/желтого/оранжевого и черного воспринимаются в сознании человека как побуждение к действию, они говорят человеку о доступности того, что находится перед ними.

Также в последнее время компания практикует использование еще и зеленого цвета, который успокаивающе влияет на нервную систему, утоляет боль, снимает раздражительность, усталость. В основном такую цветовую гамму используют в тех ресторанах, которые находятся ближе к центру города, где большой поток населения и где работает достаточно много людей, которым необходима временная разрядка и ослабление напряжения, получаемое на рабочих местах.

Большое значение в интерьере McDonald's имеет цвет стен, который помогает покупателю составить достаточно полное представление о цвете, фактуре и форме товара. Стены ресторанов чаще окрашивают в мягкие тона, причем не обязательно одинаковые. Удачное сочетание цветовых тонов дает интересный колористический эффект.

ИСТОРИЯ СОЗДАНИЯ

Компания основана в 1940 году братьями Диком и Маком Макдоналдами (первый ресторан открылся в Сан-Бернардино, Калифорния), в 1948 году впервые в мире сформулировала принципы концепции «быстрого питания»[8].

В 1954 году Рэй Крок приобрёл у братьев Макдоналдов право выступать в качестве эксклюзивного агента по франчайзингу. В 1955 году он открыл свой первый McDonald's в городке Дез-Пленз, штат Иллинойс (в настоящее время — музей корпорации). Позже в том же году Кроком была зарегистрирована компания McDonald's System, Inc., в 1960 году переименована в McDonald's Corporation

Фирменный стиль

- Логотипы



Иллюстрации

- Зачастую компания изображает на своих упаковках просто слова и изображения своих продуктов. Но так было не всегда раньше символом и талисманом компании был коун Роналд Макдоналд.
- Рональдов готовят в соответствии с корпоративными стандартами, впервые разработанными известным комиком и фокусником Эй Джейем. Информация эта по большей части секретная, но кое-что иногда просачивается в прессу. Например, в 1970-х один из бывших исполнителей этой роли заявил, что он вынужден был говорить детям, что мясо делается из специального "гамбургерного пятна", а не из говядины. Начиная с нулевых, актерам приходится регулярно отбиваться от протестующих против Макдональдса, а некоторым из них даже нанимают помощников и телохранителей.
- Дольше всех в этой непростой роли продержался Дэвид Хасси (с 2000 по 2014 годы), его сменил ныне действующий Рональд в исполнении Брэда Леннона.



Корпоративная культура

- В основе всего, что мы делаем, стоят интересы наших клиентов Наши клиенты являются главной причиной нашего существования. И мы выражаем свою благодарность тем, что предлагаем высококачественную пищу и первоклассное обслуживание в чистой и гостеприимной обстановке за отличную цену.
- Наша цель - «качество, культура, чистота и доступность» (QSC&V) для каждого клиента каждый раз. Мы соблюдаем свои обязательства перед нашими сотрудниками
- Мы предоставляем нашим сотрудникам все возможности, возвращаем таланты, воспитываем лидеров и поощряем достижения.
- Мы уверены, что коллектив хорошо обученного персонала разнообразного происхождения и с различным опытом, работая вместе в обстановке, способствующей уважению и высокому уровню вовлеченности, является залогом нашего постоянного успеха.
- Мы верим в систему компании McDonald's Модель бизнеса компании McDonald's, изображенная в виде тренажера, опирающегося на владельца/менеджеров, поставщиков и сотрудников компании, - это наша основа, и ключевым для нее является баланс интересов этих трех групп.
- Мы осуществляем свою деятельность с соблюдением деловой этики Незыблемая этика - это хороший бизнес. В компании McDonald's мы руководствуемся высокими стандартами справедливости, честности и порядочности как в наших поступках, так и в бизнесе. Каждый из нас подотчетен, и все вместе мы несем ответственность.
- Мы стремимся содействовать благополучию местного населения Когда речь идет о лидерстве, мы относимся к своим обязанностям со всей серьезностью.
- Мы помогаем нашим клиентам в благоустройстве их городов и районов, поддерживаем благотворительный фонд «Дом Роналда Макдоналда» (RMHC), пытаемся способствовать тому, чтобы мир стал лучшим местом, максимально используя размер, пределы и ресурсы нашей компании. Мы развиваем наш бизнес с учетом эффективности и прибыльности
- Акции компании McDonald's торгуются публично. И поэтому мы работаем над тем, чтобы поддерживать постоянный рост прибыли для наших акционеров. Эта задача требует нашего постоянного внимания к нашим клиентам и здоровому состоянию нашей системы.
- Мы постоянно стремимся к усовершенствованию Наша организация постоянно учится, и мы стремимся предвидеть и соответствовать меняющимся запросам нашей клиентуры, персонала и системы посредством развития и инноваций.