

МАКДОНАЛДС

ВАЛЕРИЯ КОСЕНКО

МК/М-20-1-0

Публикации о компании в СМИ

- Упоминания о компании встречаются почти во всех крупных и локальных СМИ мира, имеются как хорошие так и негативные комментарии. Но не смотря на это Макдоналдс имеет большой вес на всемирном рынке, а так же компания имеет имидж монополиста в своей сфере, её продукцию предпочитает более 70 % населения.
- О кафе пишут различные медиа, самые крупные из них: «Комсомольская правда», «РБК», «РИА-новости», «Газета.ru», «Ведомости», «Meduza» и др.



Чита.Ру 14.09.20 в 11:22

«Макдоналдс» в 2020 году зайдёт на Дальний Восток

...и я очень горжусь тем, что мы выполняем это обещание, несмотря на все вызовы этого года», — пересказало СМИ слова гендиректора «Макдоналдса» в России Марк Карена.



РБК 23.03.20 в 17:13

СМИ узнали о включении «Макдоналдса» в список системообразующих компаний

В «Макдоналдсе» РБК объяснили свое включение в список системообразующих компаний «отражением усилий компании по интеграции в российскую экономику». ...В пресс-службе Минстроя подтвердили РБК, что...



Новости Брянска 12.03.20 в 08:11

McDonald's намерен подать в суд на брянских журналистов

Макдоналдс планирует подать в суд на брянские СМИ, которые обвинили компанию в загрязнении природы.



АБН 18.02.20 в 07:05

«Макдоналдс» тайно открыл dark kitchen – «темную кухню»

Dark kitchen, открытие которой «Макдоналдс» не анонсировал и открыл, фактически в тайне от СМИ, находится по информации РБК на юге Москвы и занимает площадь около 400 кв.м...

Проекты и акции

- Макдоналдс постоянно устраивает различные акции и дарит скидки своим клиентам, круглый год в макдоналдсе проходят различные акции, которые помогают экономить.
- Также компания занимается благотворительностью - оказывает помощь детским домам и детям, болеющим раком. Макдоналдс сотрудничает с различными компаниями, а так же с выходом новых фильмов дети могут найти понравившихся героев в Хэппи-Милл.

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.

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.

Основатель компании о сотрудниках

- Уже более 50 лет компания McDonald's руководствуется основополагающими ценностями. Наш основатель, Рэй Крок, строил эту выдающуюся компанию, исходя из семи основных принципов, которые определяют наши каждодневные поведение, действия и решения: □ В основе всего, что мы делаем, стоят интересы наших клиентов □ Мы соблюдаем свои обязательства перед нашими сотрудниками □ Мы верим в систему компании McDonald's □ Мы осуществляем свою деятельность с соблюдением деловой этики □ Мы стремимся содействовать благополучию местного населения □ Мы развиваем наш бизнес с учетом эффективности и прибыльности □ Мы постоянно стремимся к усовершенствованию. Каждому из этих принципов присуща наша приверженность соблюдению деловой этики, честности и надежности. Эта приверженность выражена в наших «Нормах делового поведения». В современном контексте многоаспектных законодательных норм и правил наши «Нормы делового поведения» помогают ориентироваться в многочисленных сложных ситуациях, с которыми нам приходится сталкиваться. Помимо соблюдения этих «Норм» мы должны постоянно вести открытую дискуссию, в которой мы будем задавать вопросы и обсуждать проблемы, каким бы сложным это ни представлялось. Во всем мире имя McDonald's пользуется доверием и уважением. Каждый из нас, от рядового сотрудника до члена Правления, в своих словах и поступках выступает послом компании McDonald's. Ваше стремление к правильным действиям поддерживает сияние наших Арок во всем мире. Спасибо вам..