

Проектирование бренда Кафе «Кошкин хвост»

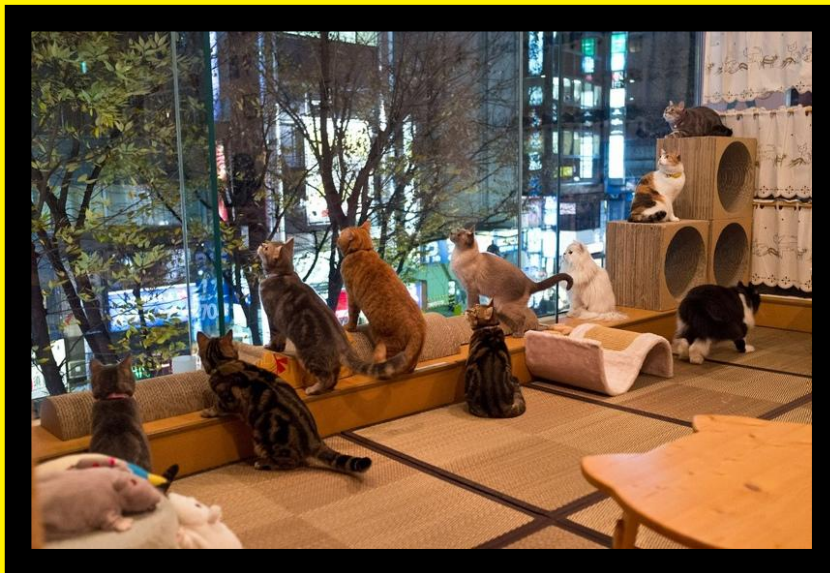
Дисциплина: Бренд-менеджмент
Проект выполнила:
Цыганова Елизавета
Группа ЭМБ-120



Кафе «Кошкин хвост» — это котокафе с японской кухней. У нас вы можете попробовать уникальные блюда японской кухни, а также провести время с нашими пушистыми друзьями.



Здесь живет более 15-ти пород котов и кошек, с которыми вы можете приятно провести время, а также при желании забрать к себе домой совершенно бесплатно. В окружении котиков вы можете ознакомиться с разнообразными блюдами японской кухни, совершая для себя гастрономические открытия. Кроме того, у вас будет возможность поиграть в настольные игры, весело провести время с друзьями или даже поработать в окружении наших пушистых друзей.



Создание места, Которое
будет гармонично
Объединять в себе
красоту японской кухни
и уют, создаваемый
Милыми домашними
животными.



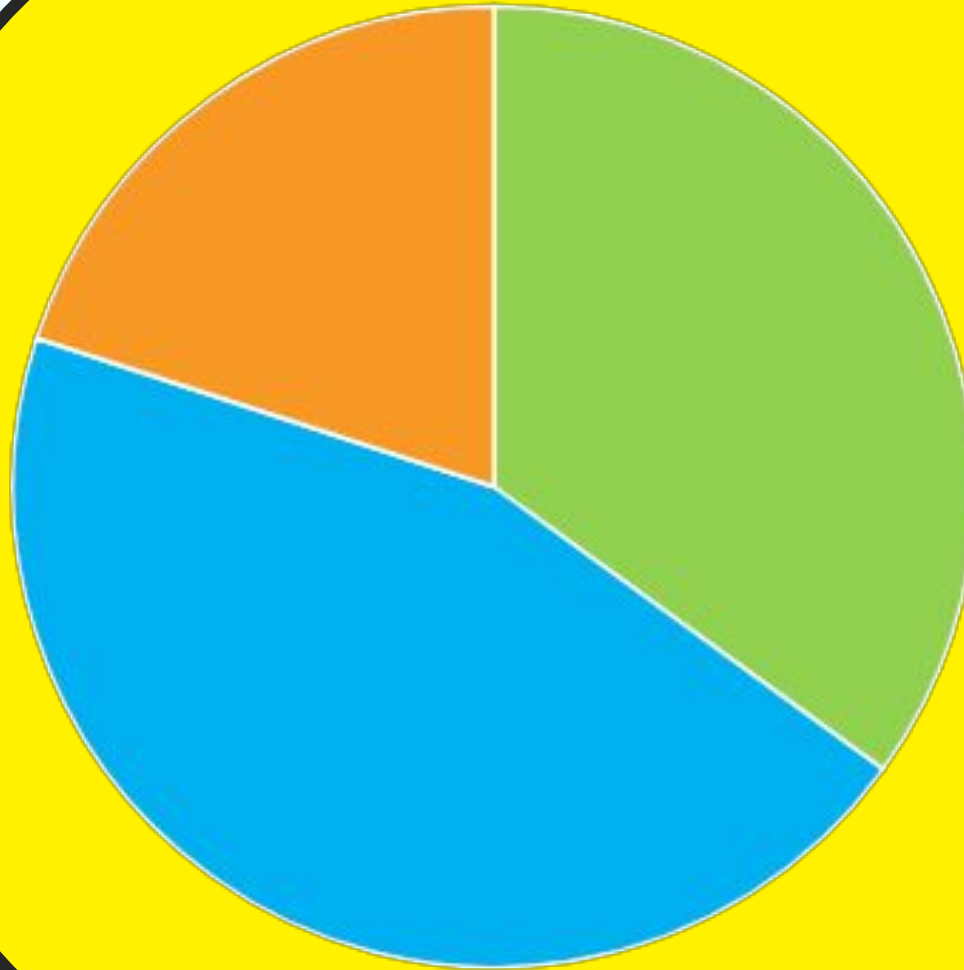
Классическая японская
Кухня в паре с милыми
животными способна
расположить человека
к тому, чтобы задержаться
в кафе и попробовать
больше позиций из меню.

Создание уникальной атмосферы, которая будет помогать людям отпустить
свои рутинные проблемы и расслабиться, насладившись атмосферой нашего
заведения.

Enter

title

Целевая аудитория



■ 7-18 лет ■ 18-30 лет ■ 30 лет и старше

Чем мы моложе, тем мы больше едим. Это неоспоримое правило, ведь чем моложе, тем больше двигаемся, мы более активны, совершаем больше действий к достижению наших целей, наиболее активно занимаемся спортом, воспитываем маленьких детей, которые требуют больше энергии и сил, чем взрослые дети, развлекаемся в клубах, больше выпиваем и многое другое. поэтому, наиболее интересная и активная аудитория для нашего кафе – москвичи от 7 до 30 лет, которые больше едят и больше платят. включение в целевую аудиторию детей и подростков объясняется тем, что животные привлекают детей и провоцируют их взаимодействовать с ними, в том числе и в общ. заведениях.

Параметры целевой аудитории

Социально-демографические: 18-30 лет

Географические: Жители Москвы и гости столицы

Психографические: люди, желающие провести свободное время в расслабленной обстановке

Психологические: еда и кошки должны дополнять друг друга, делая приём пищи приятнее

Анализ конкурентов

Название	Логотип	Ассортимент	Средний чек
Котики и люди		Сувениры, горячие напитки, настольные игры	580 рублей
Котиссимо		Кофе, сладости, развлекательные программы	700 рублей
Котеешная (Суб проект «Котики и люди»)		Чай, кофе, сладости и конфеты	610 рублей
Котофейня		Настольные игры, горячие напитки, сувениры	1200 рублей

Карта позиционирования





Колесо бренда

Атрибуты: японские блюда, приготовленные из Лучших продуктов.

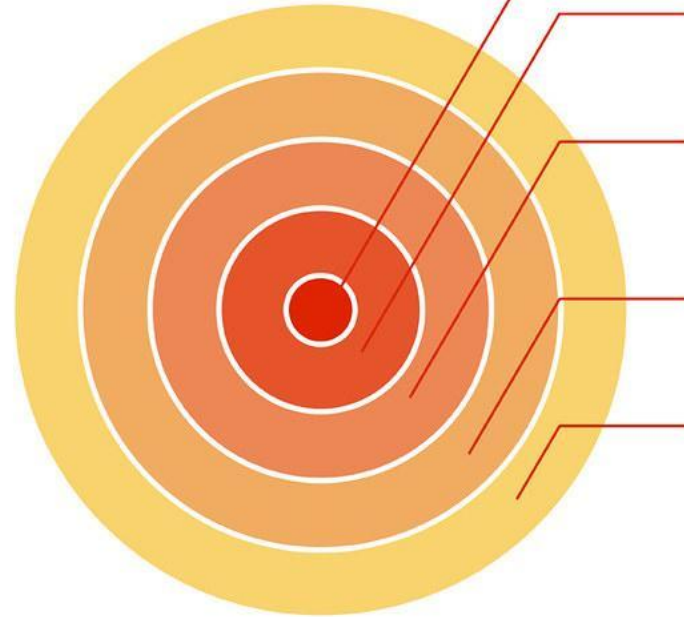
Преимущества: еду можно заказать прямо в кафе и не брать что-то с собой.

Ценности: любовь к критике, честность, доверие клиентов и качество услуг.

Индивидуальность: Личность, желающая попробовать шедевры кулинарии и побыть наедине с собой кошками.

Суть: вкусно есть в хорошей и уютной атмосфере.

Колесо бренда



Суть бренда

Вкусно есть в хорошей и уютной атмосфере

Личность

Личность, желающая попробовать шедевры кулинарии и побыть наедине с собой

Ценности

Любовь к критике, честность, доверие клиентов и качество услуг

Выгоды

Еду можно заказать прямо в кафе и не брать что-то с собой

Атрибуты

Японские блюда, приготовленные из лучших продуктов

SWOT- анализ

S

Strengths
Сильные стороны

W

Weaknesses
Слабые стороны

O

Opportunities
Возможности

T

Threats
Угрозы

Сильные стороны:

1. Наличие еды
2. Продукты высокого качества
3. Квалифицированные сотрудники
4. Демократичные цены

Слабости:

1. Кухня не является «Фьюжн»
2. Отсутствует доставка на дом

Возможности:

1. Разработка мобильного приложения
2. Организация системы доставки еды и животных на дом

Угрозы:

1. Рост цен на сырьё для кухни
2. Экономический кризис
3. Возможная пандемия
4. конкуренция

Анализ исследуемого бренда

Название: «Кошкин хвост»

Тип продукции: Еда, настольные игры

Ассортимент: Японская кухня, напитки, Коктейли, настольные игры

Средняя стоимость: 500 рублей за посещение и 700 рублей по еде

Расположение: г. Москва, ул. Малая броня, д. 26

Логотип и его вариации



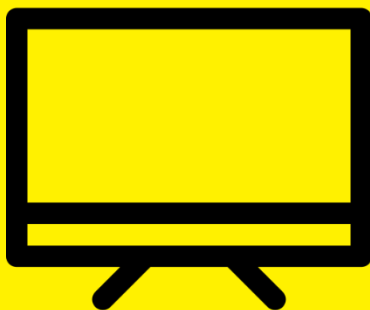
Пример продукции



Способы продвижения бренда



Реклама у известных видеоблогеров и в соц. сетях



Реклама по телевизионным каналам



Собственный сайт с описанием кафе и перечислением
Продукции и её цен

Расчёт точки безубыточности

Постоянные затраты:

Аренда помещения – 82000р

Содержание аппарата управления – 60000р

Интернет – 8000р

Реклама – 30000р

Прочее – 22000р

Сумма: 205000р

Переменные затраты:

Сырьё - 280000р в месяц

Оборудование - 70000р в месяц

Зарплата персоналу - 221000р в месяц

Производство продукции – 180р

себестоимость За 1 ед. продукции

Прочее - 50000р в месяц

Сумма: 621000р

Цена реализации: $180 + 120\%$ наценки = 396 рублей за единицу продукции

Вернат: $205000 / 396 - 180 = 949$ штук в месяц

Верден: 949 шт. в месяц = 375804 рублей в месяц

30 шт. в день = 11880 рублей в день

Увидимся в нашем котокафе!

