



# 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.



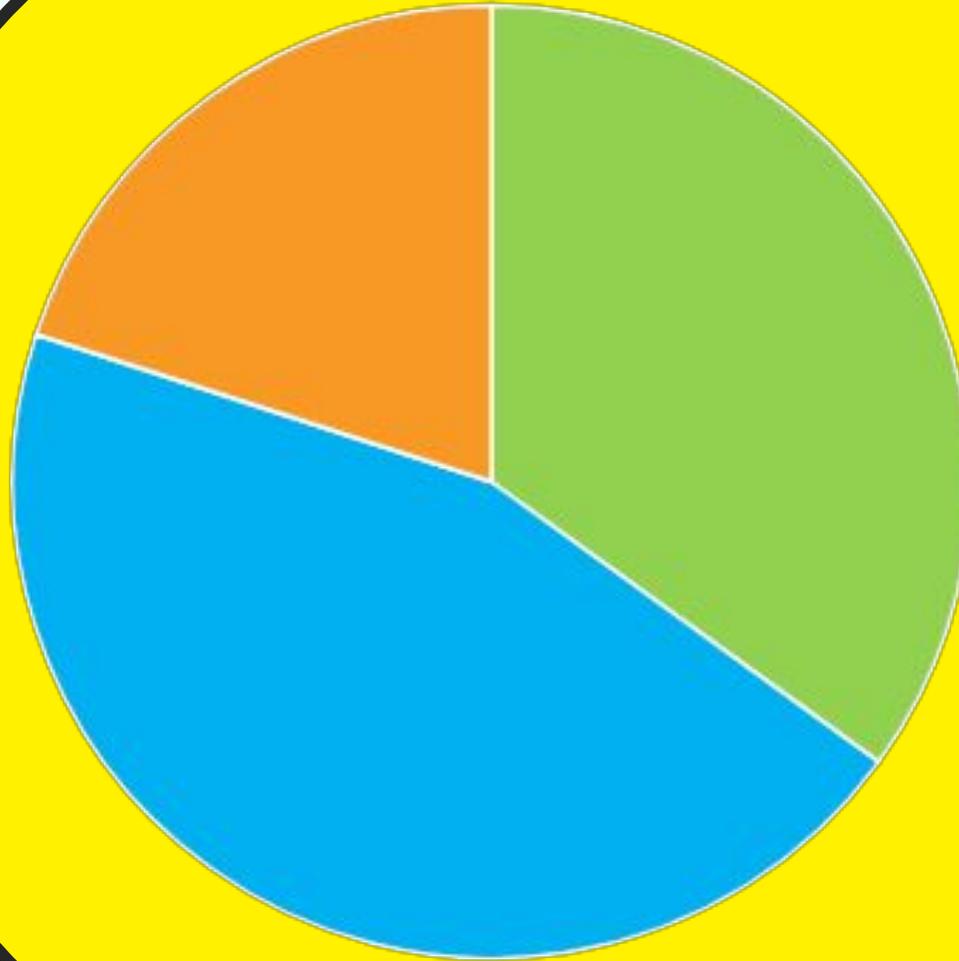
Классическая японская  
Кухня в паре с милыми  
животными способна  
расположить человека  
к тому, чтобы задержаться  
в кафе и попробовать  
больше позиций из меню.

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

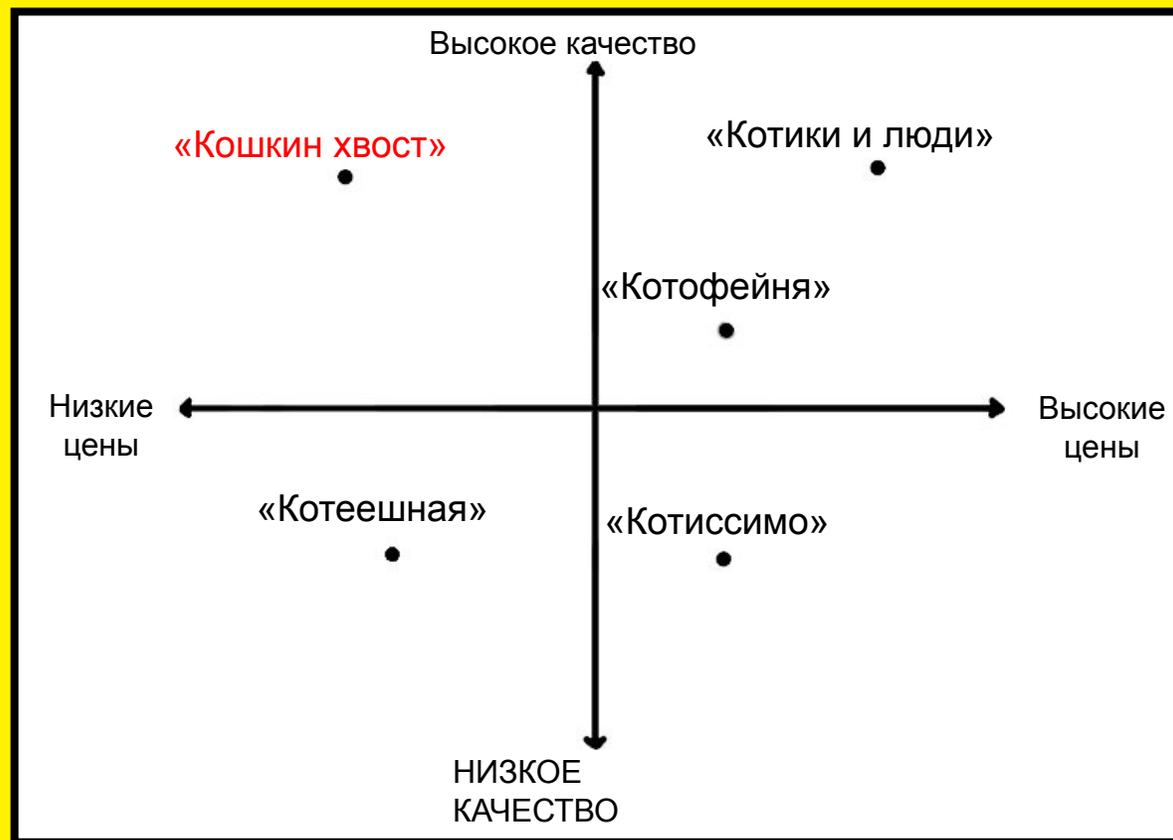
Психографические: люди, желающие провести свободное время в расслабленной обстановке

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.

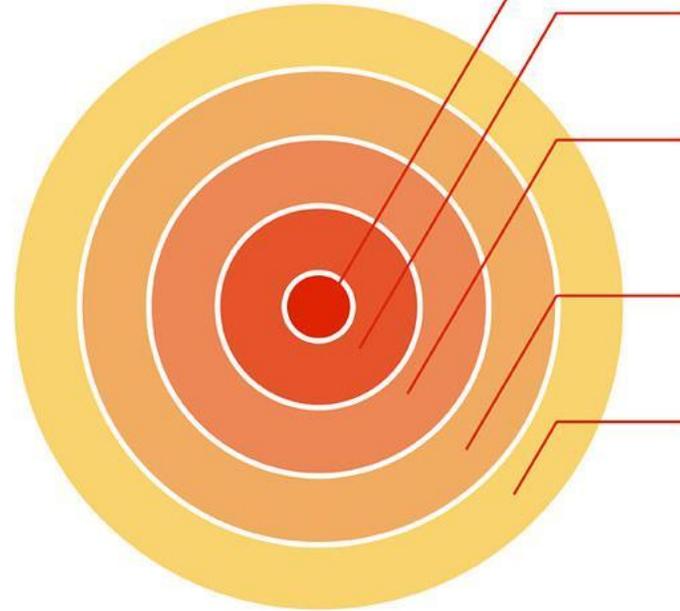
**Преимущества:** еду можно заказать прямо в кафе и не брать что-то с собой.

**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



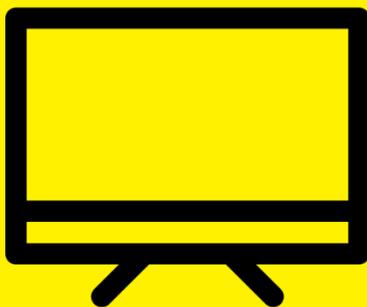
## Пример продукции



## 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!

