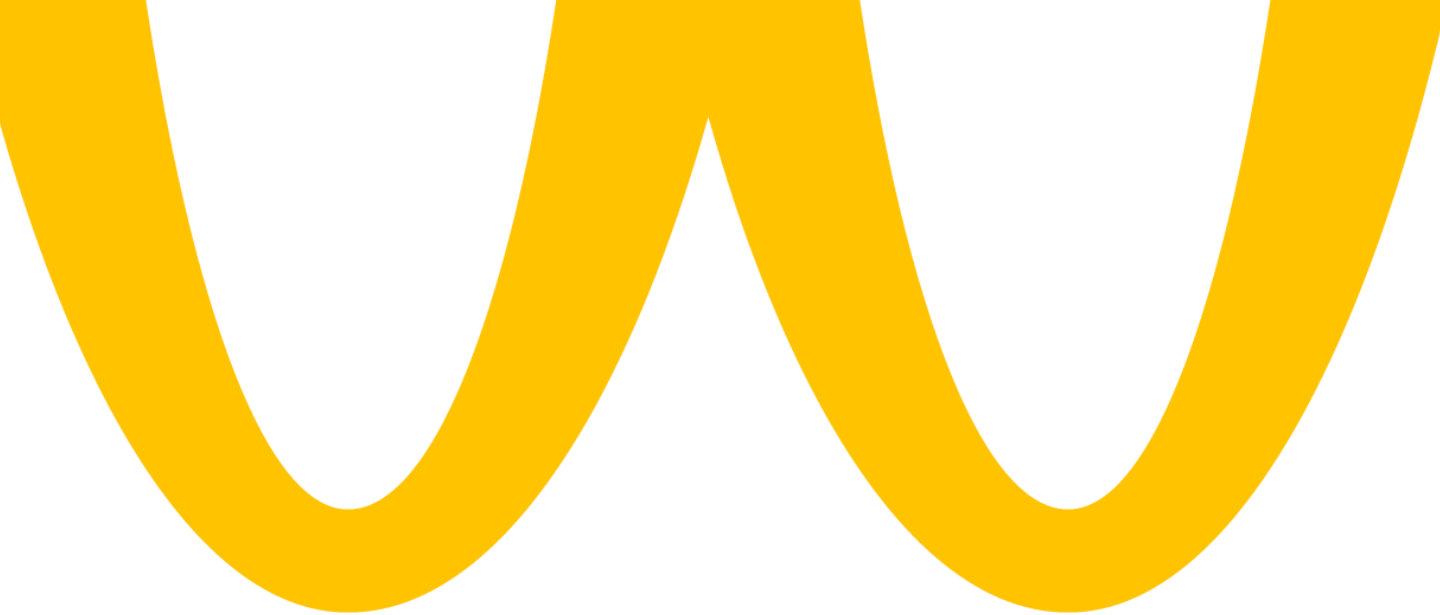




McDonald's

ВСЯ ПРАВДА В МАРКЕТИНГУ



McDonald's

ВІКТОРІЯ



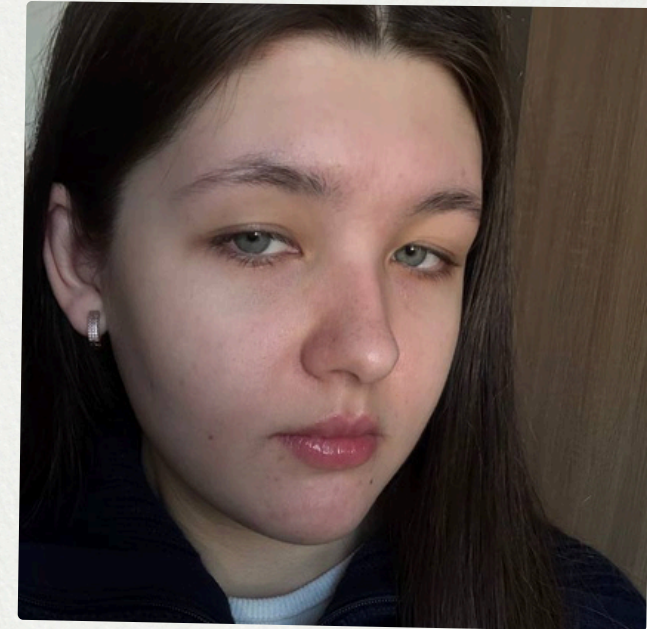
ТЕТЯНА

НАТАЛІ



ЛІАНА

ПОЛІНА



РЕПУТАЦІЯ ТА ЛОЯЛЬНІСТЬ

MCDONALD'S ЗАБЕЗПЕЧУЄ СТАБІЛЬНО ВИСОКУ ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ, ЩО
СТВОРЮЄ ДОВІРУ, ФОРМУЄ СИЛЬНУ РЕПУТАЦІЮ ТА ВИКЛИКАЄ
ЛОЯЛЬНІСТЬ У КЛІЄНТІВ ПО ВСЬОМУ СВІТУ. ЗНАКОВИЙ ЛОГОТИП ІЗ
ЖОВТИМИ "АРКАМИ" МИТТЕВО ВПІЗНАЄТЬСЯ НАВІТЬ ДІТЬМИ — ВІН
СТАВ НЕ ПРОСТО СИМВОЛОМ БРЕНДУ, А ЧАСТИНОЮ ПОПКУЛЬТУРИ.
КОЖЕН ВІЗИТ ДО MCDONALD'S — ЦЕ ЗНАЙОМИЙ СМАК,
ПЕРЕДБАЧУВАНИЙ СЕРВІС І ВІДЧУТТЯ, НІБИ ТИ ВДОМА, ДЕ Б ТИ НЕ БУВ.





★★★★★ тиждень тому
їжа в закладі | 500–600 ₴

Мак тримає марку і рівень
сервісу.
Молодці. Є чому повчитись.
Дають перший досвід молодими
працівникам.

Майже постійно ходимо з друзями пообідати.
Дуже смачно та приємний персонал,
подобається більше за KFC, бо їжа не гостра.
Є меню для дітей, з невеличким подарунком.
На жаль, постійно багато людей і майже
завжди ніде сісти. Якщо замовляти додому
доводиться довго чекати через ту саму
причину

Все було дуже смачно



★★★★★ Єфіменко Ілона
26 жовтня, 2023 год

📍 Відгук про МакДональдз за адресою Київ,
Кольцевая дорога, 14-а

все було дуже смачно, приємний персонал, швидка
подача, все дуже сподобалося, обов'язково
прийду сюди ще

DIFFERENCE

SPECIAL MENU BURGER



CHOCOLATE BURGER



SUCHI BURGER

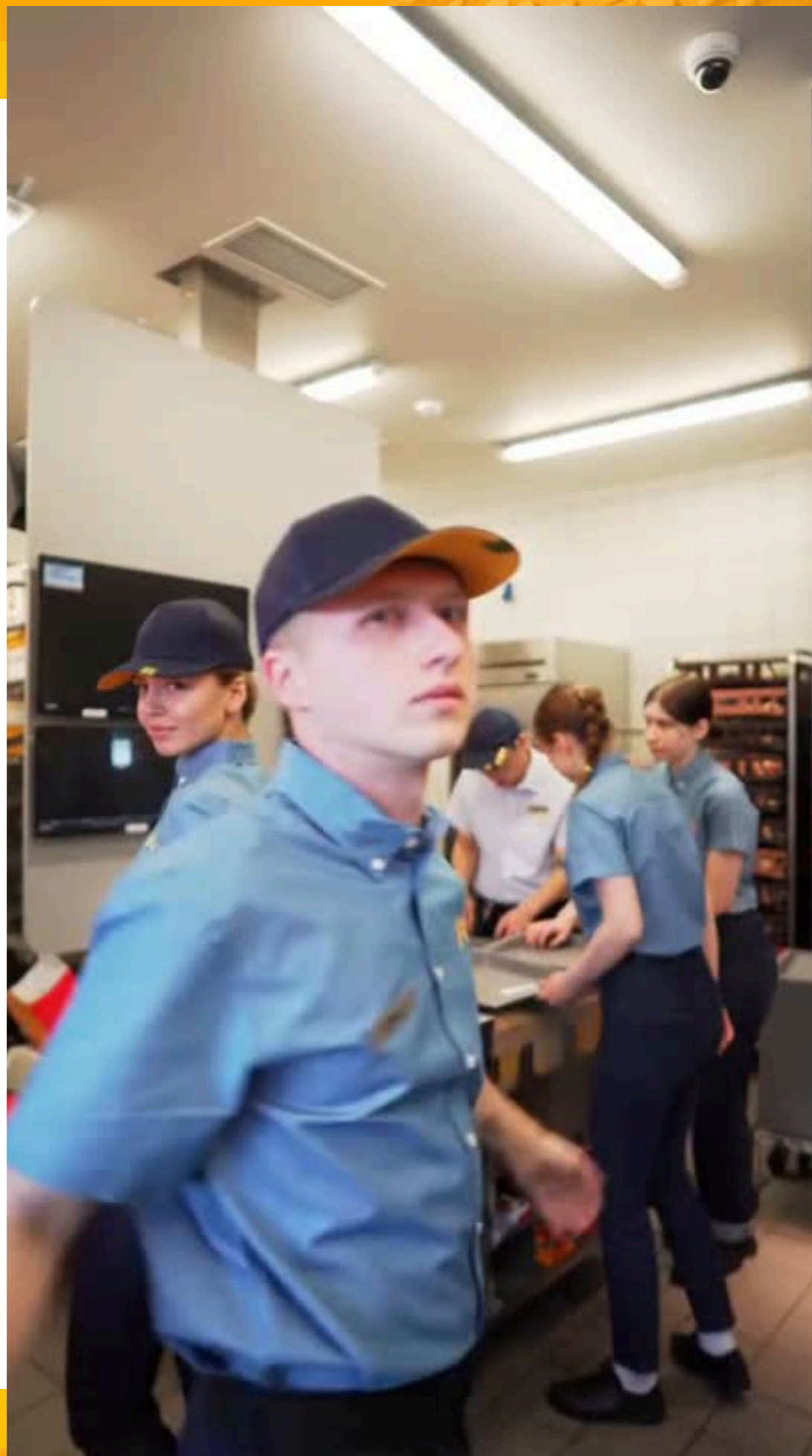


GREEN BURGER

ПОЗИТИВНІ АСОЦІАЦІЇ ТА РОЗВИТОК

MCDONALD'S АСОЦІЮЄТЬСЯ ЗІ СПОГАДАМИ З ДИТИНСТВА, СТАБІЛЬНІСТЮ ТА ВПІЗНАВАНІСТЮ. ШВИДКЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТА ЗРУЧНІСТЬ РОБЛЯТЬ БРЕНД КОМФОРТНИМ ДЛЯ ЩОДЕННОГО ВИБОРУ. КОМПАНІЯ АКТИВНО ВПРОВАДЖУЄ ТЕХНОЛОГІЇ — МОБІЛЬНІ ДОДАТКИ, ТЕРМІНАЛИ САМООБСЛУГОВУВАННЯ, ДОСТАВКУ. РОЗШИРЮЄТЬСЯ МЕНЮ, З'ЯВЛЯЮТЬСЯ ВЕГЕТАРІАНСЬКІ ТА СЕЗОННІ ОПЦІЇ. ТАКИМ ЧИНОМ БРЕНД ЗАЛИШАЄТЬСЯ СУЧАСНИМ ТА БЛИЗЬКИМ ДО ПОТРЕБ НОВИХ ПОКОЛІНЬ.





ЦА ТА ВПОДОБАННЯ

МCDONALD'S НАЦІЛЮЄТЬСЯ НА РІЗНІ ГРУПИ СПОЖИВАЧІВ:
МОЛОДЬ, СТУДЕНТІВ, СІМ'Ї З ДІТЬМИ ТА ОФІСНИХ ПРАЦІВНИКІВ.

ОСНОВНІ ЦІННОСТІ ЇХНЬОЇ АУДИТОРІЇ ВКЛЮЧАЮТЬ ШВИДКІСТЬ
ОБСЛУГОВУВАННЯ, ДОСТУПНІСТЬ ТА МОЖЛИВІСТЬ ПЕРЕКУСИТИ НА ХОДУ.

AI in MARKETING



tone voice

MC DONALD'S ВИКОРИСТОВУЄ МОЛОДІЖНИЙ І ВЕСЕЛИЙ СТИЛЬ СПІЛКУВАННЯ, ЩО ЧАСТО ВКЛЮЧАЄ ГУМОР ТА МЕМИ. ЦЕ ПІДХОДИТЬ ДЛЯ ЗАЛУЧЕННЯ АУДИТОРІЇ, ОСОБЛИВО НА ПЛАТФОРМАХ, ДЕ ДОМІНУЮТЬ МОЛОДІ КОРИСТУВАЧІ.





SOCIAL MEDIA



КОНТЕНТ

MC DONALD'S АКТИВНО КОМУНІКУЄ З АУДИТОРІЄЮ ЧЕРЕЗ СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ. КОНТЕНТ ВКЛЮЧАЄ ФОТО ТА ВІДЕО НОВИНОК МЕНЮ, БЕКСТЕЙДЖІ, ІНТЕРАКТИВИ ТА ВІКТОРИНИ. БРЕНД ШВИДКО РЕАГУЄ НА ТРЕНДИ ТА АДАПТУЄ ЇХ ДО СВОГО СТИЛЮ. ОСОБЛИВУ УВАГУ ПРИДІЛЯЮТЬ СПІВПРАЦІ З ІНФЛЮЕНСЕРАМИ, ЩОБ ЗАЛУЧИТИ МОЛОДІЖНУ АУДИТОРІЮ. ЦЕ РОБИТЬ КОМУНІКАЦІЮ ЖИВОЮ, СУЧАСНОЮ ТА ЕМОЦІЙНО БЛИЗЬКОЮ ДО ПІДПИСНИКІВ.



ECOLOGY

MCDONALD'S ЗМЕНШУЄ ВИКОРИСТАННЯ ПЛАСТИКУ ТА ПЕРЕХОДИТЬ НА ЕКОЛОГІЧНУ УПАКОВКУ. НОВІ РЕСТОРАНИ ПРАЦЮЮТЬ НА ЕНЕРГІЇ З ВІДНОВЛЮВАНИХ ДЖЕРЕЛ. КОМПАНІЯ РЕАЛІЗУЄ СОЦІАЛЬНІ ПРОЄКТИ, ЗОКРЕМА "ДІМ РОНАЛЬДА МАКДОНАЛЬДА" ДЛЯ ПІДТРИМКИ РОДИН. ТАКОЖ ПІДТРИМУЮТЬСЯ МІСЦЕВІ ГРОМАДИ ТА ПРОГРАМИ РОЗВИТКУ МОЛОДІ. УСЕ ЦЕ ФОРМУЄ ОБРАЗ БРЕНДУ ЯК ВІДПОВІДАЛЬНОГО ТА ТУРБОТЛИВОГО БІЗНЕСУ.



КОЛОБОРАЦІЇ



MCDONALD'S І CROCS ОБ'ЄДНАЛИСЯ В ЯСКРАВУ КОЛАБОРАЦІЮ НАПРИКІНЦІ 2023 РОКУ, ВИПУСТИВШИ ЛІМІТОВАНУ КОЛЕКЦІЮ ВЗУТТЯ.

MCDONALD'S І MINECRAFT ОБ'ЄДНАЛИСЯ У КРЕАТИВНІЙ КОЛАБОРАЦІЇ, ЗАПУСТИВШИ ІНТЕРАКТИВНІ АКТИВАЦІЇ У СТИЛІ ГРИ.



MCDONALD'S І SUPER MARIO ОБ'ЄДНАЛИСЯ ДЛЯ ПРОМОКАМПАНІЇ HAPPY MEAL. У МЕЖАХ ЦІЄЇ КОЛАБОРАЦІЇ МЕРЕЖА ПРОПОНУВАЛА ІГРАШКИ З ПЕРСОНАЖАМИ ІЗ ВСЕСВІТУ MARIO.

Glovo?

ПАРТНЕРИ

Coca-Cola

1955 ПОКУ



2017 ПОКУ

FIFA

1994 ПОКУ



Strengths

1. ГЛОБАЛЬНА ВПІЗНАВАНІСТЬ БРЕНДУ. MCDONALD'S — ОДНА ІЗ НАЙВІДОМІШИХ МЕРЕЖ КЛАСИЧНИХ ЗАКЛАДІВ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ У СВІТІ, З ВИСОКИМ РІВНЕМ ДОВІРИ СЕРЕД КЛІЄНТІВ.
2. ГЛОБАЛЬНА МЕРЕЖА ВКЛЮЧАЄ БІЛЬШЕ 38 000 РЕСТОРАНІВ У ПОНАД 100 КРАЇНАХ, ЩО ЗАБЕЗПЕЧУЄ МАСОВЕ ОХОПЛЕННЯ РИНКУ.
3. СИСТЕМА ФРАНЧАЙЗИНГУ. ПРИБЛИЗНО 90% РЕСТОРАНІВ MCDONALD'S ПРАЦЮЮТЬ ЗА ФРАНШИЗОЮ, ЩО ДОЗВОЛЯЄ ЗМЕНШУВАТИ ВИТРАТИ ТА МАСШТАБУВАТИ БІЗНЕС.
4. СТАБІЛЬНІ ФІНАНСОВІ ПОКАЗНИКИ. КОМПАНІЯ МАЄ СИЛЬНУ ФІНАНСОВУ БАЗУ, ЩО ДОЗВОЛЯЄ ІНВЕСТУВАТИ В РОЗВИТОК.

Mcdo

Threats

1. ЗРОСТАННЯ КОНКУРЕНЦІЇ З БОКУ ІНШИХ ГЛОБАЛЬНИХ МЕРЕЖ (KFC, BURGER KING, SUBWAY) І МІСЦЕВИХ ЗАКЛАДІВ.
2. ЗМІНА СМАКІВ СПОЖИВАЧІВ, ТАК ЯК БІЛЬШЕ ЛЮДЕЙ ПЕРЕХОДИТЬ НА ВЕГАНСТВО, ВЕГЕТАРІАНСТВО, АБО ЗДОРОВЕ ХАРЧУВАННЯ.

S
W
O
T
A
N
A
L
I
S

Weaknesses

1. СПРИЙНЯТТЯ ПРОДУКТІВ ЯК "НЕЗДОРОВОЇ ЇЖИ". MCDONALD'S ЧАСТО АСОЦІЮЄТЬСЯ З ФАСТФУДОМ НИЗЬКОЇ ЯКОСТІ, ЩО НЕГАТИВНО ВПЛИВАЄ НА ІМІДЖ СЕРЕД СВІДОМИХ СПОЖИВАЧІВ.
2. ПРОБЛЕМИ З РЕПУТАЦІЄЮ: КОМПАНІЯ ІНОДІ СТИКАЄТЬСЯ З НЕГАТИВНОЮ ПУБЛІЧНІСТЮ, ПОВ'ЯЗАНОЮ З ПИТАННЯМИ ПРАЦІ, ХАРЧУВАННЯ, ЕКОЛОГІЇ.
3. ЕКОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ ПОВ'ЯЗАНІ З ВИКОРИСТАННЯМ ПЛАСТИКУ І ГРІНВОШИНГ КАМПАНІЯМИ.

ald's

Opportunities

1. ЗРОСТАННЯ ПОПИТУ НА ЗДОРОВУ ЇЖУ. РОЗШИРЕННЯ МЕНЮ ЗА РАХУНОК ЗДОРОВИХ ОПЦІЙ, ТАКИХ ЯК: САЛАТИ, ОВОЧЕВІ БУРГЕРІ, АЛЬТЕРНАТИВНІ БІЛКИ.
2. ПАРТНЕРСТВО З ІНШИМИ БРЕНДАМИ. НАПРИКЛАД, СПІЛЬНІ МАРКЕТИНГОВІ КАМПАНІЇ З ПОПУЛЯРНИМИ МЕДІА АБО ТЕХНОЛОГІЧНИМИ КОМПАНІЯМИ.
3. АКТИВНЕ ВХОДЖЕННЯ В НОВІ КРАЇНИ АБО РЕГІОНИ, ОСОБЛИВО В АЗІЇ ТА АФРИЦІ.