



Международно Висше Бизнес Училище
International Business School

КУРСОВА РАБОТА
ПО
МАРКЕТИНГОВО ПЛАНИРАНЕ И УПРАВЛЕНИЕ НА ВРЪЗКИТЕ С
КЛИЕНТИТЕ

Изготвил:

Проверил:

Ботевград, 2017

1. На основата на сравнителен анализ посочете кои са предимствата на налагащия се в САЩ и в други развити и развиващи се страни нов бизнес модел в ресторантьорството Fast Casual? Какъв е профилът на клиентите на веригите за бързо хранене Fast Casual ?

Концепцията на Fast Casual, въз основа на която този модел превъзхожда Fast Food има следните особености:

- По-високи цени, \$ 7- \$ 15 за хранене.
- По-висококачествен храна.
- По-здравословна храна, поне така се възприема.
- Използване на свежи продукти.
- По-приятна и разчупена атмосфера и декори.
- Не се предлагат пластмасови прибори и чинии в някои от обектите за хранене
- Възможно е клиент да си поръча алкохол.

Концепцията на Fast Casual е успешна, защото нейната идея е да накара клиентите да преживеят своето присъствие, а не просто място да получават бързо обслужване и бърза храна.

Разбира се, Fast Casual обектите за хранене са дериватни на ресторантите за бързо хранене и на вечерните ресторанти. Те разполагат с минимално количество маси, както и е и минимизирано менюто .

В обобщение, моделът Fast Casual е ориентиран към бързо хранене от ново поколение. Храната е по-свежа, по-здравословна. Съставките са висококачествени и има свобода на индивидуализиране на поръчките. Средната цена е между \$ 7 и \$ 15, в сравнение с \$ 5 в Fast Food.

Също така този нов бизнес модел има свой сегмент по-младите хора. Те имат по-висока склонност да използват тази храна по-малко склонни в сравнение със своите, която техните родители разглеждат като нездравословна.

Ola Taste of Med е по-особен Fast Casual ресторант. В действителност то не разполага със свои маса, защото е разположено в моловете. Но считам, че то е такава, защото предлага свежа храна, индивидуализирано обслужване и менюто е ограничено - 2 основни продукта (салати и ястия от месо).

Области за анализ и оценка	Fast Food - Аладин Фуудс	Fast Casual – Ola Taste of Med
<p>Кратко представяне на компанията:</p> <ul style="list-style-type: none"> • История на развитието на компанията и бранда • Организационни параметри • Мисия (кредо) 	<p>Аладин Фуудс предлага различни хамбургери и дюнери. Това е семеен бизнес.</p>	<p>Компанията присъства на пазара от 8 години. Ориентирана е към предлагане на средиземноморска храна. Има обекти в София, Варна и Бургас.</p> <p>Основната мисия на компанията е въвеждане на съвременни принципи за пълноценно хранене и здравословен начин на живот в българското общество, посредством Средиземноморската диета (Facebook страница)¹</p>
<p>Пазарен дял / продажби</p> <ul style="list-style-type: none"> • Текущ (% / млн.лв) • Нарастване за последните 5 години (%) 	<p>Не може да се определи</p>	<p>Не може да се определи</p>
<p>Целеви пазар</p> <ul style="list-style-type: none"> • Основен (кратка характеристика) • Второстепенни (кратка характеристика) 	<p>Ученици, студенти, хора, които имат ниски доходи и хора, които водят забързан начин на живот, които няма време за ресторантска храна.</p>	<p>Таргет потребителите са хора, които работят или се разхождат в мола (25-35 годишни). Това са хора със средни доходи и такива, които обичат Средиземноморска кухня.</p>
<p>Маркетингови цели</p>	<p>Няма информация</p>	<p>Маркетинговата стратегия е насочена към поколението Y и милениумите.</p>
<p>Позициониране</p>	<p>Това е бърза хранене с всички характерни за дюнера съставки, които са заготовки, не</p>	<p>Компанията се фокусира върху органичните</p>

¹ <https://www.facebook.com/OLA.Taste.of.MED/about/>