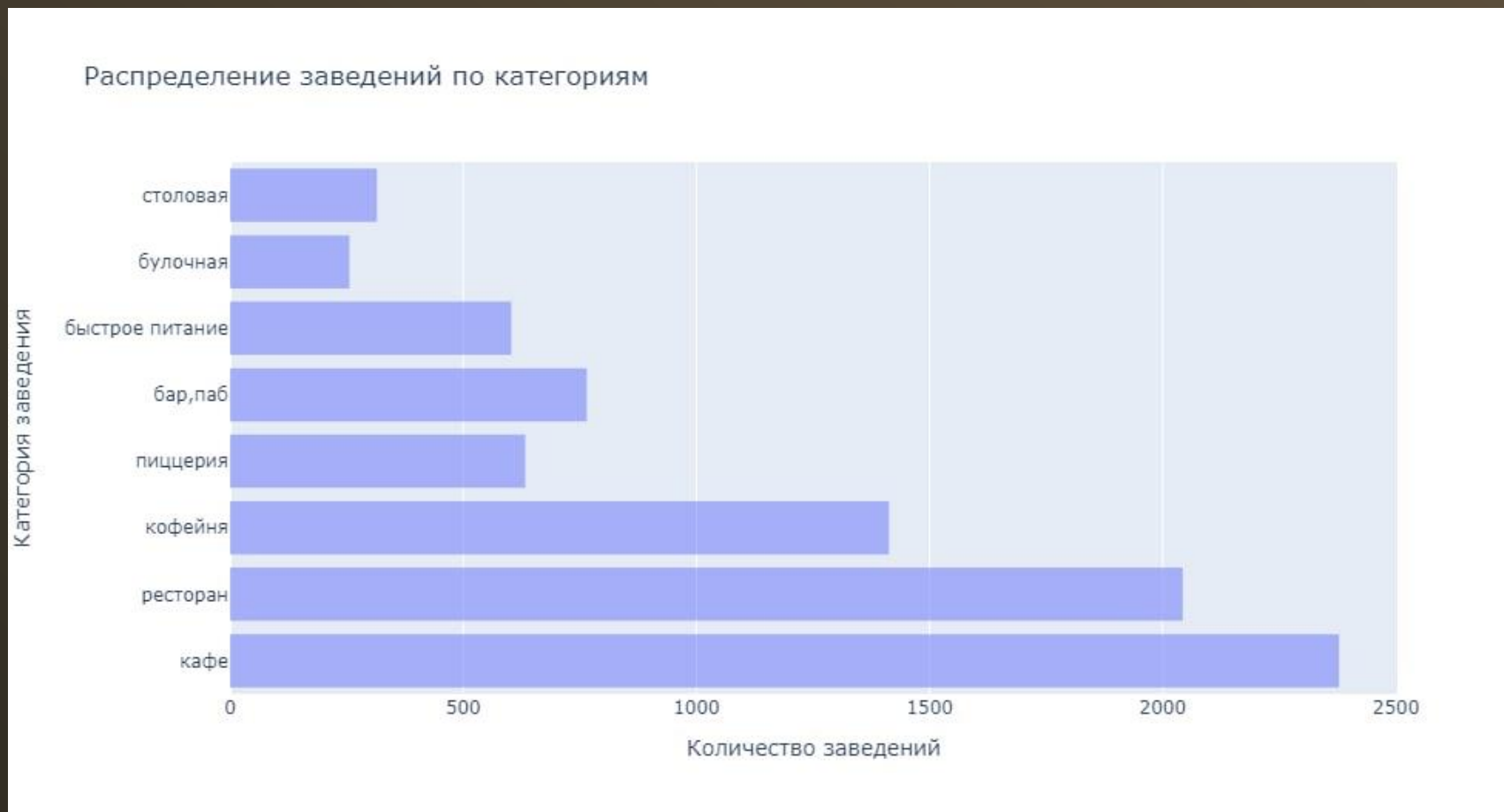


The background of the entire image is a close-up, high-resolution photograph of dark brown, roasted coffee beans. The beans are scattered across the frame, with some in sharp focus in the foreground and others blurred in the background, creating a sense of depth. The lighting is soft, highlighting the texture and curves of the beans.

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ЗАВЕДЕНИЙ Г. МОСКВЫ

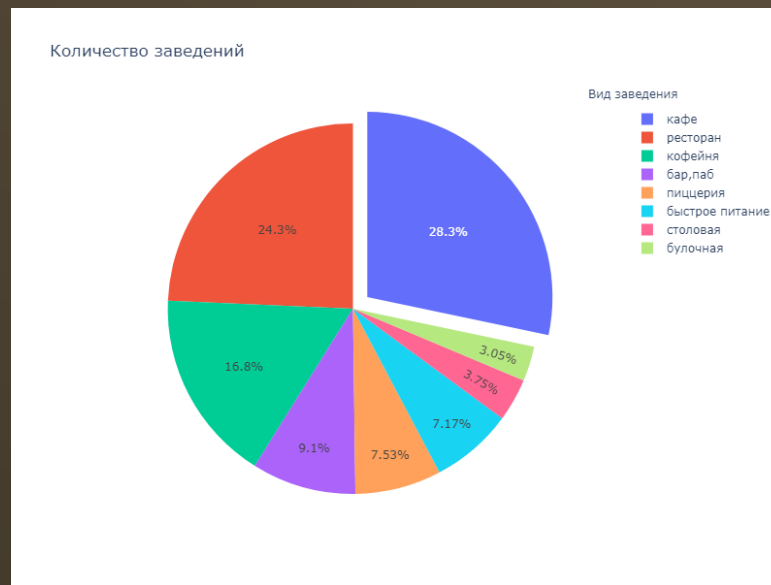
Детализировано
для кофейни

РЫНОК ПРЕДСТАВЛЕН ВОСЕМЬЮ КАТЕГОРИЯМИ ЗАВЕДЕНИЙ



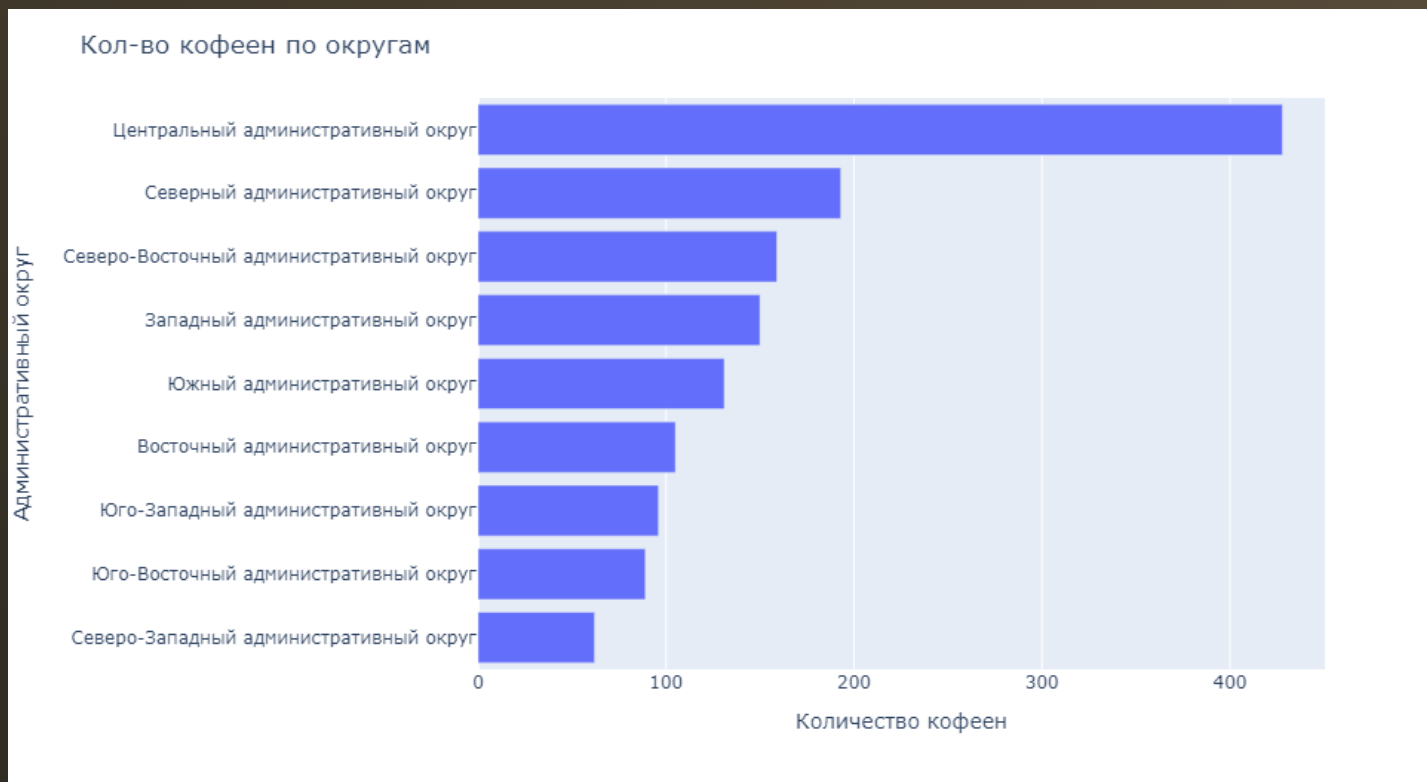
ТОП-3 ЗАВЕДЕНИЙ ПО РАСПРОСТРАНЕННОСТИ:

1. КАФЕ (2378 шт.)
2. РЕСТОРАН (2043 шт.)
3. КОФЕЙНЯ (1413 шт.)



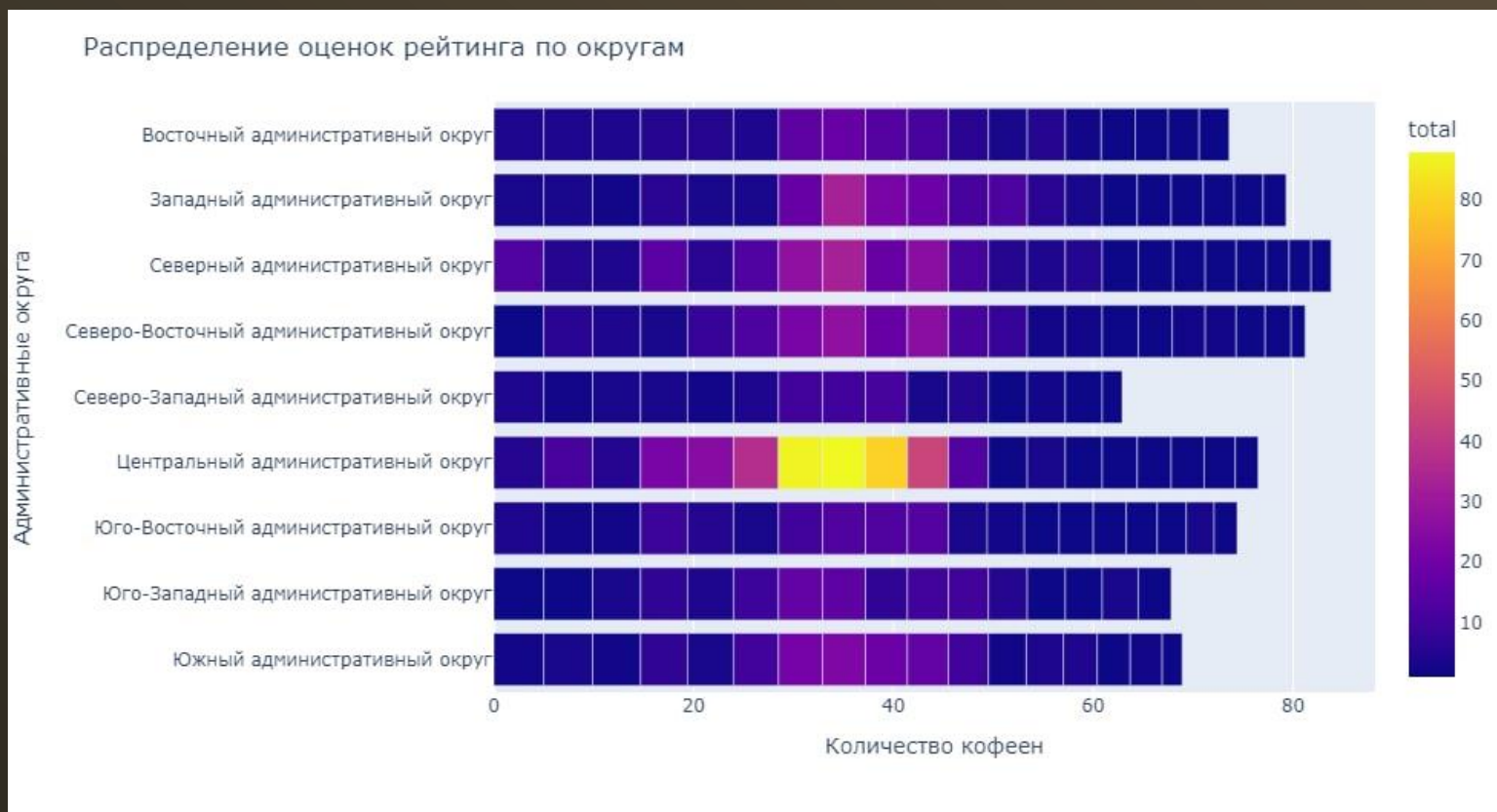
Как видно из визуализаций кофейня входит в ТОП-3 заведений общественного питания и занимает третью строку рейтинга, что говорит о распространенности и востребованности кофеен на территории Москвы. Идея открывать кофейню- разумная, но сопряжена и с рисками. Основной из них высокая конкуренция.

КОЛИЧЕСТВО КОФЕЕН ПО ОКРУГАМ:



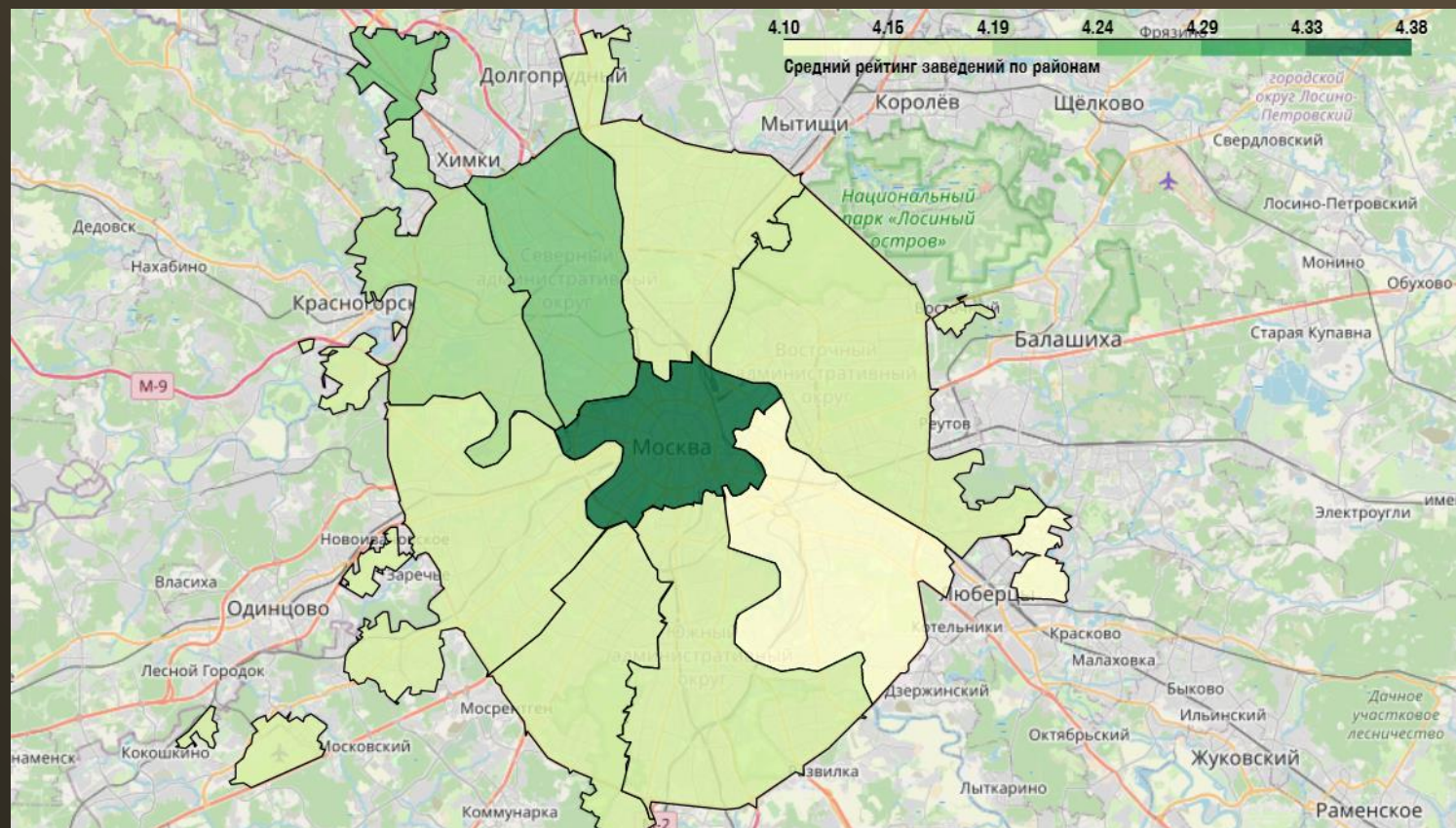
По плотности расположения кофеен лидирует ЦАО. Открывать заведение там- большой риск конкуренции. В Северо-западном округе, напротив наименьшее кол-во кофеен, но риск открывать заведение там так же велик. Может не быть посещаемости и востребованности такого заведения. Предлагаю рассмотреть ЗАО, так как на его территории расположены модные районы и знаковые места города, а так же относительно невысокое количество кофеен.

СРЕДНИЙ РЕЙТИНГ ЗАВЕДЕНИЙ ПО ОКРУГАМ:



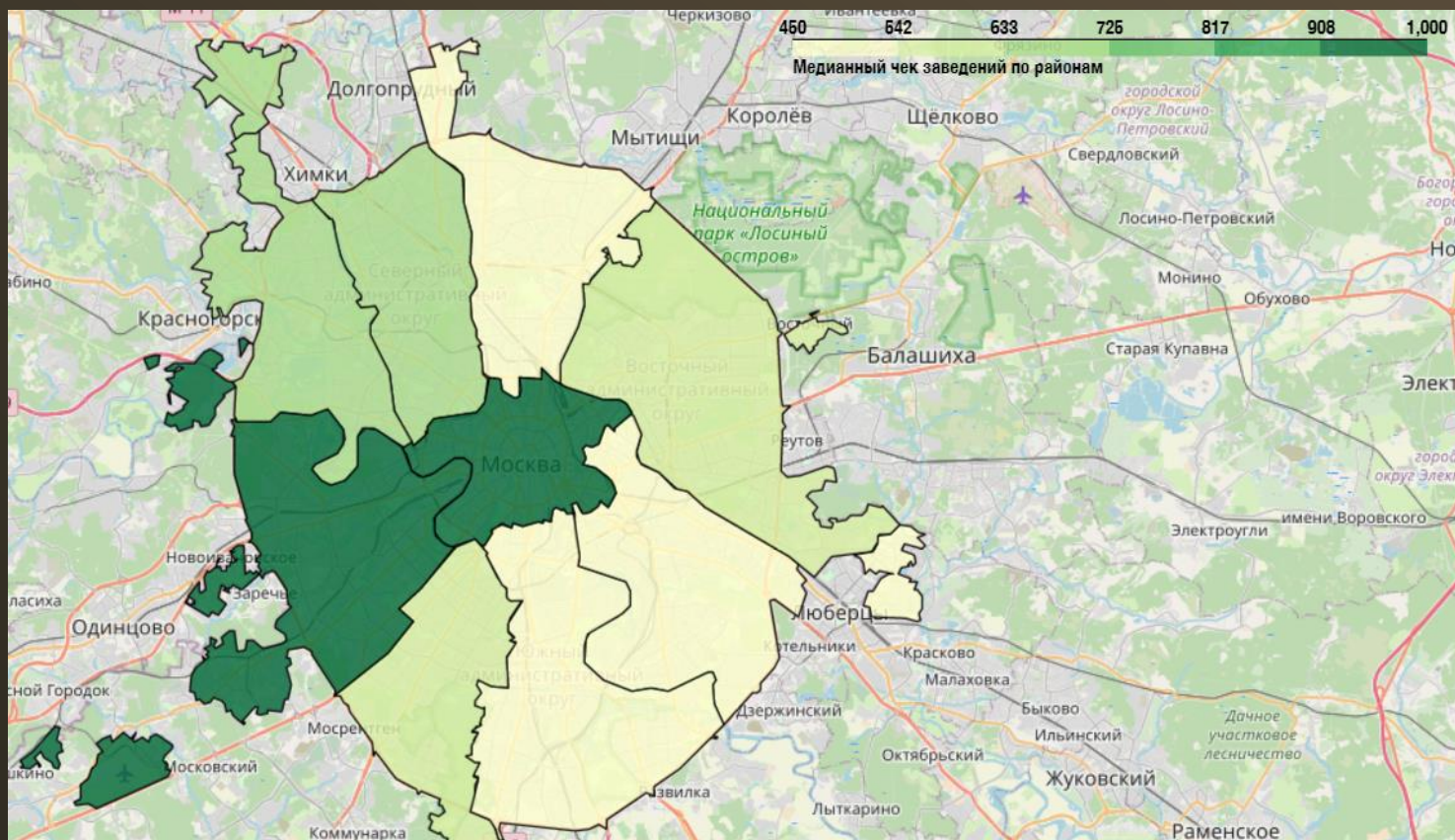
Стоит отметить, что самой яркой (чаще всего встречающееся значение) клеткой во всех районах является оценка 4.3, совпадающая с медианной оценкой по городу. Видим тенденцию по всем районам-кофейни чаще всего имеют рейтинг в диапазоне от 4 до 4.5. Могу сделать вывод, что большинство клиентов удовлетворены обслуживанием в кофейнях. Если выйти из этого диапазона в сторону повышения рейтинга, то это может стать еще одним конкурентным преимуществом.

СРЕДНИЙ РЕЙТИНГ ЗАВЕДЕНИЙ ПО ОКРУГАМ:



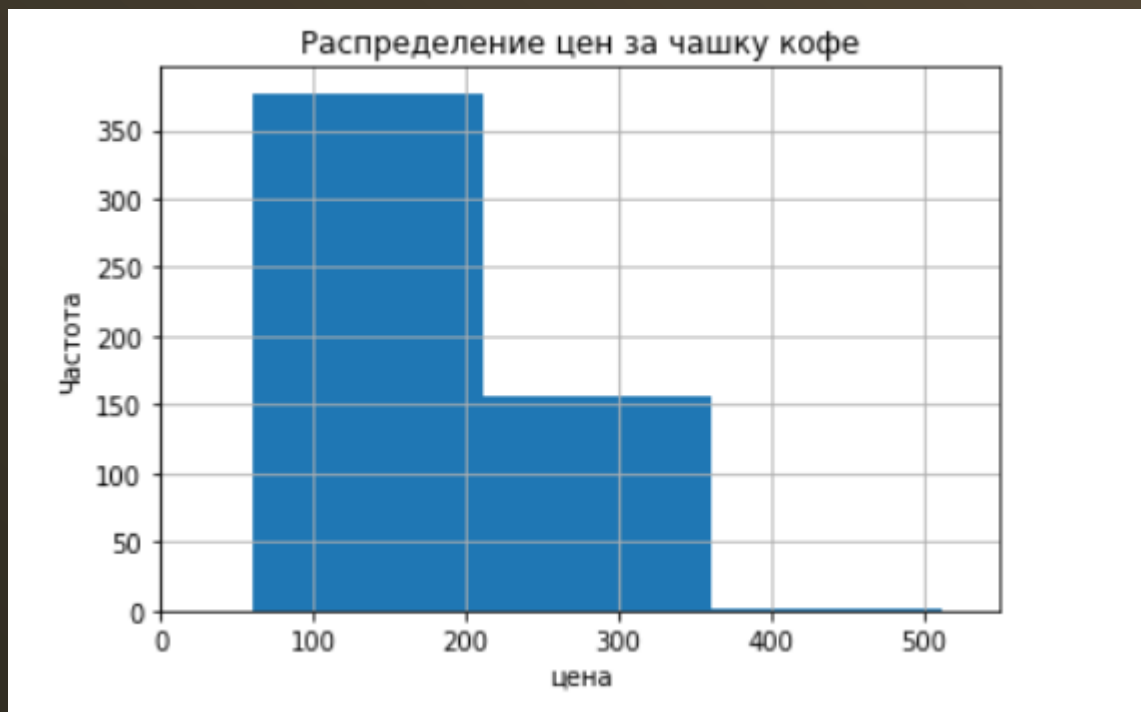
Преодолеть средний рейтинг в ЗАО будет проще, чем в ЦАО и северных округах.
С этой точки зрения предлагаю выбрать ЗАО.

МЕДИАННЫЙ ЧЕК ЗАВЕДЕНИЙ ПО ОКРУГАМ:



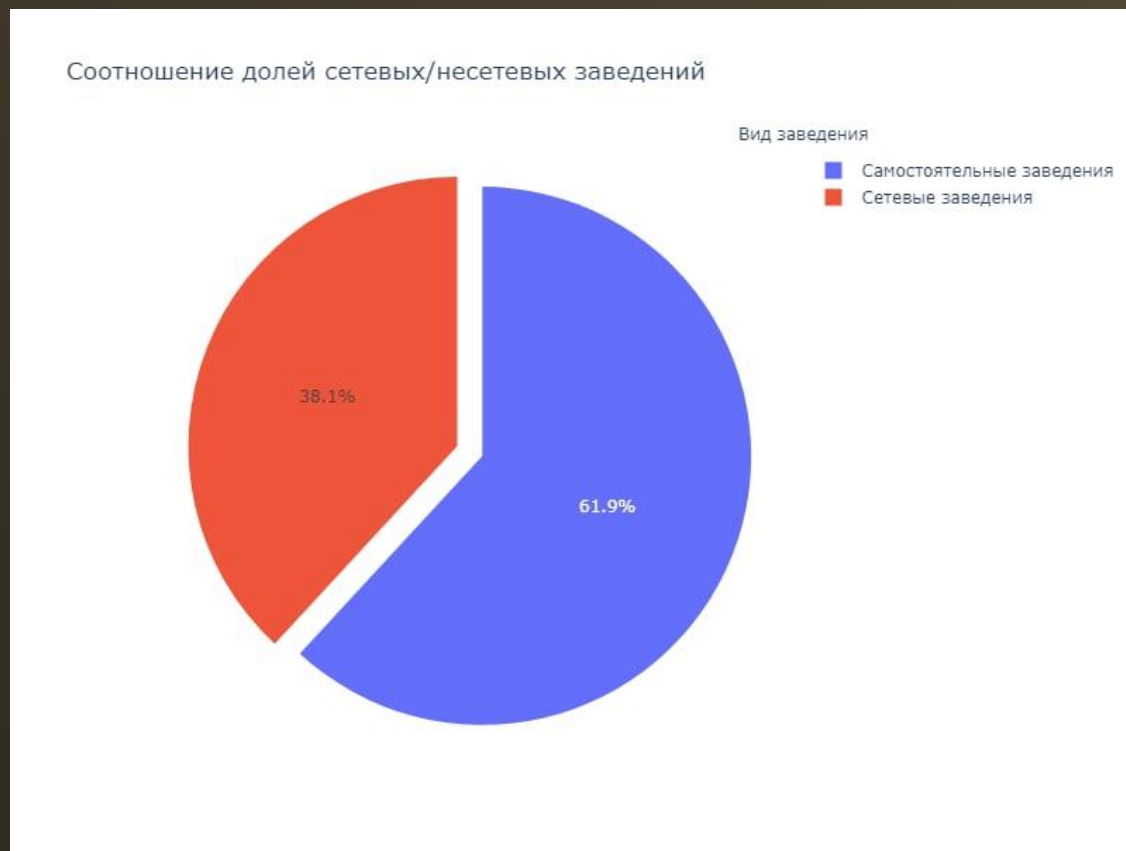
К выше перечисленным преимуществам ЗАО можно отнести высокий медианный чек. При входе на рынок через стратегию проникновения ценник на чашку кофе следует сделать ниже чем у конкурентов, это повысит трафик посетителей и как следствие узнаваемость заведения. В данной ситуации высокий чек по району послужит своего рода контрастом и буфером для последующего роста цены по окончанию этапа открытия.

ПРЕДПОЛАГАЕМАЯ ЦЕНА ЗА ЧАШКУ КОФЕ ПРИ ОТКРЫТИИ:



Исследование показало, что средняя чашка кофе в Москве стоит 175 р. Этот ценник привычен для большинства покупателей. Однако такой ценник в более «дорогом» ЗАО будет восприниматься как сниженный, что позволит использовать его как начальную цену при входе на рынок, используя стратегию проникновения.

СООТНОШЕНИЕ СЕТЕВЫХ И НЕСЕТЕВЫХ ЗАВЕДЕНИЙ:



Исходя из задания, я рассматривал идею открытия одной кофейни, как самостоятельного не сетевого заведения. Считаю, что идея кофейни с привязкой к сериалу весьма оригинальна и при должной реализации и нужных рекламных мероприятиях будет иметь успех и высокую посещаемость. Поэтому в маркетинговом плане развития предприятия, я считаю, должен быть заложен этап открытия филиалов. Для филиалов, в случае успеха первой кофейни, предложу локацией ЦАО, со стратегией выхода на рынок "снятие сливок" с высокой ценой за чашку кофе, так как в ЦАО, исходя из данных хороплета, самый высокий средний чек, следовательно клиент более лоялен к высокому ценнику.

ЗАЛОГ УСПЕХА



СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!

