

Бизнес-студия неделя 2

Команда №5

В чем состоит задача команды?

Исследование потребностей и болей клиентов

01

Понимание потребностей клиента

Понимание того, что именно ищут клиенты, помогает компании предложить продукты и услуги, которые лучше соответствуют их ожиданиям.

02

Идентификация болей клиентов

Боли клиентов – проблемы или неудобства, с которыми они сталкиваются при использовании продуктов или услуг компании. Идентификация позволяет разработать решения проблем и удовлетворить клиентов.

03

Сегментация клиентов

Исследование потребностей и болей помогает сегментировать клиентов на схожие группы, а также позволяет разрабатывать маркетинговые кампании, направленные на конкретную группу.

04

Улучшение клиентской поддержки

Понимание потребностей и болей клиентов помогает улучшить качество клиентской поддержки

Позитивные выводы по итогам анализа



Меню

Широкий выбор блюд и стабильное качество

Приложение

Возможность заказа через приложение делает процесс удобным, дает возможность планировать визиты и накапливать балы.

Залы

Комфортная обстановка и наличие детской комнаты делают заведение подходящим для семейных визитов

Доверие к бренду

71.7% опрошенных предпочитают пиццу “Додо Пиццы”

Обслуживание

Средняя оценка обслуживания клиентов 4.33/5

Негативные выводы и области развития



Долгое время ожидание

Некоторым клиентам приходится несколько десятков минут ждать небольшой заказ

Отсутствие интерактивных касс

Не всем клиентам хочется общаться с кассирами или пользоваться приложениями. Нужна альтернатива

Расширение ассортимента

Респонденты отмечали желание видеть комплексные обеды, супы и возможность выбора бортиков

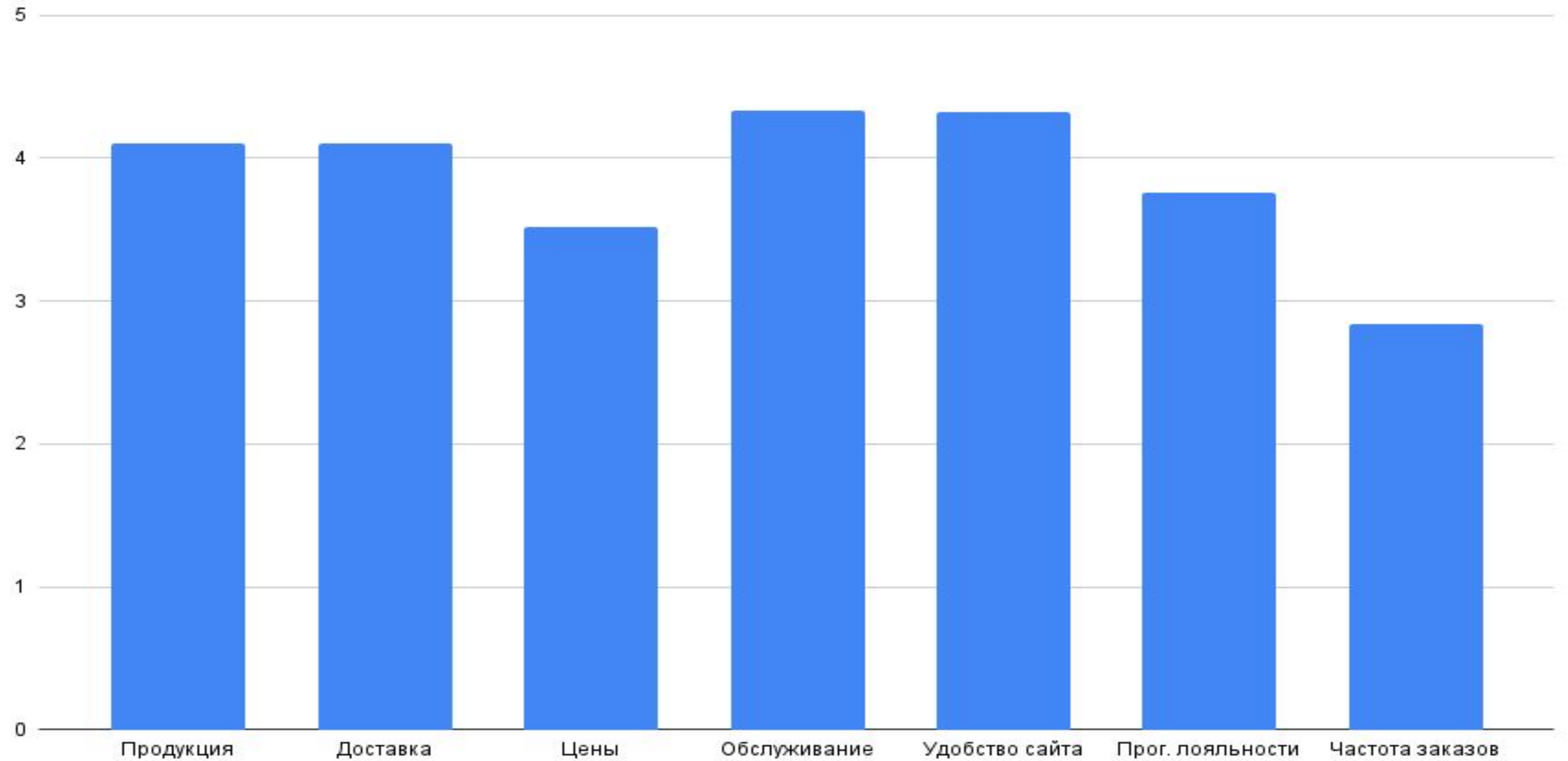
Цены на продукцию

Многие респонденты не удовлетворены ценами. Считают их завышенными

Программа лояльности

Не всем респондентам нравится программа лояльности в приложении Додо

Средняя оценка за показатели





NPS = 1.6 %



80% опрошенных
имеют доход <50
тыс.



44% опрошенных
тратят больше 10%
своих доходов на
стритфуд



Перевес в
распределении
полов среди
опрашиваемых
отсутствует

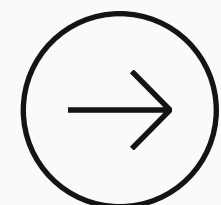


40% опрашиваемых
посещают
заведения
стритфуда раз в
неделю или чаще

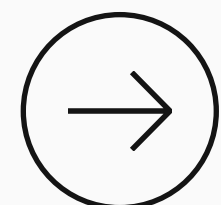


22% опрашиваемых
препочитают пиццу
среди всех видов
стритфуда

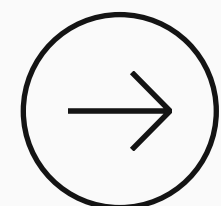
Следующие шаги



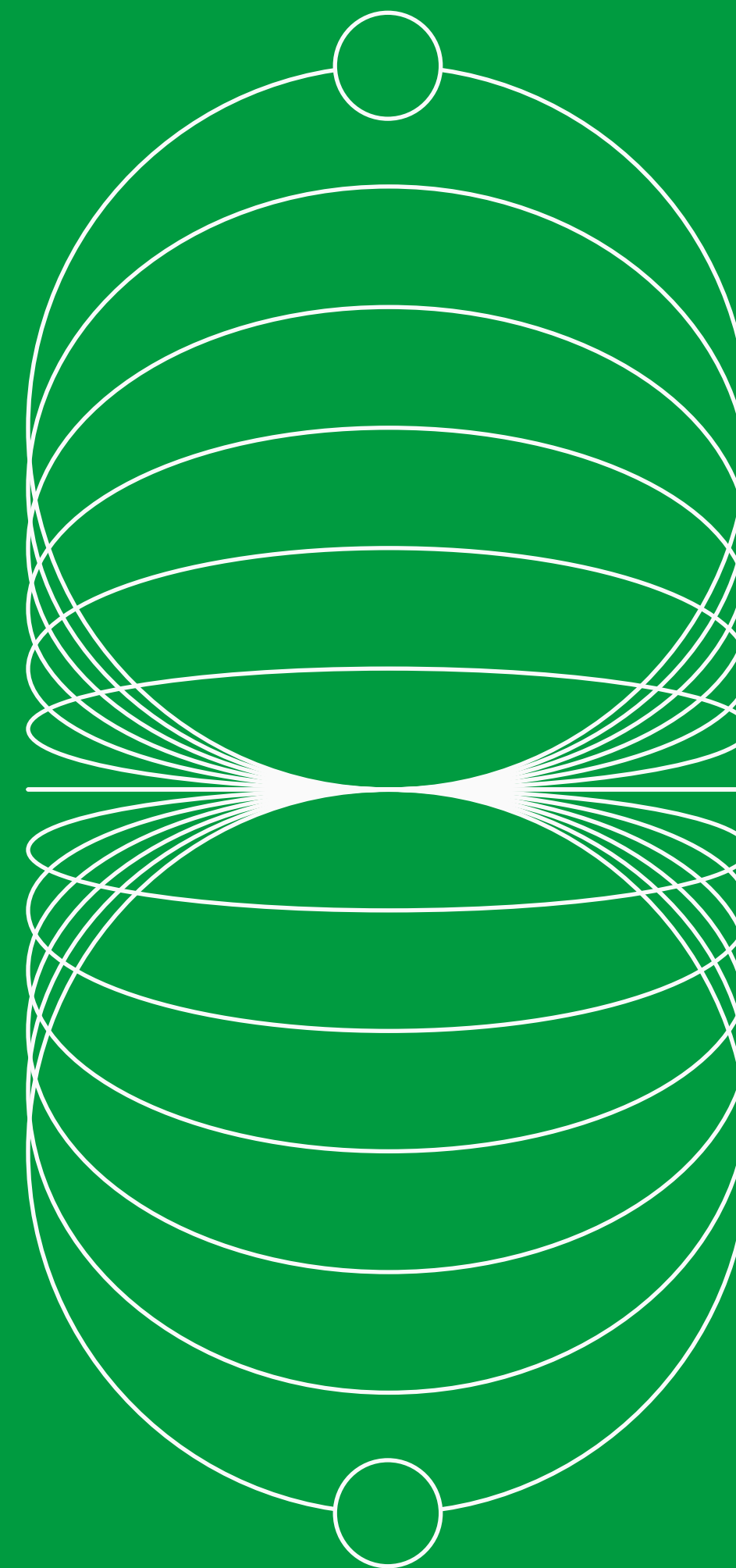
Сделать дополнительный анализ
полученных результатов



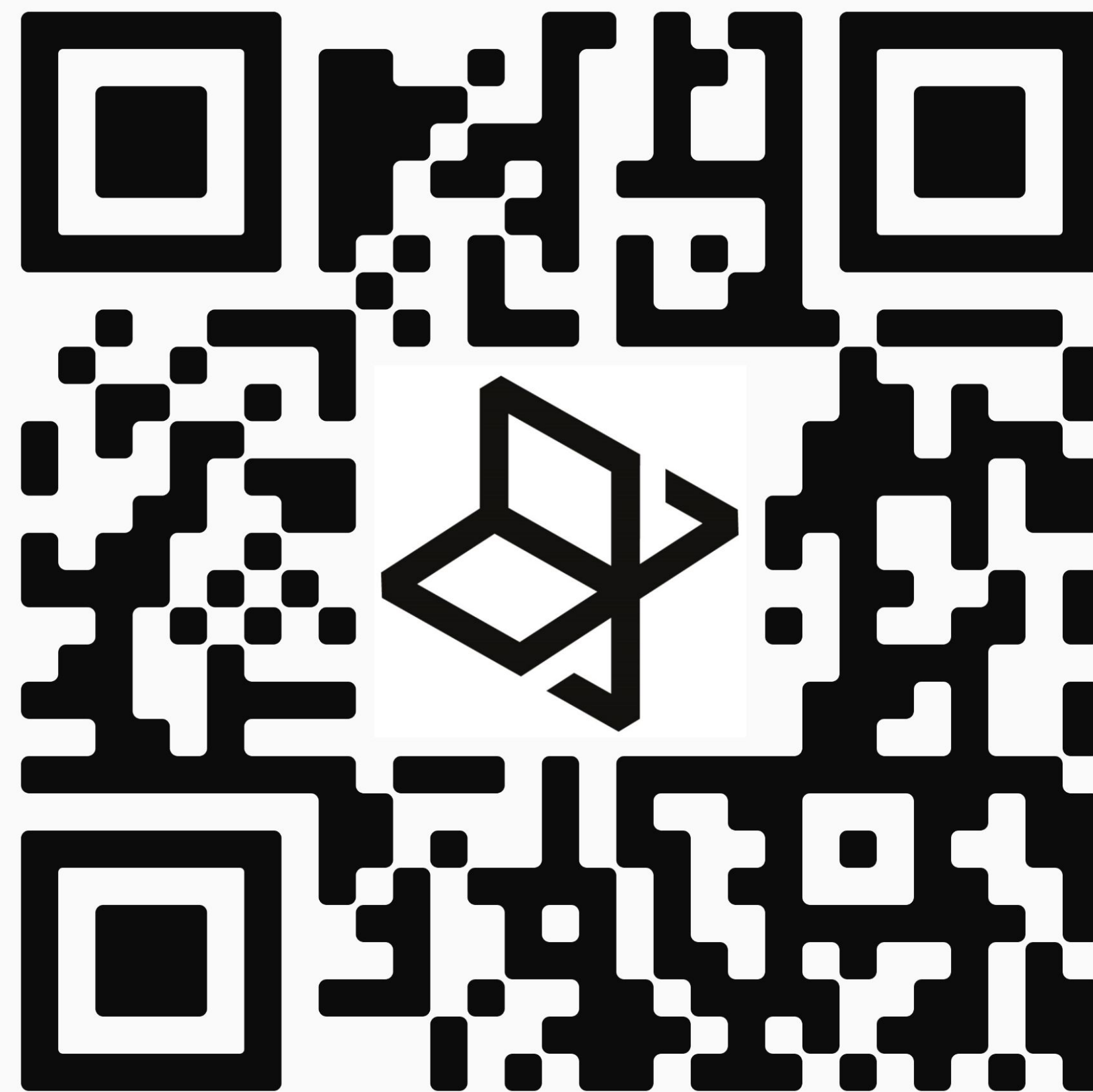
На основе анализа разработать конкретные
решения для увеличения прибыли компании

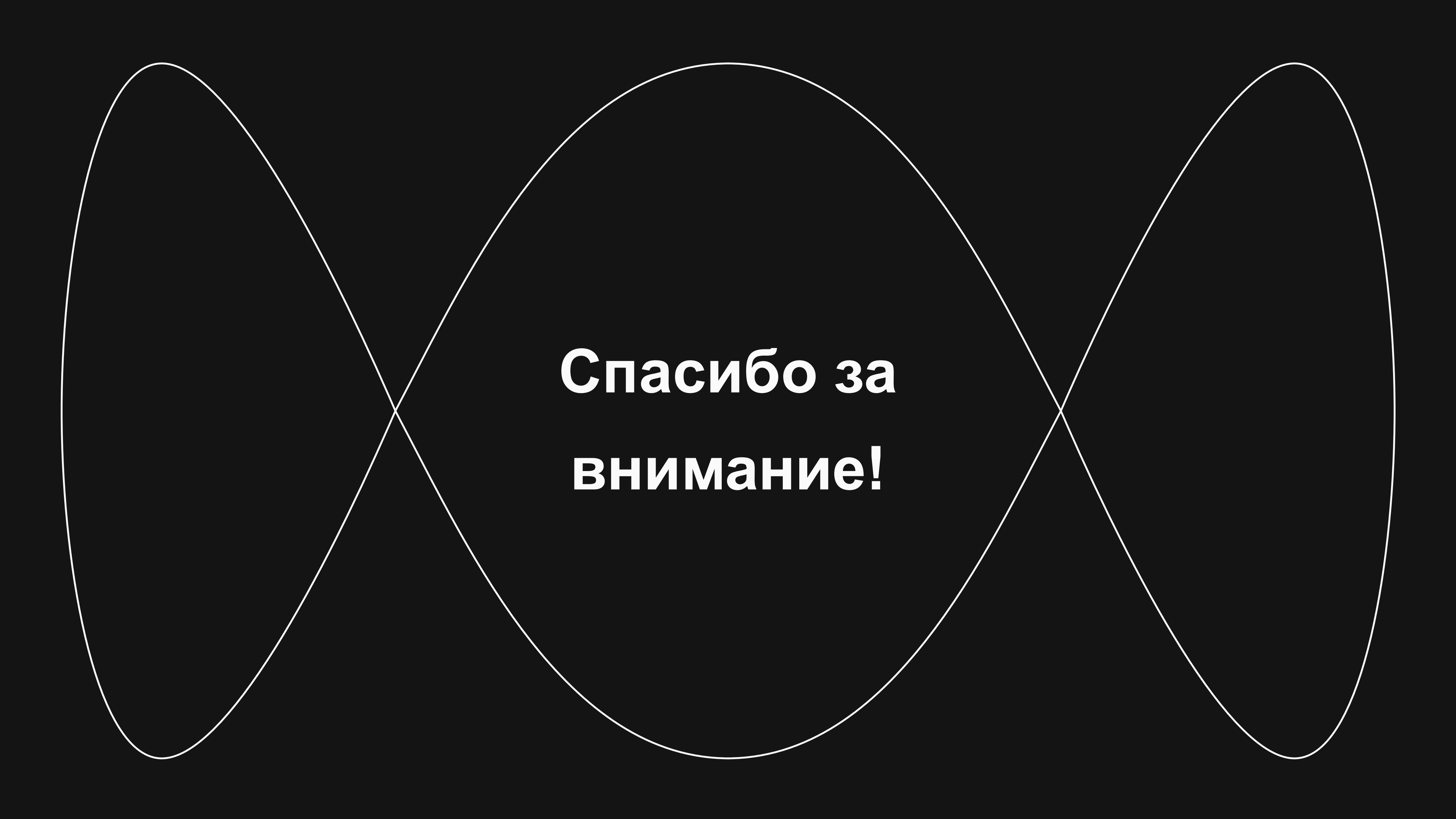


Представить полученные результаты



Ссылка на DATA DUMP 2





**Спасибо за
внимание!**