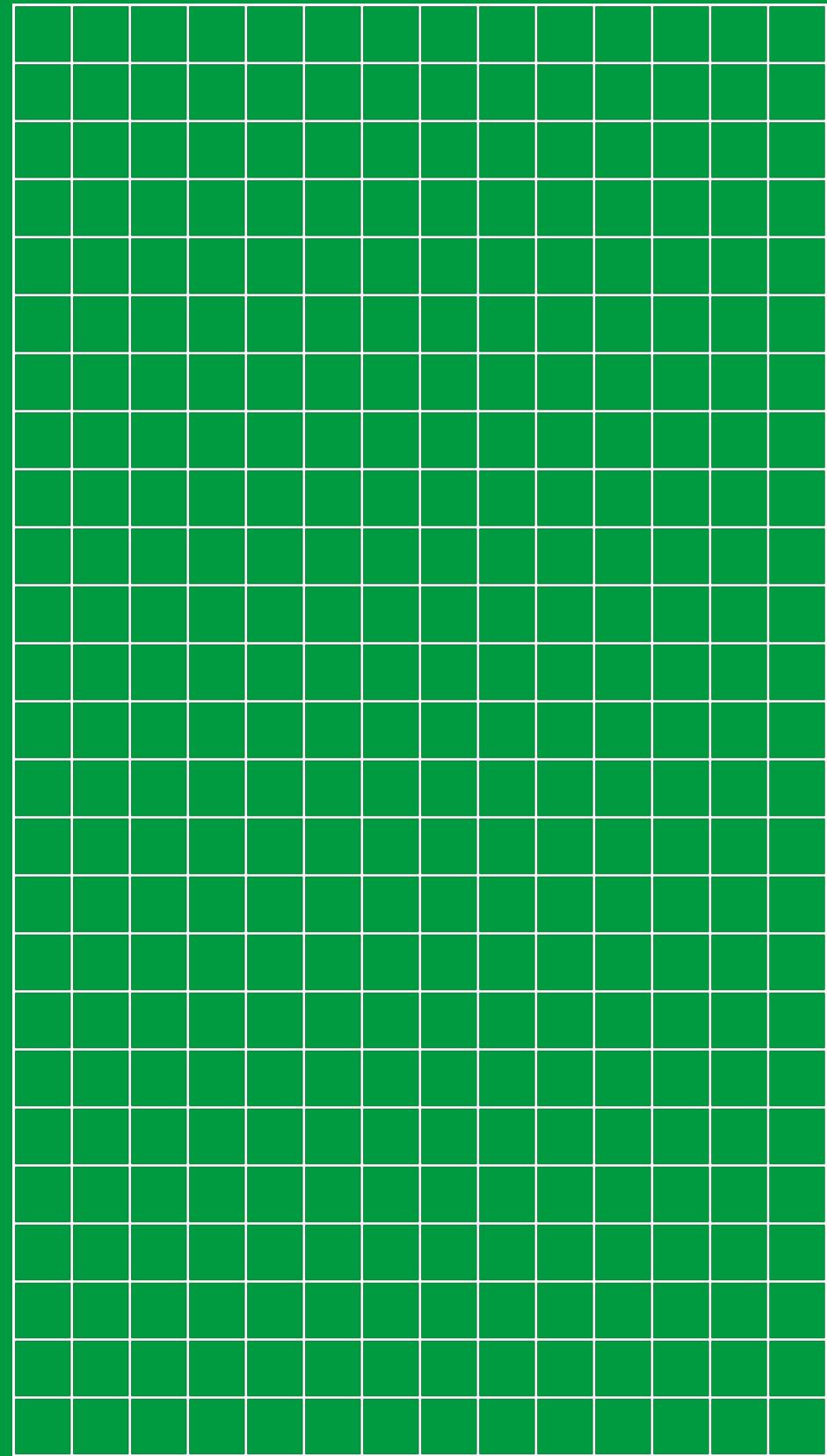


# Бизнес-студия неделя 2

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**



## **Залы**

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

## **Меню**

Широкий выбор блюд и стабильное качество

## **Приложение**

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

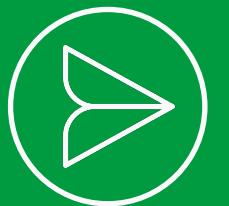
## **Доверие к бренду**

71.7% опрошенных предпочитают пиццу “Додо Пиццы”

## **Обслуживание**

Средняя оценка обслуживания клиентов 4.33/5

# **Негативные выводы и области развития**



## **Расширение ассортимента**

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

## **Долгое время ожидания**

Некоторым клиентам приходится несколько десятков минут ждать небольшой заказ

## **Отсутствие интерактивных касс**

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

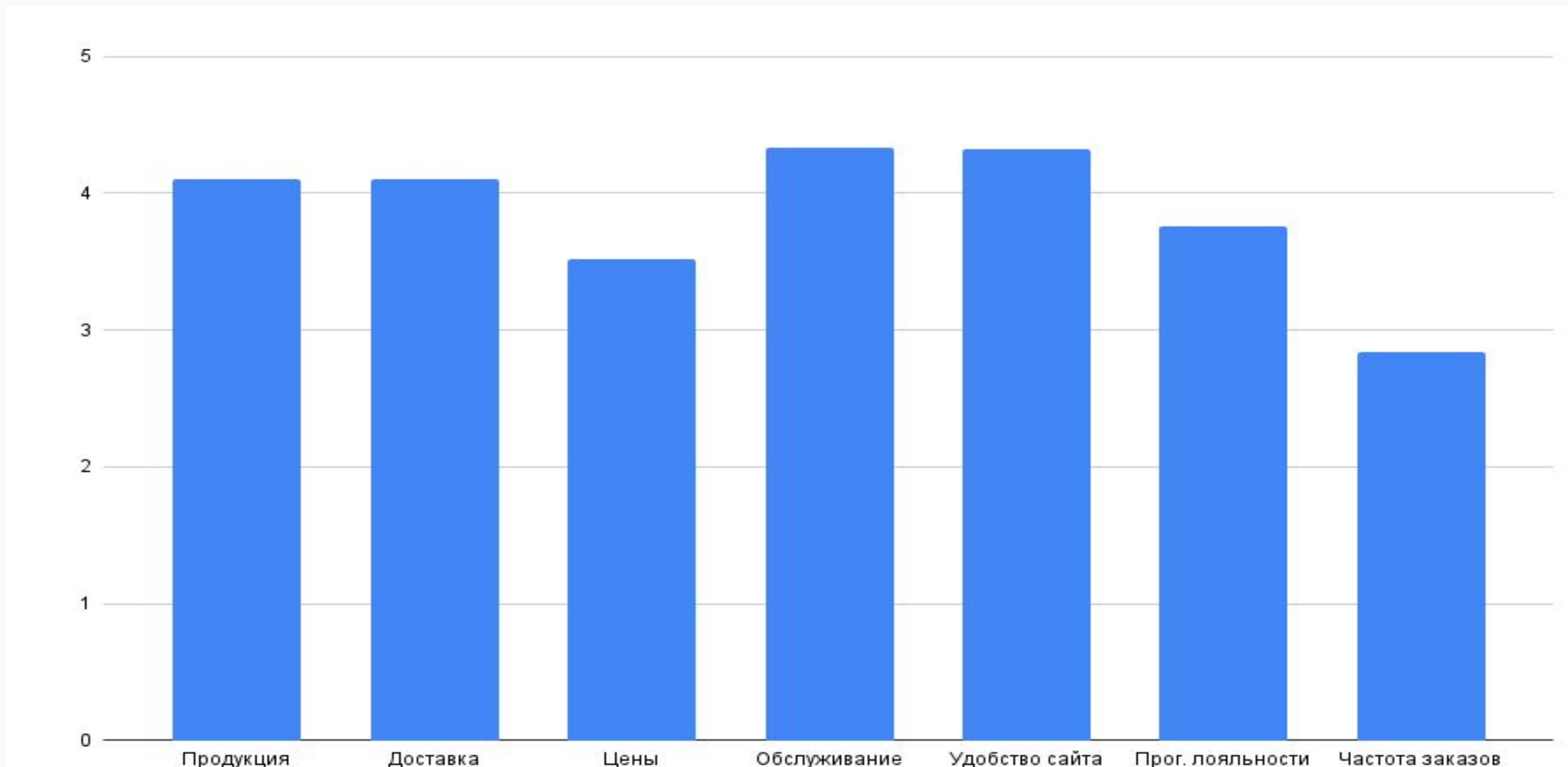
## **Цены на продукцию**

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



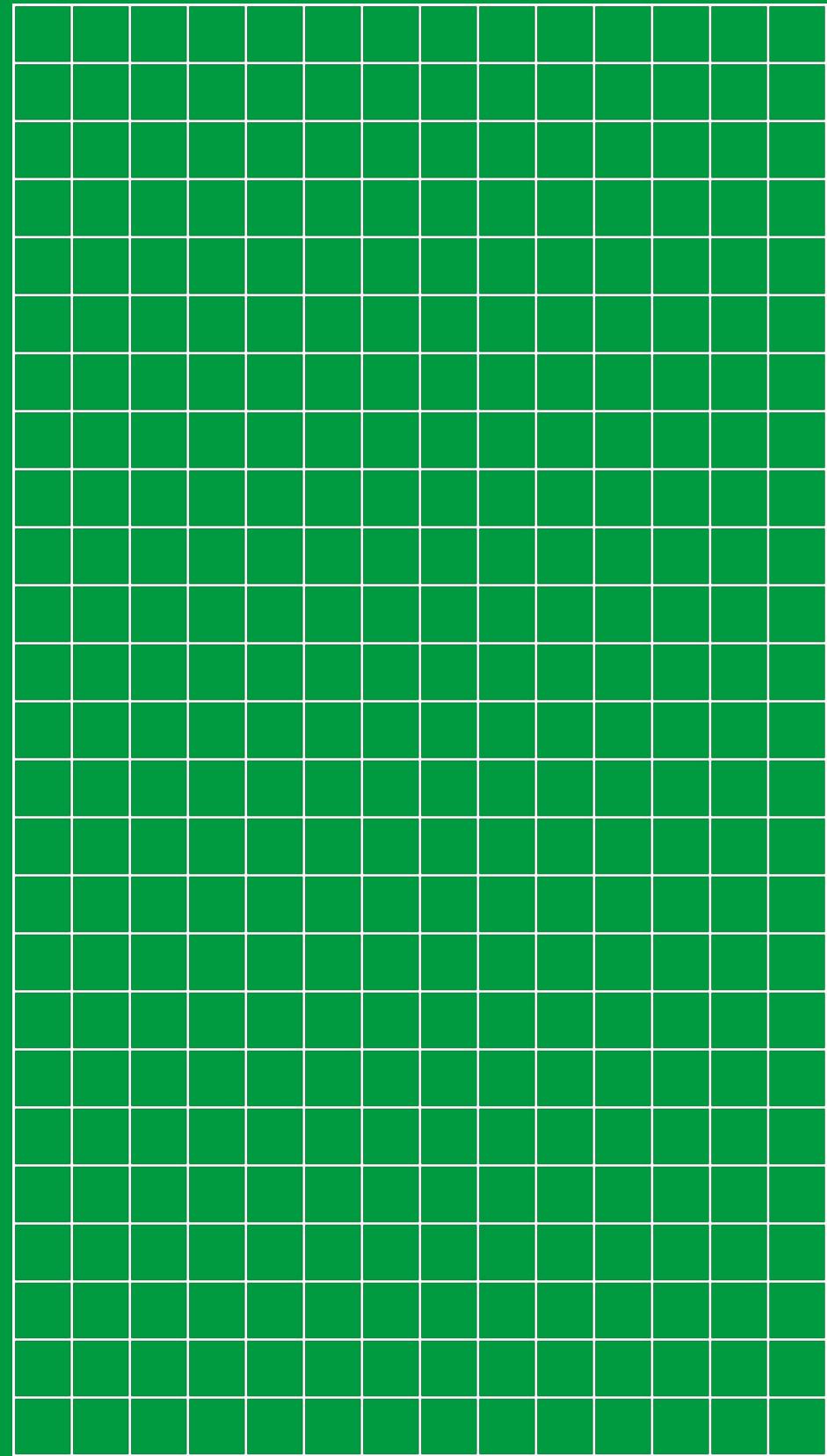
Перевес в  
распределении  
полов среди  
опрашиваемых  
отсутствует



40% опрашиваемых  
посещают  
заведения  
стритфуда раз в  
неделю или чаще

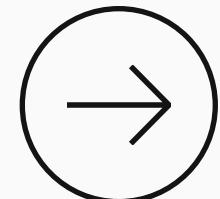


22% опрашиваемых  
преподчинают пиццу  
среди всех видов  
стритфуда

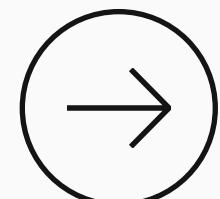


---

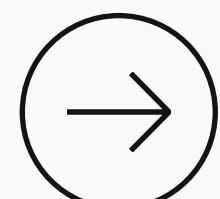
# Следующие шаги



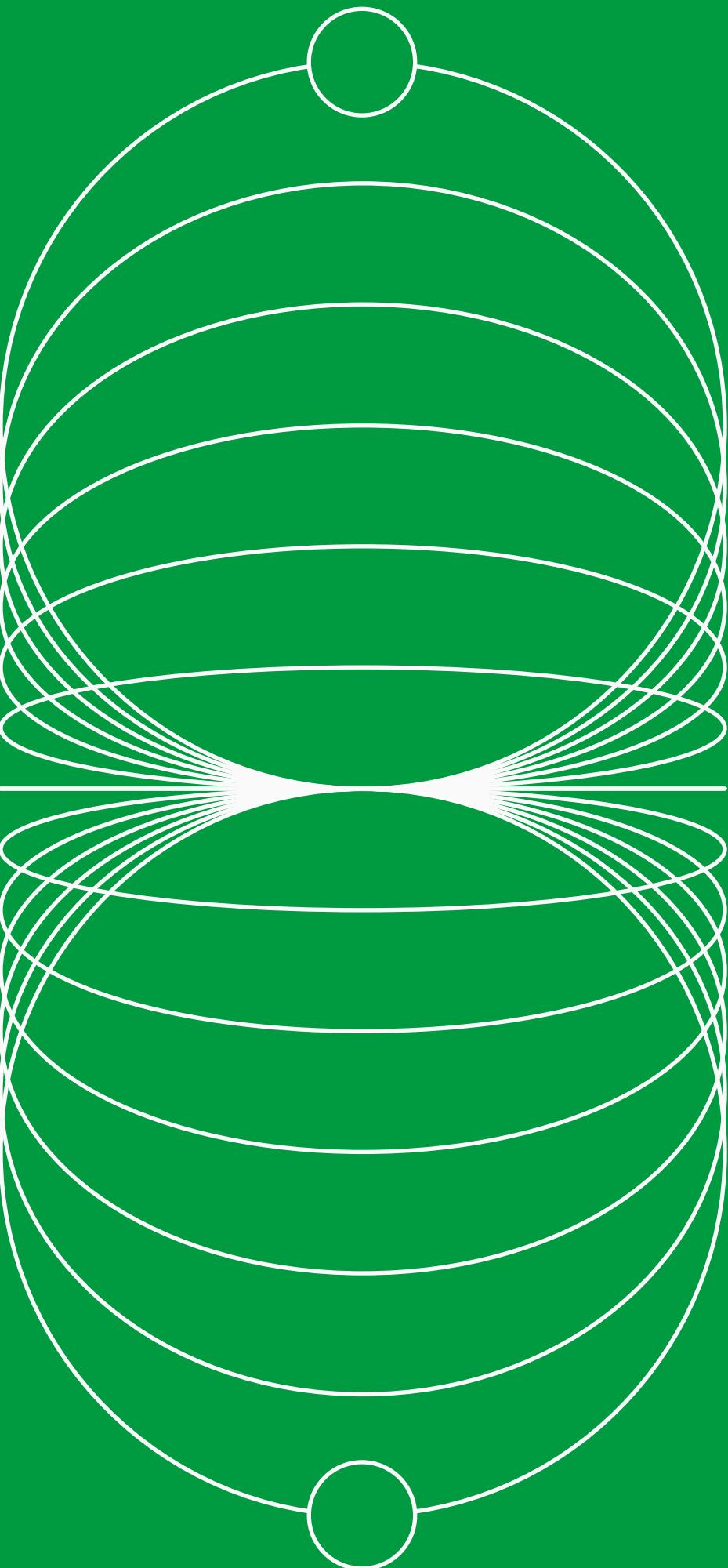
Сделать дополнительный анализ  
полученных результатов

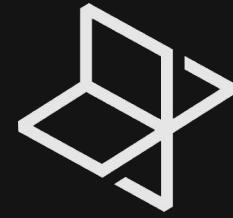


На основе анализа разработать конкретные  
решения для увеличения прибыли компании



Представить полученные результаты

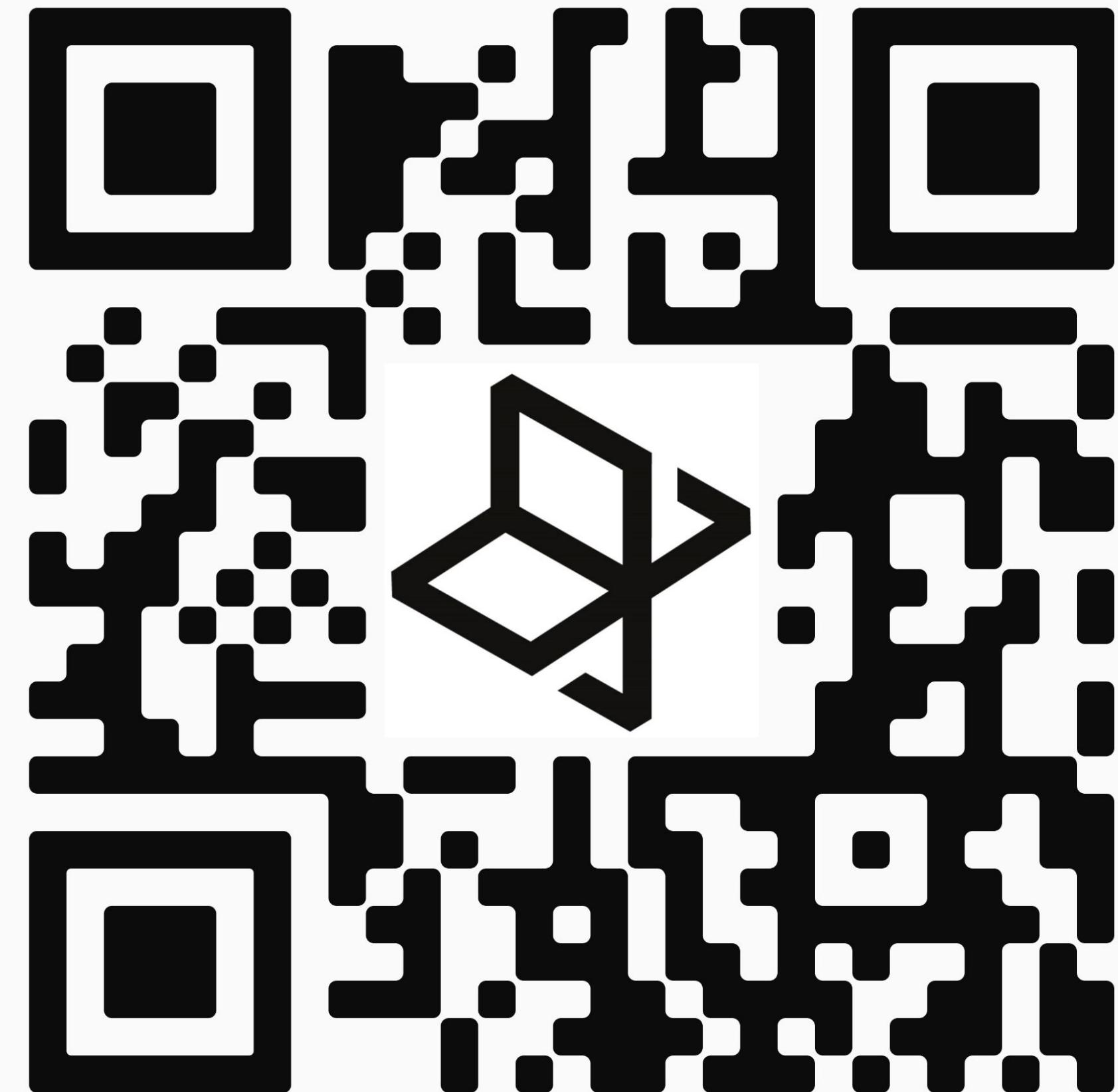




ЦЕНТРАЛЬНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

---

Ссылка на  
**DATA DUMP 2**





**Спасибо за  
внимание!**