Cuestionario McDonald’s

1. **¿Cuál fue la Visión de Kroc cuando vió el negocio de los hermanos Mc Donald por primera vez?**

Kroc se imaginó una red de franquicias, que en ese momento se imaginó que se esparciría por todo el país, de restaurantes super eficiente que implementasen el fordista Speedy System. Quería construir una marca con una fuerte identidad, que se presentasen de la misma manera, y con los mismo productos, en todas sus sucursales.

El emprendedor buscaba que los McDonald’s se volviesen tan elementales como los ayuntamientos y las iglesias, y se estableciesen como un lugar de reunión.

Los franquiciados recibirían las instrucciones a seguir para no desfigurar la marca y mantener la eficiencia de producción y las características impecables de los productos.

1. **¿Cómo era el modelo de negocios de los hermanos?**

El modelo de negocio de los hermanos, no era muy capitalista, en el sentido de que lo que buscaban no era únicamente ganar dinero, sino perfeccionar un sistema de producción y proveer un servicio de calidad en restaurantes con un ambiente familiar.

También les preocupaba mantener el nombre familiar, por lo que no querían que locales con su nombre proveyesen un mal servicio.

1. **¿A quiénes fue incorporando al negocio, que le fueron sumando como valor agregado?**

Kroc comenzó por incorporar al negocio a los compañeros de su club. Estos lo trataron como un chiste, porque sabían que las ideas de Kroc no solían tener mucho éxito. Sin embargo, algunos decidieron invertir luego de que la insistencia de Kroc los convenciese de que era un buen negocio.

El problema de estos acaudalados señores era que como no dependían de estos locales para vivir, les dieron poca importancia, y no se encargaron de que se cumpliesen a raja tabla los estándares de calidad y los lineamientos de la marca.

Kroc buscó entonces a otro tipo de persona para que se encargasen de las franquicias. Se dio cuenta de que necesitaba gente trabajadora y con la misma mentalidad que él. Empezó a contactarse, en consecuencia, con gente que tenía un origen parecido al de él. No muy adinerados, pero feroces trabajadores dispuestos a trabajar duro para ver a sus franquicias tener éxito. Además estas personas estaban incentivadas a llevar al máximo el rendimiento de sus locales por el hecho de que la mayoría había pedido un préstamo o hipotecado su casa para poder pagarlos, por lo que lo perderían todo en caso de que el emprendimiento no fuese exitoso.

En conclusión, lo que Kroc consiguió fueron personas dispuestas a mantener los altísimos estándares que él esperaba de los restaurantes de McDonald’s, preservando los lineamientos de la marca impuestos por la central.

1. **¿Cuáles de las que se presentaron como barreras se convirtieron en oportunidad? Desarrollen el Mix de Marketing**

Producto: Una cantidad limitada de productos alimenticios, de muy buena calidad, entregados en tiempos mínimos por empleados que se preocupasen por la satisfacción del cliente.

Precio: Reducido en comparación con otros lugares de comida. Este se pudo alcanzar mediante la optimización del proceso de comida, ayudado por la limitada cantidad de comidas en el menú, y en ocasiones, por la utilización de ingredientes alternativos (forma linda de decir inferiores, porque en teoría McDonald’s se focaliza en comida “de calidad”).

Plaza: Todas las tiendas de McDonald’s en el país (en ese momento, ahora en el mundo).

Promoción: Kroc realizó muchas entrevistas, para dar a conocer el nuevo fenómeno que estaba arrasando en todos los pueblos del país. Se intentó vender, como una parte integral de la cultura norteamericana. Además, para diferenciarse de cualquier otro local de comida rápida o hamburguesas, se focalizó mucho la compañía en diseñar una marca distintiva, que quedase grabada en la mente de la gente, y que fuese fácilmente reconocible e identificable.

1. **¿Cuáles fueron las experiencias que Kroc fue creando a medida que transcurría el tiempo?**

Kroc tuvo la visión, que con el tiempo logró implementar, de que un McDonald’s fuese tan esencial y común en los pueblos estadounidenses como la iglesia o la alcaldía.

Kroc quería que pudiesen asociarse fuertemente todos los McDonald’s del país, por lo que se esforzó por mantener un estilo muy similar a lo largo de todas las edificaciones. Los arcos dorados debían estar obligatoriamente en todos los locales. De esta forma, se podría comenzar a construir la idea de que “este local que se llama McDonald’s” está en todo el país, y todos los pueblos tienen uno.

Se terminó cumpliendo su deseo de que hubiese por lo menos una franquicia por ciudad de Estados Unidos, y se sobrepasó. En muchas ciudades hay más de un local, y la McDonald’s llegó a ser la cadena de comida rápida más grande del mundo.

1. **¿Describan el buyer persona de los elegidos para las franquicias?**

Kroc se dio cuenta de que las personas a las que se había dirigido originalmente para franquiciar el negocio no eran las ideales. Eran personas afluentes que no necesitaban del local para subsistir, por lo que le prestaban poca importancia y no se cercioraban que se cumpliesen los requisitos impuestos desde la central para los franquiciantes.

Kroc se dio cuenta entonces que necesitaba en la posición gente dedicada, con la misma pasión que él, y encontró que había una correlación entre la gente que cumplía sus requisitos y la gente que tenía necesidades económicas que no podía suplir con sus medios actuales.

El buyer persona solían ser empleados de clase media baja, o vendedores ambulantes. Persistentes y tenaces, sin capital suficiente para invertir en un local. Lo tenían que pedir mediante préstamos o hipotecas, lo que aumentaba su necesidad de que el local fuese exitoso.

1. **Describan a los buyer persona que compran en Mc donald's**

El buyer persona de Mc Donald’s no fue una única persona, sino más bien un grupo reducido de individuos, una familia. Se presentó como una alternativa rápida, barata y sencilla (no había que lavar nada) orientada a la familia. En parte esto se debía a que los “malos” sectores, como los pandilleros, que se solían acercar al antiguo estilo de restaurantes con autos y motos, debido al esquema de los Mc Donald’s, ya no aparecían.

Si se tuviese que elegir un único individuo como ejemplo del buyer persona, elegiría a las personas que dirigen comúnmente el lugar donde se come, en caso de salir, los padres.

Para dar un ejemplo, elegiría a una madre, de una familia de tres, que cuando en la casa no hay comida para cocinar, y ni ella ni el padre tienen ganas de ir al supermercado, salen por una comida rápida a un Mc Donald’s.