

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ СЕТИ РЕСТОРАНОВ MCDONALD'S

В общественном питании, как и в других отраслях сферы услуг, успешный бизнес строится на удовлетворении потребностей постоянных клиентов, поэтому целесообразно проводить систему мероприятий по формированию лояльности потребителей к объекту.

В ходе исследования мы проанализировали программу лояльности сети ресторанов McDonald's УП «КСБ Викторн Рестораны». Основной инструмент ее реализации — мобильное приложение. Количество отзывов в Google Play составляет 1.9 тыс., со средней оценкой пользователей 3.5. В Apple Store количество отзывов составило 1.3 тыс. со средней оценкой 2.8. Однако, несмотря на довольно низкую оценку, приложение занимает 3-е место в категории «Еда и напитки» в Apple Store, уступая только «Яндекс.Еде» и «Slivki.by». Обновление приложения происходит в среднем 2 раза в месяц на обоих маркетках.

В ходе работы было проведено наблюдение в ресторане сети по адресу: г. Минск, пр-т Независимости, 23. 20.11.2021 г. С 18:30 до 19:00 ресторан посетили 148 чел., из них 52 воспользовались мобильным приложением, соответственно, доля охвата составила 35 %. Опрос работников ресторана показал, что чаще приложение и бонусы используются при наличии спецпредложений с двумя позициями (2 «Биг Мака» и 2 «Кока-Коль», 2 «Картошки-Фри» и 2 «Чизбургера»). Реже всего бонусами и купонами пользуются для заказа и оплаты «МакЗавтраков».

При использовании приложения сети McDonald's пользователи получают баллы (МакБонусы) при совершении покупки, отсканировав персональный QR-код на кассе, стенде самообслуживания или при оплате на линии МакДрайв. Эти баллы пользователи могут накапливать и обменивать на продукцию McDonald's. Такая система стимулирует покупателей использовать приложение при каждом посещении заведения и заказывать больше, так как больше сумма чека — больше МакБонусов. Также в приложении реализуются купоны со спецпредложениями (скидками). У купонов существует временное ограничение, например с 10:00 до 00:00 или с 10:00 до 06:00. Спецпредложения с купонами обновляются каждые две недели.

Таким образом, можно сделать вывод, что потребители выражают высокий уровень лояльности бренду McDonald's. Приложение McDonald's Belarus является хорошим инструментом для реализации программы лояльности компании, а систематическое обновление спецпредложений и приложения побуждает потребителей посещать рестораны сети на регулярной основе.