

УДК 339.138

ЦИФРОВИЗАЦИЯ КОММУНИКАЦИЙ С ПОТРЕБИТЕЛЕМ НА РЫНКЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Петров Е.В. (Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики)

Научный руководитель – к.э.н, доцент Соловьева Д.В.

(Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики)

В работе рассмотрены понятия цифровизации коммуникации с потребителем посредством digital маркетинга и it-технологий. Проанализированы рынок, целевая аудитория и потенциально возможные модели реализации цифровизации коммуникаций на рынке общественного питания. Исследована возможность вывода на рынок подобного решения и его возможная рентабельность.

Цифровую трансформацию переживает множество сфер, одной из которых является сектор общественного питания. За счет автоматизации заведений появляется возможность накапливать историю посещений гостей и коммуницировать с различными сегментами, а значит, лучше понимать своих клиентов.

Именно прогрессивное и передовое развитие рынка общественного питания побуждает заведения искать не только нестандартные коммуникации и механики влияния на потребительский опыт, но и находить новые

платформы и каналы взаимодействия.

В настоящее время рынок общественного питания в России сталкивается с рядом проблем:

1. Значительная часть ресторанов не автоматизирована, отсюда рестораны не знают своих гостей, их предпочтения, не способны коммуницировать с каждым индивидуально, закрывая те или иные потребности. При этом нет возможности считывать цифровой след гостей и оценивать эффективность тех или иных рекламных коммуникаций.
2. Каналы коммуникации с гостями или не настроены, или перегружены мусорной информацией. Отсюда потенциальные гости не могут получать релевантную информацию, а у ресторана нет возможности работать с обратной связью.
3. Стоимость привлечения нового гостя растет и составляет от 300 до 500 руб. Это накладывает ограничения на маркетинг малых локальных заведений, средняя выручка которых менее 4 млн. руб. в месяц. Помимо этого, действующие бизнес модели маркетинговых агентств и рекламных сервисов не дают гарантии стабильной конверсии с каждого из каналов коммуникации. В рамках проекта предложено решение по автоматизации процесса привлечения, удержания и возврата гостей заведений. Использовано принципиально новый канал и способ коммуникации с потенциальными гостями, являющийся высококонверсионным и масштабируемым.

5

Объект исследования - инновационный сервис, чат-бот Tockl.Me

Предмет исследования: цифровизация коммуникаций с потребителями в сфере общественного питания

Цель: разработка стартап-проекта цифровизации коммуникаций с потребителями в сфере общественного питания на этапе выхода на рынок и апробация на примере проекта Tockl.Me.

Задачи:

1. Выявить тренды и тенденции рынка общественного питания с точки зрения цифровых коммуникаций
2. Провести анализ целевой аудитории
3. Исследовать и проанализировать практики применения цифровизации коммуникаций методом Бенчмаркинга
4. Разработать стратегическую канву на основе голубого океана с целью формирования УТП
5. Разработать масштабируемую, маржинальную и транзакционную модель (модели)
6. Сформировать алгоритм внедрения на рынок инновационного метода для коммуникационной стратегии в digital среде
7. Апробировать разработанные модели в рамках коммуникационной

стратегии на основе цифрового следа гостя

В работе исследованы практики применения цифровизации коммуникаций методом бенчмаркинга. Разработана стратегическая канва на основе голубого океана с целью формирования УТП.

Предварительно, в рамках исследования был выдвинут ряд гипотез, что в перспективе подтвердится или опровергается на количественном опросе.

Разработана авторская модель, которая универсальна для большинства форматов заведения общественного питания в России с выручкой от 6 млн. Удалось добиться экономической целесообразности модели для заведений с помощью формирования маржинальной финансовой модели и её потенциального масштабирования. Также были определены модели коммуникаций с гостями через оцифровку внутренней и внешней базы.

Петров Е.В. (автор)

Подпись

Соловьева Д.В. (научный руководитель)

Подпись

