



РОСИНТЕР
РЕСТОРАНТС

«РОСИНТЕР РЕСТОРАНТС ХОЛДИНГ»

МЫ ОБСЛУЖИВАЕМ ВАС ОТ ВСЕГО СЕРДЦА



Стратегические основы

Коллеги

Высоко результативная организация и культура

Гости

Бренды и концепции, восхищающие наших гостей

Портфель

Растущий набор качественных локаций и ресторанов

Партнеры

Прозрачность, Ценность, Сотрудничество

Прибыль

Устойчивый рост маржи, дохода и денежных потоков



Приоритеты 2012–2015 гг.

1

- Эффективная и продуктивная организация
- Развитие передовых практик
- Вовлечение и коммуникации

2

- Ревитализация брендов:
 - ✓ Ревитализация меню
 - ✓ «Генезис»
 - ✓ «Следующее поколение»
- Доставка на дом

3

- Фокусировка портфеля
- Критерии оптимального местоположения
- Планы развития бренда и географии

4

- Переход на качественно иной уровень работы с франчайзи и инвесторами
- Прозрачность и справедливость для поставщиков
- Улучшение системы закупок и снабжения

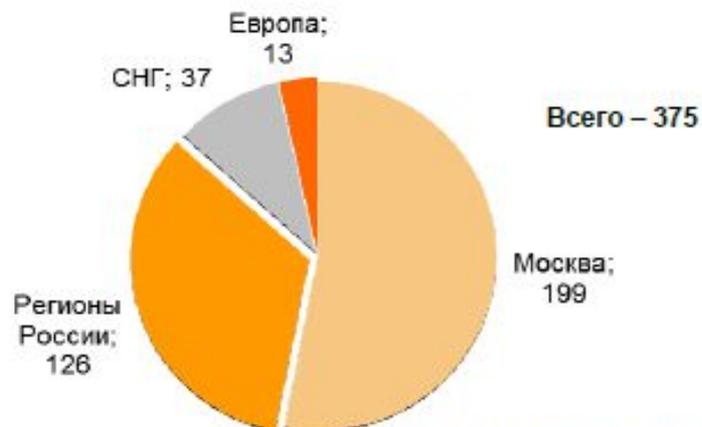
5

- Рост транзакций и выручки
- Улучшение показателей работы ресторанов
- Рост прибыли, устранение потерь

- «Росинтер» – лидер на рынке семейных ресторанов
- Бренд-портфолио:
 - ✓ собственные: «IL Патио», «Планета Суши», «Американский Бар и Гриль», «Мама Раша»
 - ✓ лицензионные: TGI Fridays, Costa Coffee, «Макдоналдс»
- Присутствие в 42 городах и 10 странах
- Около 19 миллионов гостей в 2013 году
- 375 предприятий: 342 ресторана (214 корпоративных и 128 франчайзинговых), 32 кофейни и 1 «Макдоналдс»
- Операционная выручка в 2013 году: 9 836 млн. руб.
- «IL Патио» и «Планета Суши» являются одними из самых узнаваемых брендов в России

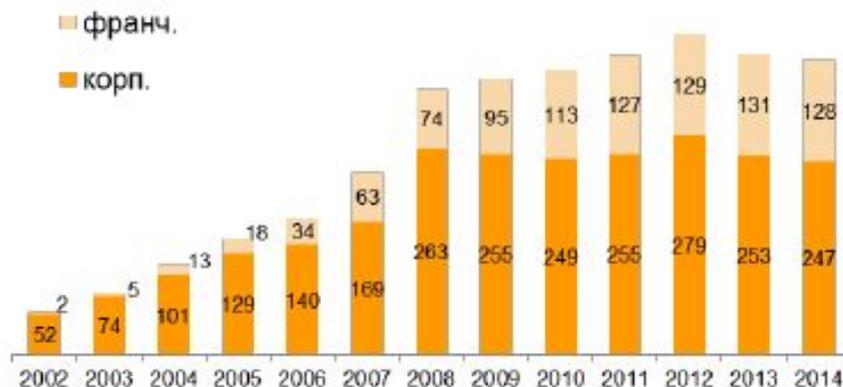
Бренд	Корп.	Франч.	Итого
	86	68	154
	73	60	133
	9	-	9
	5	-	5
	27	-	27
	32	-	32
другие	15	-	15
Итого	247	128	375

Распределение по регионам



Источник: данные компании на 31/03/2014

Распределение по типу собственности





Год основания: 1999

Кухня: японская

www.planetsushi.ru

«Планета Суши» – сеть демократичных ресторанов, которая остается верной основам японской кухни: лаконичная презентация блюд, безупречное приготовление, традиционные и фирменные рецепты. Мы используем высококачественные продукты в их чистом первозданном виде. Сохраняя традиции, «Планета Суши» смотрит в будущее и предлагает своим гостям новые вкусы паназиатской кухни.

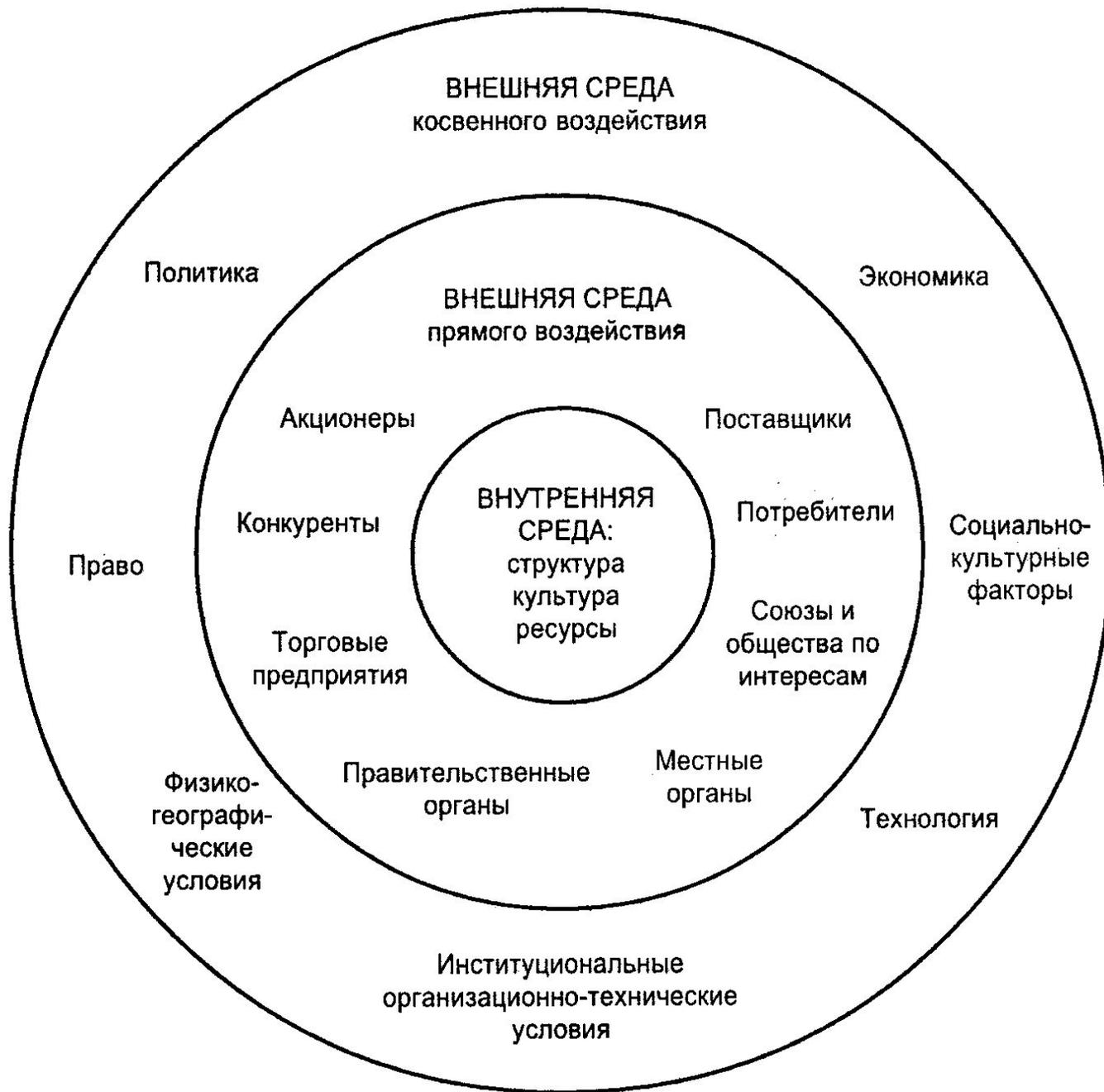


Хиты продаж:
Филадельфия Маки
Салат «Чукка»
Мисо суп



Интерьер выполнен в стиле японской философии минимализма, объединяя традиции Японии и современную реальность; бамбуковые палочки и Wi-Fi. Теплая цветовая гамма в сочетании с приглушенным освещением и негромкой японской музыкой создает теплую и спокойную атмосферу – идеальное окружение для встречи с друзьями, романтического вечера или обеда с деловыми партнерами.

- 2013 Здоровое питание
- 2013 Права потребителей и качество обслуживания
- 2010 и 2008 Бренд года/EFFIE
- 2010 и 2006 Золотые сети
- 2010 Народная марка
- 2008 Золотой бренд
- 2004 Супербренд



Матрица «вероятность/воздействие» для позиционирования возможностей внешней среды

Вероятность Воздействие	Высокая	Средняя	Низкая
Сильное	Улучшение уровня жизни населения. Изменение рекламных технологий	Появление новых поставщиков	Снижение налогов и пошлин
Умеренное	Разорение и уход фирм-продавцов. Развитие информационной отрасли	Снижение цен на сырье и готовую продукцию. Совершенствование менеджмента	Уменьшение императивных норм законодательства. Снижение безработицы
Слабое	Неудачное поведение конкурентов. Изменения моды	Совершенствование технологии производства	Предложения о сотрудничестве со стороны отечественных предпринимателей

Матрица «вероятность/воздействие» для позиционирования угроз внешней среды

Вероятность Воздействие	Высокая	Средняя	Низкая
Сильное	Изменение правил ввоза продукции	Сбои в поставках продукции. Рост темпов инфляции. Появление товаров- субститутов	Увеличение конкурентных преимуществ со стороны конкурентов. Скачки курсов валют
Умеренное	Снижение уровня жизни населения. Рост налогов и пошлин	Изменение покупательских предпочтений. Ужесточение законодательства	Появление принципиально нового товара. Появление новых концернов
Слабое	Изменение уровня цен. Рост безработицы	Появление новых фирм на рынке. Усиление конкуренции	Национализация бизнеса. Ухудшение политической обстановки

Факторы среды	Вес	Оценка*	Взвешенная оценка
Макроэкономические	4		3,47
Экономические	1		-2,16
Рост темпов инфляции	0,25	-8	-2
Скачки курсов валют	0,17	-7	-1,19
Рост налогов и пошлин	0,12	-7	-0,84
Снижение налогов и пошлин	0,17	7	1,19
Рост безработицы	0,06	-4	-0,24
Снижение безработицы	0,23	4	0,92
Политико-правовые	1		-4,12
Изменение правил ввоза продукции	0,33	-10	-3,3
Ужесточение законодательства	0,20	-6	-1,2
Ухудшение политической обстановки	0,15	-1	-0,15
Уменьшение императивных норм законодательства	0,17	4	0,68
Национализация бизнеса	0,15	-1	-0,15
Социально-культурные	1		2,69
Снижение уровня жизни населения	0,33	-7	-2,31
Улучшение уровня жизни населения	0,33	10	3,3
Изменения предпочтений	0,34	5	1,7
Научно-технические	1		7,06
Совершенствование технологии производства	0,18	3	0,54
Изменение рекламных технологий	0,32	9	2,88
Развитие информационной отрасли	0,32	8	2,56
Совершенствование менеджмента	0,18	6	1,08
Ближайшее окружение	4		-14,28
Отрасль	1		-1,45
Снижение цен на сырье и готовую продукцию	0,25	6	1,5
Усиление конкуренции	0,25	-3	-0,75
Изменение уровня цен	0,30	-4	-1,2
Появление новых концернов	0,20	-5	-1
Товары	1		-7,2
Появление товаров-субститутов	0,6	-8	-4,8
Появление принципиально нового товара	0,4	-6	-2,4
Поставщики	1		-0,88
Сбои в поставках продукции	0,35	-9	-3,15
Появление новых поставщиков	0,24	9	2,16
Появление новых фирм на рынке	0,06	-2	-0,12
Разорение и уход фирм-продавцов	0,12	7	0,84
Неудачное поведение конкурентов	0,07	5	0,35
Увеличение конкурентных преимуществ со стороны конкурентов	0,16	-6	-0,96
Покупатели	1		-4,75
Предложения о сотрудничестве со стороны отечественных предпринимателей	0,25	2	0,5
Изменение покупательских предпочтений	0,75	-7	-5,25
Итого	8		-10,81

*Оценка экспертов дана по шкале от -10 до +10.

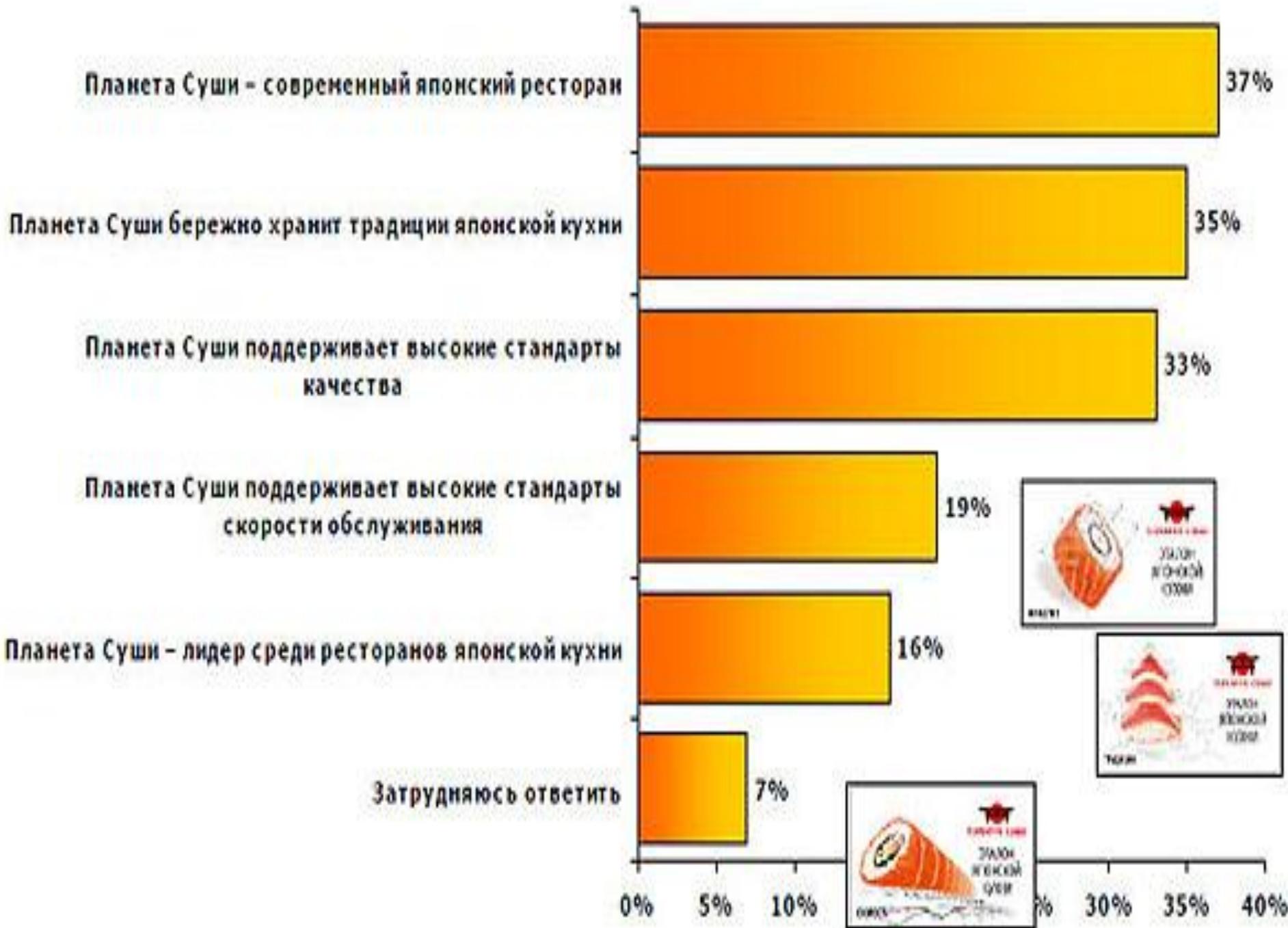
№ п/п	Возможности	Угрозы
1	Улучшение уровня жизни населения	Изменение покупательских предпочтений
2	Изменение рекламных технологий	Появление товаров-субститутов
3	Развитие информационной отрасли	Изменение правил ввоза продукции
4	Появление новых поставщиков	Сбои в поставках продукции
5	Изменения моды	Появление принципиально нового товара
6	Снижение цен на сырье и готовую продукцию	Снижение уровня жизни населения
7	Снижение налогов и пошлин	Рост темпов инфляции
8	Совершенствование менеджмента	Ужесточение законодательства
9	Снижение безработицы	Изменение уровня цен
10	Разорение и уход фирм-продавцов	Скачки курсов валют
11	Уменьшение императивных норм законодательства	Появление новых концернов
12	Совершенствование технологии производства	Увеличение конкурентных преимуществ со стороны конкурентов
13	Предложения о сотрудничестве со стороны отечественных предпринимателей	Рост налогов и пошлин
14	Неудачное поведение конкурентов	Усиление конкуренции
15		Рост безработицы
16		Ухудшение политической обстановки
17		Национализация бизнеса
18		Появление новых фирм на рынке

ПРИЗНАК

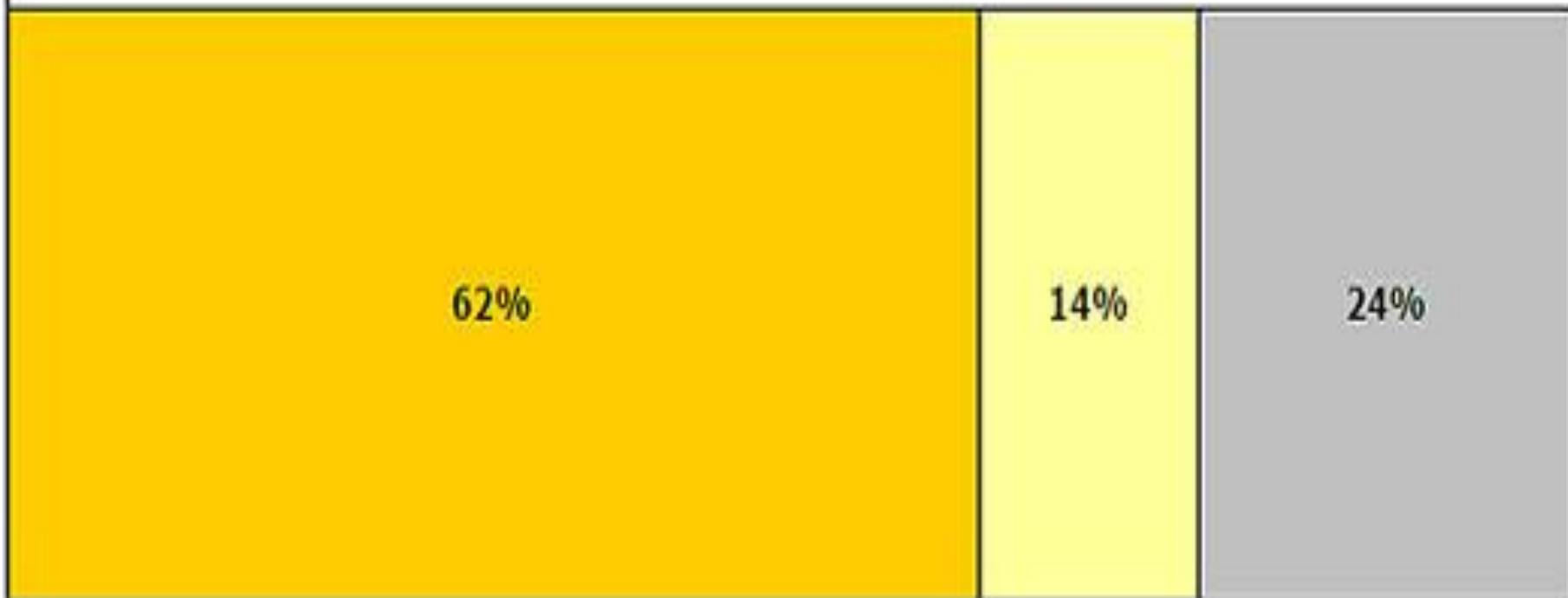
ПЕРЕМЕННЫЕ СЕГМЕНТАЦИИ

ПОКАЗАТЕЛИ

1. Географический	Страна	10 стран (Центральная и Восточная Европа, страны Балтии, СНГ)
	Регулярность потребления	Регулярные
2. Поведенческий	Искомые выгоды	Высокое качество продукта
	Уровень потребления	Высокий (средний)
3. Социально-экономический	Уровень дохода	Средний/выше среднего/высокий
	Пол	Мужской / женский
4. Демографический	Возраст	До 50 лет



Вернетесь ли Вы в наш ресторан?



Оценка конкурентной среды по модели Портера

1. Конкуренция внутри отрасли:

- Непосредственные конкуренты: -Суши-Вёсла
 - Манга
 - Просуши
 - Евразия
 - Суши Хаус
 - Йо! Суши
 - 45 секунд
 - Сакура
 - Суши Хата

- Прямые конкуренты: -Т.Ж.И Фрайдис
 - Васильки
 - ИльПатио
 - Свои
 - Union Coffee
 - Music Hall
 - McDonald's

Показатель	3	2	1
Количество игроков	большое	среднее (3-10)	низкое (1-3)
Темп роста рынка	стагнация	замедляющийся, но растущий	высокий
Уровень дифференциации продукции	стандартизированный товар	стандартизированный, но отличающийся по дополнительным преимуществам	значимо отличается между собой
Ограничения в повышении цен	жёсткая ценовая конкуренция	есть возможность повысить цену только в рамках покрытия затрат	всегда есть возможность повысить цену

Итоговый балл: 8 (средний уровень внутриотраслевой конкуренции)

2. Потенциальные конкуренты

- Возможное появление более сильного конкурента
- Появление аутентичного ресторана японской кухни
- Развитие сети интернет-магазинов японской еды

Показатель	3	2	1
Экономия на масштабе	отсутствует	существует только у нескольких игроков	значимая
Сильные марки с высоким уровнем знания и лояльности	отсутствуют	2-3 крупных, занимают 50% рынка	2-3 крупных, 80% рынка
Дифференциация продукции	низкий уровень разнообразия	существуют микрониши	все возможные ниши заняты
Уровень инвестиций и затрат	низкий (окупаемость за 1-3 месяца)	средний (6-12 мес)	высокий (более чем 1 год)
Доступ к каналам распределения	открыт	требует умеренных инвестиций	ограничен
Готовность игроков к снижению цен	не пойдут	крупные не пойдут	пойдут
Темп роста	увеличивающийся	замедляющийся	снижающийся

уровень потенциальной конкуренции)

3. Поставщики

- Лосось – из Норвегии
- Желтохвостик и угорь из Китая
- Тунец из Индонезии

Параметр оценки	2	1
Количество поставщиков	незначительное количество или монополия	широкий выбор
Ограниченность ресурсов поставщиков	ограниченность в объёмах	неограниченность в объёмах
Издержки переключения	высокие	низкие
Приоритетность направления для поставщика	низкая	высокая

Итоговый балл: 5 (средний уровень влияния поставщиков)

Оценка рыночной власти покупателей:

рынка

ПРИЗНАК	ПЕРЕМЕННЫЕ СЕГМЕНТАЦИИ	ПОКАЗАТЕЛИ
1. Географический	Страна	10 стран (Центральная и Восточная Европа, страны Балтии, СНГ)
2. Поведенческий	Регулярность потребления	Регулярные
	Искомые выгоды	Высокое качество продукта
3. Социально-экономический	Уровень потребления	Высокий (средний)
	Уровень дохода	Средний/выше среднего/высокий
4. Демографический	Пол	Мужской / женский
	Возраст	До 50 лет

Параметр оценки	3	2	1
Доля покупателей с большим объёмом продаж	более 80% продаж приходится на нескольких покупателей	незначительная часть клиентов держит около 50% продаж	объём продаж равномерно распределён между всеми покупателями
Склонность к переключению на товары субституты	существуют полные аналоги, товар не уникален	частично уникальный товар, есть отличительные характеристики, важные для клиента	товар уникален, аналогов нет
Чувствительность к цене	покупатель всегда будет переключаться на товар с более низкой ценой	покупатель будет переключаться только при значимой разнице в цене	покупатель абсолютно не чувствителен к цене
Удовлетворённость качеством	неудовлетворённость ключевыми характеристиками товара	неудовлетворённость второстепенными характеристикам и товара	полная удовлетворённость качеством



Итоговый балл: 9 (высокий
уровень угрозы потери
покупателей)

Оценка степени угрозы со стороны товаров-заменителей

Параметр оценки	3	2	1
Товары-заменители «цена-качество»	существуют и занимают высокую долю на рынке	существуют, но только вошли на рынок и их доля мала	не существуют

Итоговый балл: 3 (высокий уровень угрозы со стороны товаров-заменителей)

Угроза со стороны товаров-заменителей	высокая	Поддерживать и совершенствовать уникальность товара, концентрировать все усилия на построении осведомлённости об уникальном предложении
Угроза внутриотраслевой конкуренции	средняя	Проводить постоянный мониторинг предложений конкурентов, повышать воспринимаемую ценность товара, снижать влияние ценовой конкуренции на продажи, повышать уровень знания о товаре
Угроза со стороны новых игроков	высокая	Проводить постоянный мониторинг появления новых компаний, проведение акций, направленных на длительность контакта потребителя
Угроза потери текущих покупателей	высокая	Диверсифицировать портфель покупателей, разработка программ для vip-клиентов, эконом-программы для потребителей, чувствительных к цене, повышение качества товара по отстающим параметрам
Угроза нестабильности поставщиков	средняя	Проведение переговоров с поставщиками

- 
- Видение: быть лидером среди сетевых семейных ресторанов за счет сильных брендов и ресторанов, расположенных в лучших местах, и которые безупречно управляются нашей компанией и франчайзинговыми партнёрами.
 - Миссия: мы предоставляем нашим гостям отличные блюда и напитки, а также прекрасную возможность для общения!

- Ценности
- **ОТВЕТСТВЕННОСТЬ** Развивать бизнес и управлять им ответственно
- **ВОЗМОЖНОСТЬ** Открытый путь для роста и успеха коллег
- **СТАНДАРТЫ** Стандарты качества блюд и атмосферы на высшем уровне
- **ДОВЕРИЕ** Трепетное отношение и уважение к нашим гостям

В «Планете Суши» к традициям относятся так же трепетно, как в Японии



Промо «5й вкус»: в основе идеи промо лежит создание сенсационного меню из блюд, содержащих традиционные японские продукты, в которые входит умами - вещество, способное создавать «пятый вкус» и дарить новые вкусовые ощущения.

Скорость (скорость приготовления блюд в Планете Суши близка к скорости движения японских скоростных поездов).

Забота о коллегах

- **Собственный Учебный центр с 1991 года:**

- ✓ Обучение ресторанным профессиям
- ✓ Повышение квалификации
- ✓ Развитие необходимых навыков

- **Материальная мотивация:**

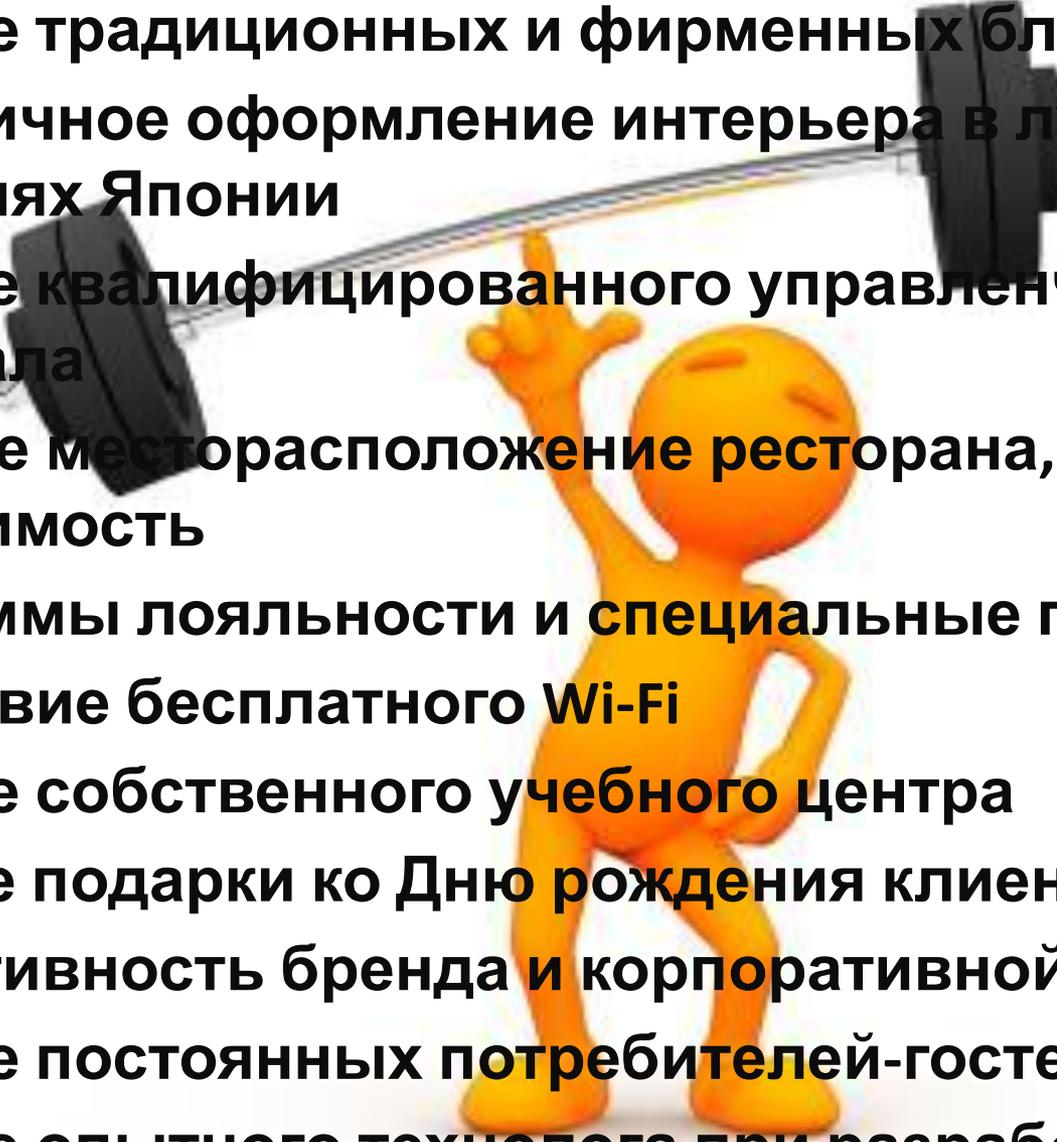
- ✓ Достойная оплата труда и справедливое премирование
- ✓ Бесплатное питание, медицинское страхование, материальная помощь
- ✓ Система особых привилегий для сотрудников со стажем свыше 5 лет («Ростик Клуб»)

- **Нематериальная мотивация:**

- ✓ Программа «Признание»
- ✓ Корпоративные конкурсы «Лучший из Лучших», «Лучший Пиццер», «Лучший Сушист», «Чемпионат Барменов», «Чемпионат Бариста»
- ✓ Корпоративный спорт, коммуникационные мероприятия, экскурсии для детей сотрудников
- ✓ Корпоративная газета, Интранет, Экстранет

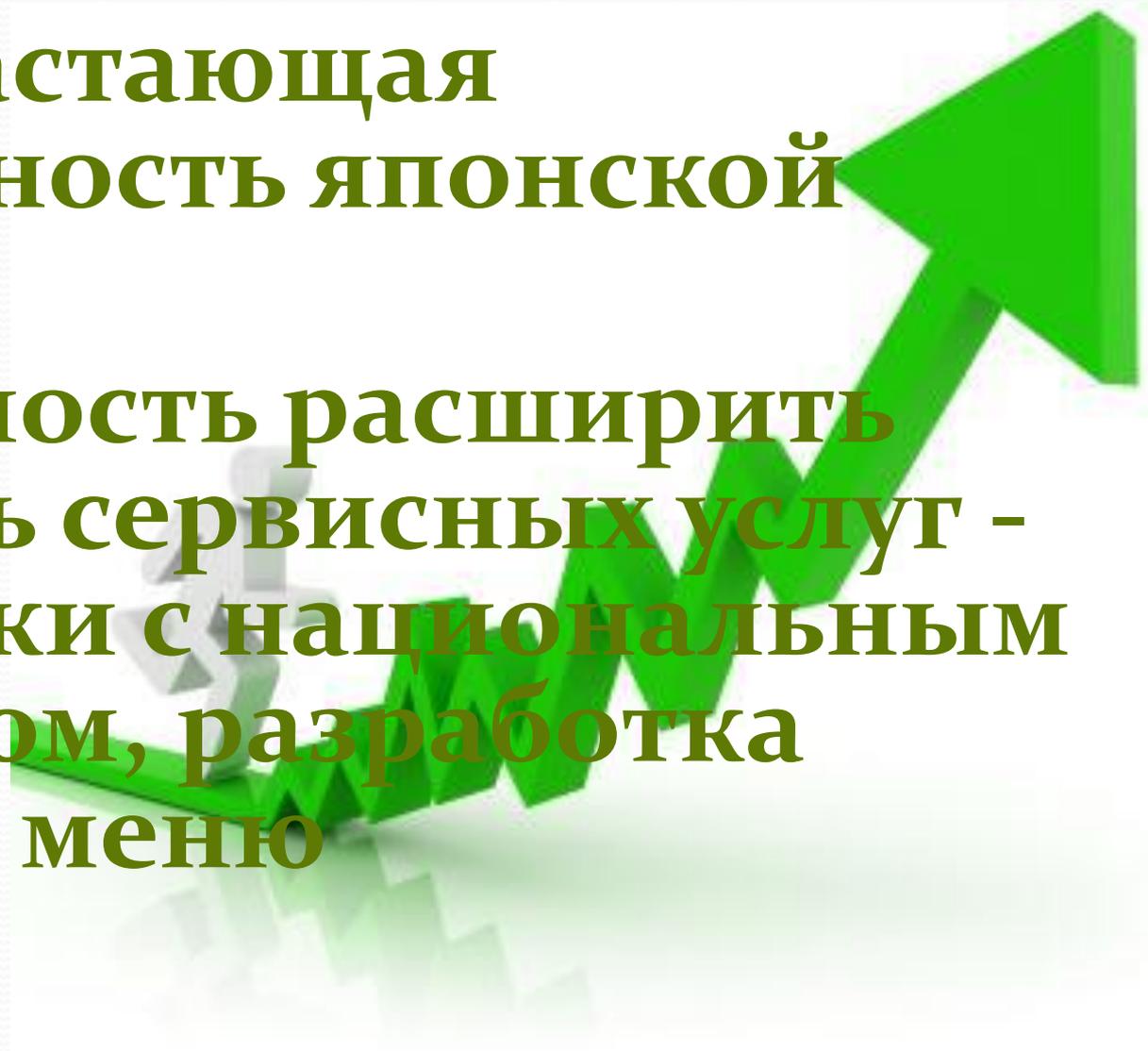


- ОАО «Росинтер Ресторантс Холдинг» является одним из крупнейших налогоплательщиков в отрасли
- Более двух тысяч коллег трудятся на благо Компании свыше пяти лет

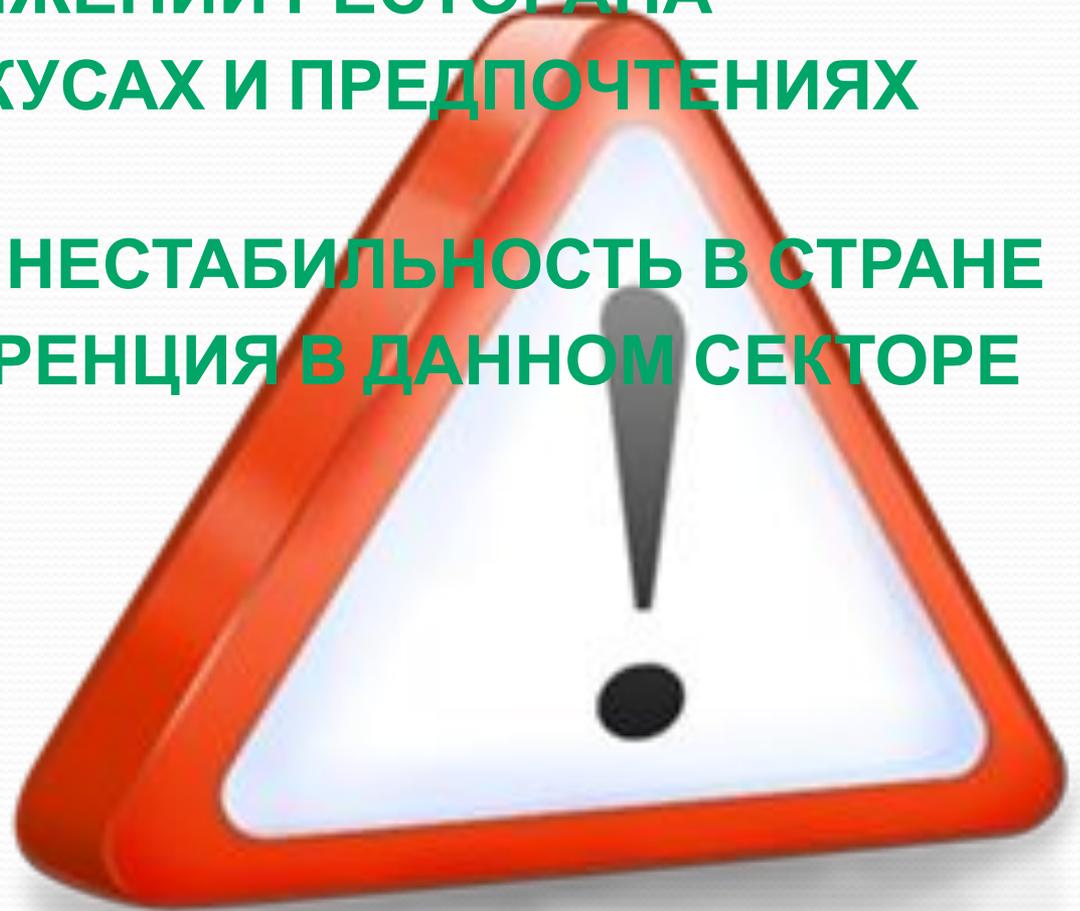
- 
- **Наличие традиционных и фирменных блюд**
 - **Гармоничное оформление интерьера в лучших традициях Японии**
 - **Наличие квалифицированного управленческого персонала**
 - **Хорошее месторасположение ресторана, большая проходимость**
 - **Программы лояльности и специальные предложения**
 - **Отсутствие бесплатного Wi-Fi**
 - **Наличие собственного учебного центра**
 - **Сладкие подарки ко Дню рождения клиентов**
 - **Эффективность бренда и корпоративной культуры**
 - **Наличие постоянных потребителей-гостей**
 - **Наличие опытного технолога при разработке ассортимента предоставляемых блюд**

- **Скорость приготовления заказа крайне медленная, особенно в выходные дни**
- **Недостаточное количество посадочных мест в дни массового посещения ресторана**
- **Персонал меняет своё отношение к клиентам в зависимости от их социального статуса**
- **Блюда в ресторане достаточно дорогостоящие**
- **Практически исчерпаны возможности для расширения площади залов**



- 
- ❖ **Создание собственных компаний-поставщиков**
 - ❖ **Всевозрастающая популярность японской кухни**
 - ❖ **Возможность расширить перечень сервисных услуг - праздники с национальным колоритом, разработка детского меню**

- ✓ СНИЖЕНИЕ ДОХОДОВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
- ✓ СНИЖЕНИЕ СПРОСА ЗА СЧЁТ ПОВЫШЕНИЯ ЦЕН
- ✓ ОДНООБРАЗНАЯ РЕЦЕПТУРА
- ✓ ЗАСТОЙ В ПРОДВИЖЕНИИ РЕСТОРАНА
- ✓ ИЗМЕНЕНИЯ ВО ВКУСАХ И ПРЕДПОЧТЕНИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
- ✓ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НЕСТАБИЛЬНОСТЬ В СТРАНЕ
- ✓ РАСТУЩАЯ КОНКУРЕНЦИЯ В ДАННОМ СЕКТОРЕ УСЛУГ



Выявление конкурентной ПОЗИЦИИ

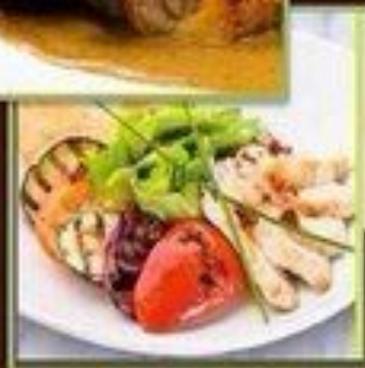
СМОТРИТЕ НА
КОНКУРЕНТОВ С
УЛЫБКОЙ!



Критерии	Планета суши	Евразия	СУШИ ВЕСЛА
Место расположения	5	5	5
Ассортимент	5	3	3
Обновление ассортимента	3	3	3
Цена	5	5	5
Доступность	5	5	5
Режим работы	5	3	4
Дополнительные услуги	5	3	3
Дизайн	4	4	3
Соответствие СанПин	5	5	5
Качество блюд	5	3	3
СРЕДНЯЯ ОЦЕНКА	4,8	3,9	3,9

Факторы	Эксперты									Средний балл
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1.Имидж (дизайн)	8	7	8	7	8	7	8	7	7	7,45
2.Качество обслуживания	7	7	8	6	5	8	9	7	7	7,11
3.Эстетичность	6	7	6	6	8	9	7	5	7	6,78
4.Дополнительные услуги	9	8	9	9	8	7	10	10	9	8,78
5.Ценовая политика	8	8	9	8	8	8	8	8	8	8,1
6.Месторасположение	9	10	10	9	8	9	8	10	9	8,89
7.Профессионализм персонала	10	10	10	9	8	7	8	9	10	9,00
8. Качество блюд	9	8	9	9	7	10	10	9	10	9,00
9.Время обслуживания	8	7	8	6	7	7	7	7	7	7,1
10.Рекламная деятельность	9	9	10	8	10	10	10	9	8	9,22
Итого	8,1	8,4	8,6	8,4	8,1	8,7	8,6	8,3	8,8	8,5

ПЛАНЕТА *суши* ПРЕДСТАВЛЯЕТ!





ПОВАРЬ ...
Это самые наилучшие
Рекомендации







Brand Book

1.00	100.37	3.34
1.00	100.04	2.91
1.00	100.87	2.34
1.00	100.34	4.14
1.00	104.41	1.44
1.00	100.01	0.21

мечтаешь о **БОНУСЕ?**

меняем купоны на карту почетного гостя!



СОБЕРИ **5** КУПОНОВ И ПОЛУЧИ
КАРТУ ПОЧЕТНОГО ГОСТЯ **15%**

Система членских карточек





ANETSUSHI.BY

ПЛАНЕТА СУШИ

ЭВОЛЮЦИЯ ВКУСА

новые
роллы от **40000 руб**



УДОБНАЯ ОПЛАТА

Наличные, банковские карты



20% накопление

При заказе с собой



90 МИНУТ

60 минут везем / 30 минут
готовим Закажи ко време



НАМ ВАЖНО ВАШЕ МНЕНИЕ



Белая Орхидея (8 шт.)

205/30/4 грамм

95 000 руб.





Кебаб Лафа

250/80/50 грамм

49 000 руб.





Терияки с курицей и киноа

250 грамм

69 000 руб.





Медовик

115 грамм

57 000 руб.





Домино (8 шт.)

192/30/4 грамм

95 000 руб.





Тоттори

125 грамм

60 000 руб.





Куриные крылышки в темпуре

280/820/15 грамм

87 000 руб.





Унаги Онигара 9 шт

135 грамм

135 000 руб.





Кольца кальмара в кляре

80/30/15 грамм

45 000 руб.





Суп Том Кха

255 грамм

79 000 руб.





Чизкейк

125 грамм

59 000 руб.





Салат Лингвиста

220/40 грамм

78 000 руб.

 НАМ ВАЖНО ВАШЕ МНЕНИЕ







ЕДУ В
"ПЛАНЕТА
СУШИ"

НЯМ-НЯМ
* "ПЛАНЕТЕ
СУШИ"

СКОРЕЕ БЫ
В "ПЛАНЕТА
СУШИ"



