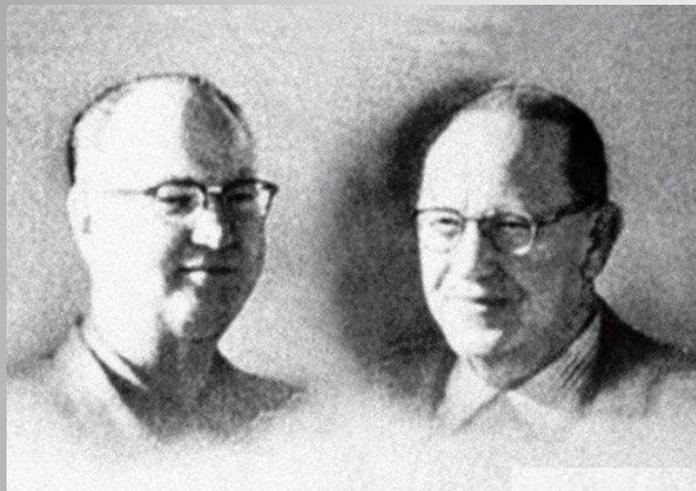


# Тема презентации «McDonald's»



Выполнили студентки  
2 курса 120 фЭБ  
Симакова Софья  
Понамарева Александра  
Чуйченко Кристина

# История создания компании



Мак и Дик Мак Дональд



Новый ресторан Макдональдс

- Создатели: братья Мак и Дик Мак Дональд
- Новый ресторан братьев открылся в декабре 1948 года в городе Сан Бернардино, Калифорния

# Новшества в ресторане «Макдональдс»

- Впервые в ресторанах Америки была введена система самообслуживания
- Кухни были реконструированы
- Посуда заменена на пластиковую



# История Рэя Крока



- Главную роль во всемирном распространении компании Макдональдс сыграл Рэй Крок.
- В 1955 году он основал McDonald's System, Inc.



Рэй Крок

# Цель "Макдоналдс"

- Быть производителем, у которого самые **оптимальные затраты** в индустрии, но не самые низкие, потому что компания обязана предоставлять самое **высокое качество**.
- Концепции качества следуют во всей корпорации, прививая **культуру качества** через следующие принципы:
  - *ориентироваться на посетителя,*
  - *анализировать факты,*
  - *оценивать людей и постоянно улучшать все аспекты нашего бизнеса*

# Организационная структура

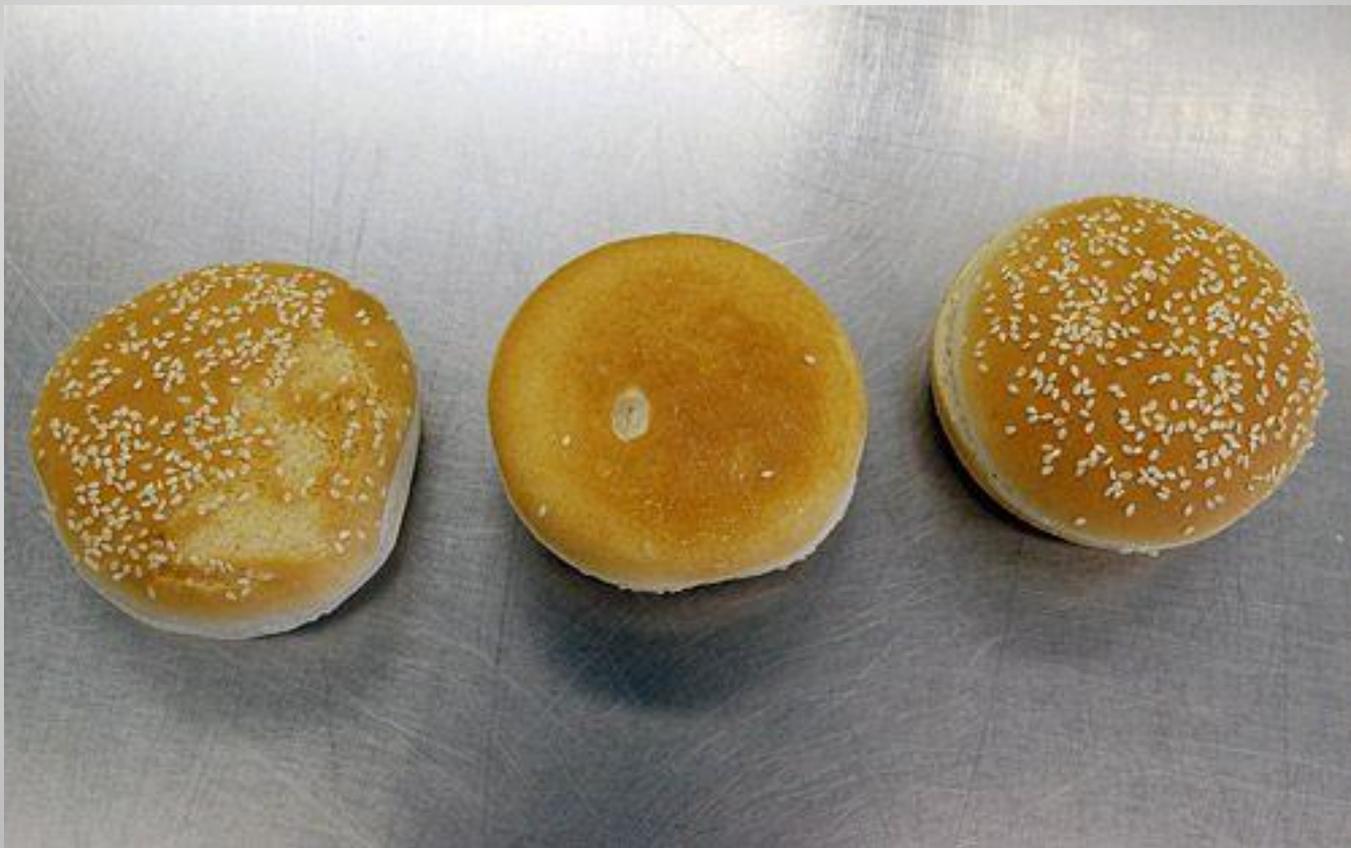


# Преимущества организационной структуры ООО «Макдоналдс»:

- четкое разделение труда;
- строгая иерархия уровней управления;
- выработка единых для каждого вида деятельности правил, норм и стандартов;
- формальная обезличенность руководителей;
- найм на работу в строгом соответствии с квалификацией работника и его увольнение «строго по закону».



**Для сравнения: слева и в центре - бракованные булочки, справа - правильная, качественная булочка.**



# Поставщики

- «**Альфа Пак**» - поставщик упаковочной продукции
- «**Белоцерковский молочный комбинат**» - основа для молочных десертов
- «**ОСИ Фуд Солюшнс Украина**» - говяжьи и свиные полуфабрикаты
- «**Ист Болт Украина**» - булочки
- «**Славянский Дом**» - свежие овощи

# Словесный и графический товарный знак

**McDonald's** знаком почти каждому, даже тем, кто не пользуется услугами сети этих ресторанов быстрого питания. Выглядит он следующим образом: большая буква «М», которую выделяют на общем фоне, а сбоку или внизу (как правило, хотя может и не быть) само название ресторана. Все выполнено в простой и, казалось бы, ненавязчивой манере. Со времени открытия McDonald's изображение и название не менялось, что способствует большему запоминанию марки.



1955



1962



# Цветовая гамма и фирменный шрифт

Используются такие варианты как: красный, оранжевый, желтый, иногда черный, а в последнее время и зеленый. Именно эти цвета в большинстве своем и привлекают клиентов.

Красный, оранжевый и желтый являются наиболее привлекательными, они могут возбуждать, лучше запоминаются; оранжевый воспринимается как горячий, он согревает и бодрит; желтый цвет стимулирует мозг. Эти три цвета вызывают жизнерадостность и импульсивность. Учеными было доказано, что сочетание красного/желтого/оранжевого и черного воспринимаются в сознании человека как побуждение к действию, они говорят человеку о доступности того, что находится перед ними.

Также в последнее время компания практикует использование еще и зеленого цвета, который успокаивающе влияет на нервную систему, утоляет боль, снимает раздражительность, усталость. В основном такую цветовую гамму используют в тех ресторанах, которые находятся ближе к центру города, где большой поток населения и где работает достаточно много людей, которым необходима временная разрядка и ослабление напряжения, получаемое на рабочих местах.

Большое значение в интерьере McDonald's имеет цвет стен, который помогает покупателю составить достаточно полное представление о цвете, фактуре и форме товара. Стены ресторанов чаще окрашивают в мягкие тона, причем не обязательно одинаковые. Удачное сочетание цветовых тонов дает интересный колористический эффект.

# Фирменный

## блок

Фирменный блок — традиционное, часто употребляемое сочетание нескольких элементов фирменного стиля. Как правило, это графический товарный знак и название. Нам представляется общая картинка с простой и доступной для понимания графикой; яркое изображение, которое привлекает клиентов и легкий, пусть и не литературный, слоган, который запоминается почти с первого раза. Словом, фирменный блок McDonald's выполнен очень эффективно и одновременно просто, т.е. компания сыграла на элементарных житейских особенностях восприятия и ассоциативного ряда своей аудитории.



# Слоган

В последние несколько лет **McDonald's** использует в рекламе новый слоган: «I'm lovin' it» (Я люблю это / Мне это нравится), который всем быстро запомнился и который все очень быстро подхватили, с учетом аудио-образа компании.



# Рекламный образ

Помимо перечисленных элементов у данного бренда существует и свой рекламный «образ», представленный в виде жизнерадостного и доброго клоуна, который всегда рад своим клиентам, в особенности детям (компания является постоянным участником благотворительных компаний или же его инициатором)



**i'm lovin' it**



# Заключение:

McDonald's сегодня – это самая крупная сеть ресторанов по всему миру. Ее персонал насчитывает более 450 000 человек, а ежегодный доход составляет около 20 миллиардов долларов.



**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**