

Актуальные коммуникационные технологии продвижения сервисов доставки готовой еды

Научный руководитель – Гавра Дмитрий Петрович

Черепанова Юлия Андреевна

Студент (бакалавр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра связей с общественностью в бизнесе, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: yulya_cherapanova_98@mail.ru

В данном исследовании рассмотрены современные каналы коммуникации сервисов доставки еды, проанализирована их роль в маркетинговом продвижении компаний.

В настоящее время сфера общественного питания и доставки еды динамично развивается. Американская Национальная ассоциация ресторанов подтверждает высокий уровень развития ресторанной сферы США. На данный момент в стране насчитывается более миллиона ресторанов, и ожидается, что их станет больше. Ресторанная индустрия составляла 4% от ВВП США в 2019 году. Дело в том, что жители Соединенных Штатов тратят 51% своего продовольственного бюджета на рестораны и питание вне дома [11].

Российский рынок общественного питания показывает аналогичную тенденцию роста. По данным службы Росстат, за период январь-октябрь 2019 года оборот общественного питания в России составил 1,2 трлн. рублей. Это на 3,9% больше, чем оборот рынка за аналогичный период 2018 года [1]. Если говорить о доставке готовой еды, стоит отметить, что, по оценкам «РБК Исследования рынков», объем российского рынка сервисов доставки готовой еды в конце 2019 года достиг 170 млрд рублей, и это на 25,3% больше, чем объем данного рынка за 2018 год [3].

Таким образом, маркетинговые и коммуникационные инструменты могут стать конкурентным преимуществом в продвижении компаний.

Исследователи «РБК Исследования рынков» взяли экспертное интервью у владельцев крупнейших российских ресторанов. При изучении данных интервью мы выявили, что digital-технологии становятся ключевыми инструментами в продвижении компаний [3]. Одни из актуальных коммуникационных технологий на рынке общественного питания — это разработка собственных мобильных приложений и создание чат-бота в мессенджерах. Далее рассмотрим инструменты подробнее, обратив внимание как на теоретическую, так и на практическую составляющие.

Мобильное приложение — маркетинговый инструмент, способствующий удержанию клиента. Согласно данным Pew Research Center, сегодня 5 миллиардов людей пользуются мобильными телефонами на регулярной основе [9]. Заведениям общественного питания целесообразно выработать привлекательные решения для каждого вида девайса. Клиент ощущает качественно иную связь с брендом, если, после скачивания приложения, он несколько раз в него зайдет [3]. Для удержания клиента в приложении используют игровые элементы и применение жестов в управлении. Например, приложение Pizza Hut использует анимированные куриные крылышки и падающий на пиццу сыр, а приложение Domino's имеет возможность случайного выбора пиццы с помощью «однорукого бандита» [8,6].

Стоит отдельно рассмотреть мобильные решения, разработанные для доставки готовой еды. Люди хотят контролировать процесс: отслеживание заказа дает клиенту уверенность

в компании и сокращает ожидание, даже когда время услуги превышает обещанное. Например, в приложении «Додо пиццы» клиенты могут смотреть, как готовят заказ, с помощью веб-камер, размещенных во всех ресторанах сети [2].

В конце 2018 года зарубежный отдел Burger King организовал масштабную рекламную акцию, направленную на загрузку мобильного приложения. Сеть дарила бесплатные сэндвичи любому, кто загрузит приложение, стоя в пределах 200 метров от главного конкурента — McDonald's. Акция сделала приложение Burger King самым загружаемым бесплатным приложением в App Store в первые дни акции [5].

Следующий коммуникационный тренд зародился в Европе и еще не получил распространение в России. Речь идет о создании **чат-ботов в мессенджерах**. Мгновенный обмен сообщениями с помощью чат-бота — это «вид онлайн-чата, который предлагает передачу текста в реальном времени через Интернет» [7].

Следует отметить, что рост интереса к подобным ботам обусловлен увеличением числа пользователей мессенджеров. По состоянию на октябрь 2019 года, ежемесячно к мессенджеру WhatsApp обращались 1,6 миллиарда пользователей, к Facebook Messenger — 1,3 млрд пользователей [10].

Такие помощники оперативно собирают нужную информацию от клиента без необходимости консультации по телефону. По данным компании «Наносемантика», наличие чат-бота снимает до 40% нагрузки с операторов службы поддержки и на 40-70% сокращает затраты компаний на работу данной службы. При этом чат-боты делают бизнес доступным 24 часа в сутки и обеспечивают легкое обслуживание клиентов с часто задаваемыми вопросами. Главное преимущество чат-бота заключается в том, что он может сопровождать пользователя в течение всего процесса покупки — от формирования потребности до выбора, при этом значительно ускоряя процесс, а значит, увеличивая конверсию [4].

Таким образом, сфера доставки еды находится на высоком уровне развития, в связи с чем возрастает конкуренция между компаниями. Сервисам стоит следить за трендами коммуникации и вводить новые маркетинговые решения раньше конкурентов, что позволит занять лидирующие позиции на рынке.

Источники и литература

- 1) Россия в цифрах. 2019: Крат.стат.сб. / Росстат – М., 2019. – С. 281.
- 2) Додо пицца. URL: <https://dodopizza.ru> (дата обращения: 24.02.2020).
- 3) Российский рынок доставки готовой еды 2018 // Сайт РБК. URL: <https://marketing.rbc.ru/research/34344/> (дата обращения: 06.02.2020).
- 4) Чат-боты для бизнеса // Сайт Наносемантика. URL: <https://nanosemantics.ai> (дата обращения: 21.02.2020).
- 5) Burger King // Сайт Twitter. URL: <https://twitter.com/BurgerKing> (дата обращения: 26.02.2020).
- 6) Domino's. URL: <https://dominospizza.ru> (дата обращения: 24.02.2020).
- 7) Most popular global mobile messenger apps as of October 2019, based on number of monthly active users // Сайт Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/258749/most-popular-global-mobile-messenger-apps/> (дата обращения: 21.12.2019).
- 8) Pizza Hut. URL: <https://pizzahut.ru> (дата обращения: 24.02.2020).

- 9) Smartphone Ownership Is Growing Rapidly Around the World, but Not Always Equally // Сайт Pew Research. URL: <https://www.pewresearch.org/global/2019/02/05/smartphone-ownership-is-growing-rapidly-around-the-world-but-not-always-equally/> (дата обращения: 22.02.2020).
- 10) WhatsApp, WeChat and Facebook Messenger Apps – Global Messenger Usage, Penetration and Statistics // Сайт Messenger People. URL: <https://www.messengerpeople.com/global-messenger-usage-statistics/> (дата обращения: 22.02.2020).
- 11) 75 Significant Restaurant Statistics: 2019 & 2020 Analysis of Data & Market Share // Сайт Finances Online. URL: <https://financesonline.com/restaurant-statistics/> (дата обращения: 07.02.2020).