

Анализ Клиентов для сети кафе «Гараж»: новые подходы к бизнесу вместе с ЕБРР

Бизнес-аналитика со вкусом: кафе «Гараж» увеличивает лояльность своих посетителей вместе с системой QlikView. Популярная молодежная сеть кафе вместе с командой A2 Консалтинг внедрила систему бизнес-аналитики QlikView для анализа продаж и лояльности посетителей. Проект был реализован при финансировании ЕБРР по программе поддержки малого среднего бизнеса. Стоит отметить, что компания получила этот грант как один из самых перспективных проектов.



О компании



Сеть насчитывает **10 заведений**, оборудованных в стиле популярных автомобилей. Сеть «Гараж» признана лучшим

молодежным кафе по версии Golden Chef. Работает более 5 лет на рынке общественного питания Беларуси, осуществляет доставку блюд и системно развивается для предоставления высокого качества питания и сервиса. Подробнее www.cafegarage.by

Выбор решения

Рост и развитие сети заведений общественного питания невозможен без анализа потребительских предпочтений, поведения клиентов, структуры продаж. Нам была поставлена задача: проанализировать данные о продажах и клиентах и выработать рекомендации по увеличению лояльности, спроса и эффективности акций.

Подход к реализации поставленной задачи был разбит на два этапа: аутсорсинговый аудит и работа с клиентской базой. После завершения пилотного проекта, компания решила реализовать полноценное внедрение приложения для анализа.

Перед нами стояли следующие цели:

- ✓ Консолидация рабочих данных в едином приложении
- ✓ Сегментация клиентской базы
- ✓ Анализ поведения потребителей
- ✓ Выработка сценариев коммуникации под каждый сегмент.

«Внедрена и запущена в промышленную эксплуатацию система бизнес-аналитики QlikView в сети кафе «Гараж». Проект получил грант от ЕБРР,



финансировался Европейским Союзом и был успешно реализован нашей проектной командой. Суть проекта была во внедрении системы бизнес-аналитики

для анализа поведения клиентов и повышения эффективности маркетинговых мероприятий.

Система QlikView позволила компании быстро получать отчеты и создавать информационные панели для наблюдения за изменениями предпочтений посетителей. Благодаря системе гибкого оперативного анализа данных менеджмент сети «Гараж» принимает более обоснованные решения в части расходов на проведение маркетинговых мероприятий и мгновенно реагирует на появление новых возможностей» - комментирует внедрение директор компании-интегратора Александр Гончар.

Описание решения

Заказчик: Сеть кафе «Гараж»

Отрасль: Общественное питание

Функционал: Всесторонний анализ клиентов, формирование ценностных предложений, улучшение результативности маркетинга.

География: Беларусь

Предпосылки:

- Отсутствие понимание Гостя;
- Размытая эффективность маркетинговых активностей;
- Разрозненность данных (более 6 источников);
- Сложный контроль над ключевыми показателями работы сетевого кафе: фуд-кост, оборачиваемость столиков, махинация со скидками; продуктивность персонала.

Старт проекта:

Пилотный проект по анализу Гостей службы доставки.

База: более 60 000 Клиентов.

Преимущества:

- Управление продажами в компании вышло на качественно новый уровень.
- Управление лояльностью, маркетингом и ценностными предложениями для Гостей стало таргетированным.
- Общее повышение эффективности управления активами компании и рост прибыльности сети.
- Результаты аналитики повлияли и на работу с персоналом и на оптимизацию меню и на бонусную программу в сети.

ИТ-интегратор: A2 Консалтинг

Ход проекта

Следом за пилотным проектом, мы выделили несколько этапов:

- сегментация Гостей по АБЦ принципу;
- выделение ушедших Гостей;
- оценка эффективности существующей программы лояльности и скидочных активностей.

Бонусы оказались эффективней в 5 раз стандартных скидочных предложений. При этом, затраты на содержание бонусной программы составили только 5 % от общего ТО, сгенерированного участниками;

Комплексное понимание поведения Гостей **помогло вернуть 8 % ушедших Клиентов уже в первый месяц работы.** При этом не потребовалось никаких дополнительных затрат.

Была проанализирована общая динамика продаж, выявлен спад по определенным категориям блюд. При общей положительной динамике товарооборота одно из направлений кухни стабильно падало и приносило дополнительные расходы. Что помогло принять взвешенное решение об **оптимизации меню** и дальнейшему его развитию.

Следующим этапом было полноценное внедрение аналитического приложения по **комплексному анализу всех аспектов работы кафе и учета Гостей:**

- ✓ Средний чек
- ✓ Средний чек за стол
- ✓ Глубина проникновения в чек (пенетрация)
- ✓ Глубина чека (количество SKU в чеке)
- ✓ Выручка за вычетом скидок
- ✓ Выручка на 1 посадочное место
- ✓ Эластичность
- ✓ Оборачиваемость стола
- ✓ Время обслуживания
- ✓ Объем продаж
- ✓ Канибализация
- ✓ Наценка
- ✓ Рост от предыдущего периода
- ✓ Кросс продажи (совместно покупаемые товары)
- ✓ Анализ мошенничеств со скидками;

Первые результаты:

В результате внедрения проекта **BI QlikView по анализу заказов и клиентов** удалось консолидировать данные с различных источников (1С, кассовое ПО, Call-центр, интернет ресурс, отчеты менеджеров в Excel). Реализовать анализ оборачиваемости столиков для увеличения прибыли.

Система помогла лучше контролировать работу сотрудников и выполнение заказов, что позволило увеличить уровень лояльности клиентов.

Преимущества аналитики QlikView:

- Увеличение числа лояльных клиентов и возврат 10% потерянных посетителей.
- Качественная реализация маркетинговых мероприятий.
- Снижение затрат на контроль утечек прибыли.
- Возможность проводить быстрые аналитические расчеты.



Сергей Шопик, Директор по маркетингу «Domino's Pizza», приглашенный эксперт.
"Рынок общепита в Беларуси переживает новый

виток развития: увеличение конкуренции и уменьшение дохода населения выдвинуло работу по удержанию Гостей на передний план. Только те компании, которые понимают поведение своего Гостя, его потребности, смогут удержаться сегодня на рынке. Мы рады, что смогли реализовать проект такого уровня с лидером белорусского общепита и, надеемся, что сотрудники компании продолжат работу в этом направлении в будущем".



По словам генерального директора компании Олега Паречина, его бизнес столкнулся с недостатком информации о количестве

постоянных клиентов, их профиле и предпочтениях. Более того, разрозненность данных мешала оценке эффективности маркетинговых мероприятий, направленных на привлечение и удержание посетителей.

«По итогам проекта, в результате мы смогли лучше понимать поведение клиентов и их предпочтения и увеличить эффективность маркетинговых мероприятий. В течение года после завершения проекта в сети открылось пять новых кафе, оборот компании вырос на 26%, производительность персонала увеличилась на 110%», - подвел итоги сотрудничества Олег Паречина.

Менеджер группы поддержки малого бизнеса ЕБРР Ольга Кузнецова:



«После обращения компании к нам, мы совместно выбираем эксперта, который в последствии помогает компании разработать план мероприятий по

повышению эффективности бизнеса и стратегию дальнейшего развития. При этом Европейский банк реконструкции и развития не только берет на себя все организационные моменты, но благодаря поддержке доноров, таких как Евросоюз, также финансирует до 80% стоимости консультационных услуг.

После окончания программы мы не бросаем своих клиентов. Через год мы встречаемся и анализируем, насколько проект был эффективным. В результате такой оценки рождаются кейсы - реальные истории о том, как сравнительно небольшие вливания помогают бизнесу трансформироваться».

На сегодняшний день, проект завершен, современный менеджмент компании получил передовое аналитическое решение для эффективного управления своим бизнесом. Мы благодарим всех участников проекта внедрения за интерес к продукту Qlik. Также выражаем благодарность команде от ЕБРР за возможности осваивать лучшие мировые практики и внедрять высококлассные ПО для малого и среднего бизнеса в РБ.



European Bank
for Reconstruction and Development



A2 Consulting