

ВАРЕНИКИ



Предварительная информация про ТМ «Вареники ТУТ»

Основные положения

Торговая Марка «Вареники ТУТ» была создана в 2009 году. Несмотря на юный возраст компании, ТМ успела зарекомендовать себя как успешный, прибыльный и оригинальный проект, который способен создавать конкуренцию даже тем компаниям, которые уже не первый год являются лидерами на рынке Украины. Это связано с тем, что «Вареники тут» выгодно отличаются от других заведений быстрого питания в Украине. Традиционная любовь к вареникам в сочетании с современными методами создания заведений общественного питания синтезируются в интересную и успешную концепцию.

Если определять сегмент рынка, в котором работает ТМ «Вареники тут», то он располагается между рестораном и фаст-фудом. От обеих сфер было взято самое лучшее. От ресторана мы переняли высокое качество блюд, а от фаст-фуда - скорость обслуживания и демократичные цены.

Высокая рентабельность бизнеса (до 30 - 35% в месяц) определяет достаточно короткий срок окупаемости (около 9 месяцев, при условии функционирования на собственной площади, при высокой арендной ставке срок возврата инвестиций возрастает). Доходность определяется стабильным потоком посетителей в ресторане как в рабочие, так и выходные дни недели. Если это условие по каким-либо причинам не выполняется - экономические показатели предприятия снижаются.

Основными преимуществами ТМ является: использование высококачественных полуфабрикатов собственного производства; простая и быстрая система обслуживания; продуманный, стильный интерьер, уникальная атмосфера и освещение; такие дополнительные услуги как: возможность взять готовый заказ с собой, возможность приобрести нашу продукцию в замороженном виде ("Вареники to go"), WiFi, лояльная ценовая политика, широкая целевая аудитория.

На данном этапе своего существования ТМ уже донесла до потребителей суть своей концепции, и сформировала основные ценности. Но на этом мы не останавливаемся. Мы всегда совершенствуемся, ищем новые идеи, адаптируемся к нуждам потребителей, устраняем недостатки, трансформируем слабые стороны в сильные.

Успех ТМ также заключается в концентрации всеобщего внимания на основном продукте, который мы предлагаем. Наши клиенты знают чего они хотят и

получают то, за чем они пришли, а весь дополнительный ассортимент удачно подчеркивает качество, оригинальность и самобытность основного продукта.

Неотъемлемой частью создания положительного имиджа является бренд компании. Бренд является визитной карточкой нашего бизнеса и как ничто другое создает хорошее впечатление у потребителей и партнеров. Он диктует те стандарты, которые оказывают наибольшее влияние на наших потребителей, а именно:

- Основной ассортимент заведения
- Высокий уровень качества продукции и обслуживания
- Интерьер
- Соблюдение санитарных норм
- Музыкальное оформление
- Ценовая политика
- Рекламная и маркетинговая политика
- Логотип торговой марки

Основным методом развития сети ресторанов является франчайзинг. Схема работы действует следующим образом: независимое физическое или юридическое лицо обращается в офис компании. Добровольно берет на себя обязательства четко придерживаться требований франчайзера, как владельца франшизы. Договор об использовании коммерческой концессии подписывается на 5 лет.