

**ПРИЙОМИ MCDONALD'S ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ «ЗЛОГО» МАРКЕТИНГУ**

Студ. Чех-Чеховська Я.І.

Наук. керівник доц. Яренко А.В.

Київський національний університет технології і дизайну

McDonald's – це «ресторан швидкого харчування». Слово «швидкого» в цьому словосполученні аж ніяк не означає швидкість виконання вашого замовлення (хоча вона справді висока). Це слово не дарма стоїть перед словом «харчування». Макдональдс створений для того, щоб ви проводили в ньому максимально мало часу – знаменита конвеєрна система обробки відвідувачів. Крім неї є і сотня інших хитрувань і прийомів. Ось найцікавіші з них: Виходячи із закону конвеєра створюється дизайн і топоніміка залу. В Макдональдсах практично немає місць, де б ви могли повністю розслабитися і поїсти з задоволенням («поїсти довго»). Навпаки – столи розставляються так, щоб ви весь час відчували присутність інших людей. Вони будуть постійно ходити у вас за спиною, зачіпати вас рукавами, а напої з їх підносів будуть загрожувати пролитися на вашу голову. У підсумку ви підсвідомо прискоритеся і з'їсте свій «Хеппі Мілс» в два рази швидше. У більшості Макдональдсів використовується жорсткі меблі, в багатьох європейських ресторанах є тільки стоячі місця за високими барними столами. В залах грає швидка, енергійна музика – вона «підстьобує» клієнтів поїсти швидше і поступитися місцем іншим. У кожного касира є дедлайн – на замовлення від одного відвідувача відводиться рівно 60 секунд.

У багатьох американських ресторанах мережі на їжу у відвідувача є тільки півгодини – після закінчення терміну охоронець може поквалити вас. Велика кількість молодих людей відвідує McDonald's заради безкоштовного бездротового Інтернету. Продавцям заборонено вживати частку «не» в розмові з покупцем – так-так, це прояв Того Самого Закону Маркетингу. Всі фрази заучені і не містять в собі заперечення. Якщо відвідувач не називає розмір порції, йому «за замовчуванням» пробивають найбільшу. В США корпоративні правила наказують наймати на роботу не дуже симпатичних дівчат. У спеціально спроектованій формі вони виглядають непривабливо, одноманітно – все це створює потужний тренд «сімейного ресторану». Жінки не бояться приходити в Макдональдс з чоловіками – ті не будуть витріщатися на гарненьких офіціанток (при причини їх відсутності). Основний заробіток Макдональдса в усьому світі дають ... напої! Вони сильно переоцінені в порівнянні з іншими місцями, навіть кава коштує в McD дорожче, ніж в Старбаксе. Співробітникам ресторанів потрібно постійно брати в руки швабру і прибиратися.

Маркетологи мережі виявили, що вигляд людини зі шваброю і ганчіркою не тільки не викликає відторгнення, але навіть навпаки – створює враження чистоти та якості. Всі співробітники, задіяні на кухні, постійно змінюються – для того, щоб знизити ймовірність помилок від монотонної праці. Співробітники на касі зобов'язані пропонувати відвідувачам «щось ще» – салати, напої, морозиво. Як правило, це «щось» представлено продуктами, термін життя яких вже добігає кінця. Ну, і нарешті, найголовніше. У McDonald's не можна просто так купити франшизу і відкрити свій ресторан де-небудь. Бажаючих відкрити ресторан чекають складні процедури узгодження та перевірок, після яких власника бізнесу і майбутніх менеджерів та адміністраторів чекають в спеціальній школі Макдональдс. У цій школі їм належить кілька тижнів проходити інтенсивне навчання тонкощам змісту ресторану. Після закінчення навчання кандидатів на франшизу чекає іспит та інструкція, в якій описується все: від часу прожарювання картоплі-фрі до довжини усмішки прибиральниці. Є навіть правила, що описують послідовність мийки рук після туалету. За недотримання правил і законів власник штрафує своїх співробітників, а наглядачі за франшизою – власника.

McDonald's – це потужна система, описана і вивірена до тонкощів. Це справжня фабрика швидкого харчування, в якій співробітники ресторанів – прості гвинтики, а відвідувачі обробляються та обслуговуються немов деталі на конвеєрній стрічці. А ще це «злий», але неймовірно ефективний маркетинг, якому можна тільки повчитися.