

Domino's Pizza

Приключението, пътят и дестинацията



Как се стигна до тук

Много кратка история на бранда

- Създадена през 1960 година от Том Монахан и брат му.
- Брат му не иска да си прекратява кариерата като пощальон и продава своя дял.
- 1965 името се променя.
- 1967 първи франчайз
- 1978 200 обекта

За нас

- Малка история за нас.
- Как се започна – преговори, обучение и очакванията
- Мнения и скептичност
- Идеали и стратегия
- Отваряне – Очакване VS Реалност

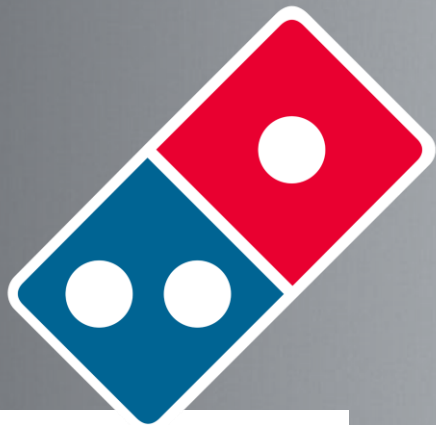


След първоначалната еуфория

Трудностите започват

- Броят поръчки е много повече от това което сме прогнозирали
 - Недоволни клиенти
 - Персоналът не е достатъчен
- Организацията ни е грешна
 - Моделът, който копираме е грешен
 - Нямаме опит и всичко е на ръба (Гърция)
 - Загубите се трупат
 - Отваряме втори обект
- Кризата е на лице
 - Нямаме финансиране
 - Доминос не са доволни
 - План Б





Фокус цел
работа

M	T	W	T	F	S
		1	2	3	4
6	7	8	9	10	11
13	14	15	16	17	18
20	21	22	23	24	25
27	28				



Рестарт и реструктуриране

- Всички работим нон-стоп
- Екипът
 - Сплотяване
 - Всеки работи навсякъде
 - Раждане на културата
 - Това ни прави различни
- Хора/Късмет/Развитие
- Идеали и стратегия 2
- Подобряване

- Финансовите проблеми са налице но мечтите също



Изчистена стратегия

Разполагахме с:

- 1) Невероятен продукт
- 2) Страхотен млад екип
- 3) Желание и енергия да сме най-добрите на пазара

Не разполагахме с:

- 1) С много средства

Цел – Да станем лидерите на пазара



Изчистена стратегия

Модерната компания

Локален Маркетинг (горила)

- Промоции (всички участват)
- Флаери/менюта/магнити

Онлайн реклама във време
на преход

- Google, banners, mass
mail, push notifications

- Апликации, онлайн поръчки,
намаления, промоции,
събития

Социални мрежи

PR - Събития

Всякакви възможни средства



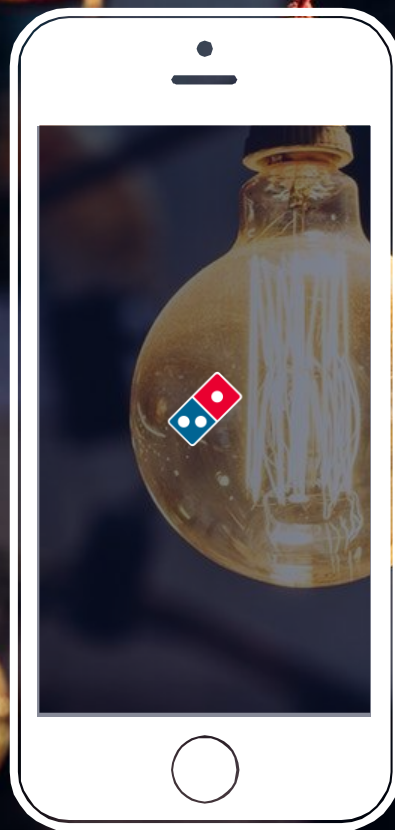
Дигитална насока

Фокусирахме се върху онлайн
поръчките

- предимства
- информация

Комуникация с клиентите

Гъвкавост и преимущество
пред конкурентите



Няколко годни по - късно

Поръчки

- Най-много поръчки средно на магазин в света
- Оборот

Обекти

- Ръст всяка година
- Брой обекти 2017/2018

Идеали и начин на работа

- Хора в екипа
- Непроменена Култура



Колелото се завъртя ?

Агресивно разрастване

Отбор от звезди

Нови хоризонти



Мисията

Агресивен растеж в България

Агресивен растеж в Сърбия

Придобиване на нови
пазари

Номер 1 в България и навсякъде където
оперираме

Но надали





Благодаря !