

Анализ коммуникационных стратегий популярных кофейных сетей в Москве

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Оносова Ярослава Павловна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: araket7@gmail.com

Развитие культуры потребления в Москве привело к формированию одного из самых конкурентных рынков кофейных сетей в России. В условиях перенасыщения рынка и высокого ритма жизни столицы, успех компаний всё меньше зависит исключительно от качества продукта и всё больше — от комплексной коммуникационной стратегии, адаптированной к локальным особенностям и сегментам потребителей. Универсальные подходы к маркетингу и коммуникации часто оказываются менее эффективными по сравнению со стратегиями, сфокусированными на конкретной нише, так как позволяют выстраивать более прочные и осмысленные отношения с клиентом.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью систематизации коммуникационных практик, применяемых на московском рынке, и оценки их эффективности. Рынок переживает переходный этап от количественного роста к качественной трансформации, когда игроки вынуждены искать уникальные конкурентные преимущества. Несмотря на обширную практику, вопрос сравнительного анализа целостных стратегий сетей с разными бизнес-моделями остается недостаточно изученным, что определяет научную и практическую значимость темы.

Объектом исследования являются коммуникационные стратегии сетевых кофейных предприятий Москвы. Предмет — особенности формирования и реализации маркетинговых стратегий на примере сетей: Coffeemania, Surf Coffee и Stars Coffee. Цель работы — проведение сравнительного анализа коммуникационных стратегий популярных кофейных сетей Москвы для выявления ключевых успешных моделей и разработки практических рекомендаций. В ходе исследования решаются задачи по рассмотрению трендов рынка, классификации стратегий, изучению инструментария коммуникаций и сравнительной оценке эффективности.

Теоретическую базу исследования составляют труды классиков маркетинга: Ф. Котлера, рассматривающего общие принципы маркетинга, Д. Траута, акцентирующего внимание на дифференциации, и Д. Огилви, посвятившего работы практическому продвижению. Комплексные кейс-стади, посвященные сравнительному анализу маркетинговых стратегий именно в сегменте московских кофейных сетей, не представлены в научной литературе, что обуславливает потребность в данном исследовании.

Таким образом, анализ коммуникационных стратегий ведущих кофейных сетей Москвы позволяет выявить ключевые факторы рыночной устойчивости и успешности компаний, а также определить наиболее эффективные модели коммуникации с потребителем в условиях высококонкурентной городской среды.

Источники и литература

- 1) Аакер Д. А. Создание сильных брендов. — М.: Издательский дом Гребенникова, 2003. — 440 с.
- 2) Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. — 15-е изд. — СПб.: Питер, 2018. — 848 с.

- 3) Котлер Ф. Основы Маркетинга. — Издательство «Диалектика», 2020. — 752 с.
- 4) Огилви Д. О рекламе. — Издательство «МИФ», 2016 — 224 с.
- 5) Траут Д. Дифференцируйся или умирай! — Издательский дом «Питер», 2006. — 97 с.
- 6) В 2024 году кофейни сохранили статус наиболее динамично развивающегося сегмента ресторанного рынка [электронный ресурс] // Marketing.rbc.ru — <https://marketing.rbc.ru/articles/15505/>
- 7) Маркетинг малых пространств: как кофейни влияют на городскую культуру [электронный ресурс] // Sostav.ru — <https://www.sostav.ru/blogs/277733/56910>
- 8) «Минута – это долго» Почему классические кофейни – мертвый бизнес [электронный ресурс] // incrussia.ru — <https://incrussia.ru/share/rynok-kofeen/>
- 9) Обзор кофейного рынка в Москве [электронный ресурс] // Coffeestate.ru URL-(https://coffeestate.ru/info/coffee_news/obzor_kofeynogo_rynka_moskvy_mnenie_eksperta/)