

Фокус с борщём

Функциональная область: продукт

Отрасль: HoReCa

Ключевые слова: фокусированная стратегия

Автор: Анастасия Сербинова

Дата публикации: 19.08.2019

Лицензия: Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0 Всемирная (CC BY 4.0) Анастасия Сербинова. Копирование, распространение и иное использование разрешается при условии указания авторства.

В небольшом городе Пушкин рядом с Санкт-Петербургом есть пример бизнеса, сфокусированного по двум признакам: географии и кухне. Сеть кафе «Борщ» - это 4 точки в г. Пушкин и одна в г. Павловск (что не сильно портит картину фокусировки по территории, так как городки расположены очень близко друг к другу). В монокафе подают только борщ в разных его версиях и больше ничего.

Внимание стратега привлекает, так как фокусировка, то есть принятие решения о том, что бизнес чего-то не делает - не развивается по территории за определенным радиусом, не расширяет меню, не делает потом (как все) ланчи по 300 рублей, чтобы выжить - это редкое явление.

Казалось бы, достаточно оригинальности, но нет. Компания практикует также необычный подход к ценообразованию (плати, сколько считаешь нужным после того, как поел), на мой взгляд, нарушая «юзабилити» для среднестатистического клиента. Вопрос «а сколько надо заплатить» достаточная заноза для того, чтобы обойти заведение стороной.

По словам известного ресторатора, владельца сети кафе "Борщ", проект денег ему пока не приносит.

<http://borsch.gutsait.ru/>

<https://www.the-village.ru/village/food/food-industry/332531-kafe-borsch>

Об авторе: Анастасия Сербинова партнёр, консультант, преподаватель Vera Via Strategy Consultants.

Постоянный линк кейса: <https://veraviastrategy.com/strategic-case-library/fokus-s-borshhyom>

2020 Vera Via Strategy Consultants