

«Додо Пицца» - как предприниматель из Сыктывкара создал самую большую сеть пиццерий в России

Отрасль	Общественное питание
Компания, бренд	Додо Пицца
Год	2011 – н.в. (2020)
Первоисточник	Федор Овчинников, предприниматель, основатель сети
Источник	«Додо книга», http://dodostats.ru/ , https://www.dodofranchise.ru/ открытая информация в сми https://www.vedomosti.ru/business/characters/2018/03/26/754846-ovchinnikov-dodo
Автор-«упаковщик»	Березин Игорь
Принял (акцептовал)	Птуха Анастасия
Проблема, идея	Сделать лучшую пиццу (сеть) в родном городе, стране, мире
Задача	Сделать одну небольшую пиццерию прибыльной (2011) Открыть вторую пиццерию в Сыктывкаре (2012) Сформировать партнерскую сеть из 50 участников (2013) Привлечь деньги (100 млн. руб.) от частных инвесторов (2015) Выручка – миллиард рублей в год (2015) Открыться за рубежом: Румыния (2014), Казахстан, Эстония(2015), США (2016), Китай (2016) Открыть к концу 2020 г. 2500 пиццерий
Решение	«Лучшие продукты за разумные деньги». Фанатично следят за чистотой везде: кухня, зал и т.д. Фанатично следят за свежестью продуктов. Все что переживало срок годности, падало на пол, подгорало – выбрасывается. Каждому предмету – свое место. Как на японских автозаводах. Внедрили информационную систему (ИС) с элементами «искусственного интеллекта» - «Додо разум». Она могла работать в браузере любого устройства. Разработана конкретно под задачи управления пиццерией. Не наказывают, и не штрафуют сотрудников. Максимальная открытость – на кухне стоят веб-камеры. Проводятся экскурсии на кухню. Овчинников ведет откровенный блог «Сила ума». На сайте в открытом доступе много конкретной информации, «фишек» и «секретов мастерства». Верят гостям и клиентам на слово. Широко используют гаджеты и интернет-технологии для того чтобы сделать работу пиццерии лучше. Руководители личным примером показывают, что в пиццерии «Додо» нет непрестижной работы. Все новые руководители начинают свою работу в сети со стажировки на кухне. С 2014 г. регулярно проводится «день директора», когда директора ресторанов по всей сети выходят работать рядовыми сотрудниками в свои пиццерии. Это помогает им лучше понять актуальные проблемы и быстрее находить их решение. Создали независимую и объективную систему контроля качества. 8 раз в месяц «тайные покупатели» приходят в пиццерию и заказывают пиццу на дом, чтобы потом оценить процесс по 118 критериям. Ввели соревновательные элементы в работу франчайзи. Отношение к жалобам и критике как к «подарку». Стараются всегда находить системные решения любой проблемы. Формула успеха от Додо: сначала собрать команду, потом сделать

	<p>превосходный продукт, потом нарастить выручку, а затем работать над прибылью.</p> <p>Творческий и мало-бюджетный подход к рекламе и Пиар.</p> <p>Весной 2014 г. «Додо Пицца» осуществила первую в мире доставку пиццы по воздуху с помощью дрона (коптера). Это событие стало самой эффективной малобюджетной рекламной акцией сети. О нем написали / сообщили «Ведомости», НТВ, Вашингтон Пост, Фокс Ньюс, Ле Монд и др. Всего – более 70 публикаций в десятках российских и зарубежных СМИ.</p> <p>23 мая 2015 г. венчурный инвестор (Александр Журба) проиграв спор Овчинникову отработал целый день на кассе в Додо в Химках. Овчинников составил ему компанию. Посмотреть на это пришли многие их общие знакомые, читатели блога Овчинникова. Это было хорошо отыграно в Пиаре Додо.</p> <p>В базе знаний сети 400 макетов листовок и брошюр, готовых к печати. Фирменные плей-листы с рекламными вставками.</p> <p>Упаковка – как удобная подставка и рекламный носитель.</p> <p>Помощь франчайзи по ведению групп в соц-сетях.</p>
Трудности	<p>Были проблемы с настройкой ИС «Додо разума».</p> <p>Оплата по картам была автоматизирована не сразу (в 2016 г.)</p> <p>Регуляторы решили, что коптеры подпадают под те же законы, что и вертолеты, так что доставка пиццы дронами осталась лишь эффектной одноразовой рекламной акцией.</p> <p>«Лучшие продукты за разумные деньги» - задача в России похлеще теоремы Ферма.</p> <p>Несколько месяцев презентаций и переговоров с фондами в 2013 г. ни к чему не привели.</p> <p>Доставка менее чем за 60 минут (иначе – бесплатно) в крупных городах России – задача весьма не тривиальная.</p>
Стоимость	<p>Инвестиции в первую пиццерию в Сыктывкаре – 1,3 млн. руб.</p> <p>Первый частный инвестор (Василий Филиппов) в 2012 г. вложил 5 млн. руб.</p> <p>В 2014 г. с помощью краудинвестинга было собрано более 80 млн. руб. (именно этот спор проиграл Овчинникову Журба)</p>
Результат	<p>559 пиццерий в России в 253 городах от Владивостока до Калининграда - №1 по количеству пиццерий в России.</p> <p>Выручка чуть менее 2 млрд. руб. за 2019 г. + 13 стран: Румыния (2014), Казахстан (2015), Эстония (2015), США (2016), Китай (2016) и др.</p>
Фото	

