



i'm lovin' it™

Tržište

Prvi McDonald's restoran u našoj zemlji otvoren je u Beogradu, na Slaviji, 24. marta 1988. godine. To je ujedno bio i prvi McDonald's restoran na području istočne Evrope.

Već naredne godine McDonald's na Slaviji bio je svetski rekorder za 1989. godinu s više od dva miliona uslužbenih gostiju.

Sledeći restoran, otvoren u popularnom beogradskom Bezistanu, 1989. godine postao je jedini McDonald's na svetu koji je u jednoj godini uslužio više od tri miliona gostiju.

Danas brojni McDonald's restorani u četiri grada Srbije - Beogradu, Novom Sadu, Subotici i Nišu - dnevno usluže nekoliko desetina hiljada zadovoljnih gostiju.

Za proteklih 18 godina McDonald's restorani u Srbiji ugodili su više od 158 miliona gostiju, što ih čini najvećim prehrambenim lancem u zemlji. Kao kompanija oslonjena ne samo na strani, već i na domaći kapital, McDonald's je već dugi niz godina na listi 300 najuspešnijih domaćih firmi, koju objavljuje magazin Ekonomist.

Formula koja stoji iza ovakvog uspeha je jednostavna: savršen kvalitet proizvoda, brza i ljubazna usluga, besprekorna čistoća i pristupačne cene.

Dostignuća

Prošle godine kompanija McDonald's proslavila je pedeset godina postojanja. Tokom pola veka svog trajanja McDonald's se ustoličio kao najveći svetski lanac brze usluge s više od 31.000 restorana u 100 zemalja širom sveta.

Svakoga dana, poseti ga više od 50 miliona ljudi.

Danas je McDonald's jedan od najpopularnijih, najprepoznatljivijih i jedan od najvrednijih brendova na svetu.

Godine 1996. je i zvanično proglašen za najbolji svetski brend.

Iako je McDonald's koncept originalno američki, ovaj brend pronašao je svoj put do srca ogromnog broja potrošača širom sveta, bez obzira na njihove kulturne, socijalne i nacionalne razlike.

Tokom svog postojanja McDonald's se profilisao kao društveno odgovorna kompanija. Briga za lokalnu zajednicu je vitalan deo McDonald's poslovne strategije: od proizvođača sirovina, do usluživanja u restoranu, vođenje posla je tako organizovano da minimalno utiče na životnu sredinu.

Partneri s kojima McDonald's posluje



poštuju najviše profesionalne i etičke standarde.

Humanitarni fond Roland McDonald dobrotvorna kuća, osnovan u SAD 1984. godine, danas je svetska fondacija. Njena misija je da kreira, podrži i razvije programe za pomoć deci širom sveta.

U našoj zemlji McDonald's učestvuje u humanitarnim, sportskim i kulturnim akcijama, a neka od najvažnijih godišnjih sponzorstava su: Svetski dan deteta, Olimpijski dan trčanja, Radost Evrope i McDonald's minimaxi liga.

Partneri u humanitarnom radu McDonald'sa su Crveni krst i Centar za brigu o deci, kao i nevladina organizacija KEC MNRO, s kojom je saradnja otpočela 2005. godine, zapošljavanjem 28 osoba s posebnim potrebama.

Zaposleni u McDonald'su rade u kvalitetnoj radnoj sredini koja omogućava napredovanje: svaki zaposleni ima podjednake šanse za uspešnu karijeru - od radnika početnika do direktora firme.

Kompanija za svoje zaposlene obezbeđuje treninge i mogućnost profesionalnog razvoja. Tokom 18 godina postojanja na domaćem tržištu

McDonald's je organizovao više od 150 biznis-kurseva i obučio 11.000 radnika i menadžera za poslovanje po najvišim međunarodnim standardima.

Istorijat

McDonald's je osnovao Rejmond Albert Krok (Raymond Albert Kroc) u Ilinoisu 1955. godine. Rođen početkom dvadesetog veka, kao sin češkog emigranta, Rej Krok je u mladosti radio najrazličitije poslove: od vozača ambulansnih kola, do pijaniste u radio-programu. Puni sedamnaest godina putovao je Amerikom, prodajući miksera za milkšejk. Godine 1953. čuo je da braća Mekdonald (McDonald) vode interesantan restoran u kalifornijskom gradu Sen Bernardino.

Rej Krok bio je fasciniran načinom na koji je taj restoran funkcionisao: veliki broj mušterija usluživan je izuzetno brzo, ali i ljubazno. Za razliku od popularnih *drive-in* restorana brze hrane, ovde su gosti dobijali brzu uslugu unutar samog restorana. Kroku se javila ideja o lancu ovakvih objekata.

Godinu dana kasnije otvorio je prvi McDonald's restoran u Ilinoisu. Godine 1962. je za 2,7 miliona dolara otkupio kompaniju, ali je nastavio da je vodi po principima braće Mekdonald.

Pod rukovodstvom Reja Kroka kompanija je doživela neverovatnu ekspanziju - za godinu dana prodato je više od bilion hamburgera i otvoreno je 500 novih restorana!

McDonald's lanac restorana brze usluge nastavio je da se širi - šezdesetih i sedamdesetih godina prošlog veka prvi McDonald's restorani pojavili su se i u Kanadi, Japanu, Australiji, Nemačkoj i Velikoj Britaniji.

Danas postoji svega nekoliko zemalja na svetu u kojima ne postoje McDonald's restorani.

Proizvodi/usluge

McDonald's teži da svojim gostima ponudi kvalitetnu i zdravu hranu. Obroci su sveži, topli i ukusni, a proizvodi sadrže izbalansiran odnos ugljenih hidrata, masti i belančevina, kao i dovoljno dijetnih vlakana i vitamina. Svoje goste

McDonald's podstiče da razmišljaju o uklapanju obroka u sopstveni režim ishrane. Zato se na meniju restorana nalaze raznovrsni proizvodi u različitim količinama.

Zavisno od podneblja, kulturoloških razlika i navika u ishrani, McDonald's se prilagođava svojim mušterijama: u Norveškoj je vrlo popularan sendvič od lososa, a u Indiji, gde je krava sveta životinja, tradicionalni Big Mac se pravi od jagnječeg mesa i nosi originalan naziv: Maharaja Mac. Svetski popularan Fish Mac nastao je 1963. godine, kada je Lu Grin, menadžer McDonald'sa u Sinsinatiju, pretežno katoličkom području, rešio da svojim kupcima koji petkom poste omogući nesmetano uživanje u posnom McDonald's sendviču.

I pored stalnih inovacija, više od pedeset godina dva proizvoda ostaju neprikosnoveni na



real good
...and still only 15¢





McDonald's meniju: hamburgeri i pomfrit. Naročito je pomfrit odigrao važnu ulogu u razvoju identiteta kompanije: McDonald's pomfrit, zahvaljujući jedinstvenoj recepturi, ne liči ni na jedan drugi i, jednostavno, nezamenljiv je. Njegova priprema je ritual koji se sledi s religioznom predanošću, rekao je Rej Krok u svojoj autobiografiji.

Ipak, kod McDonald's proizvoda najvažniji je njihov kvalitet: koriste se samo najkvalitetniji sastojci i saraduje se samo s proizvođačima koji ispunjavaju najviše standarde. U Srbiji McDonald's snabdevaju isti oni proizvođači kojima kupci poklanjaju poverenje kada pripremaju svoj porodični obrok: Žitoban (zemičke), Frilo i Knjaževačka klanica (hamburgeri), Saladcentar (salate), Kondivik i Desing (topinzi), Next (voćni sokovi), Imlek (mlečne smese).

Važno je istaći da je McDonald's među prvima u svetu, a svakako prvi u našoj zemlji, uveo podatke o nutritivnim vrednostima proizvoda na svojim pakovanjima. Na taj način potrošači su u mogućnosti da sami donesu svoj izbor o vrsti i količini hrane koju će konzumirati.

Kontinuirana kampanja koja promovira nutritivne vrednosti proizvoda ima za cilj ne samo da potrošačima pruži jasnu informaciju o hrani koju unose, već i da ih motiviše na aktivan, dinamičan i zdrav pristup životu. Ovom kampanjom McDonald's želi da utiče na svoje potrošače da razmišljaju o izbalansiranom životnom stilu, u kojem su podjednako zastupljeni uživanje u ukusnoj hrani i redovna sportska aktivnost.

Najnoviji poduhvati

McDonald's je kompanija koja se menja u korak sa svojim potrošačima i njihovim potrebama. U Srbiji McDonald's je navikao svoje goste na inovacije i unapređenja, nudeći stalno drugačiju i bogatiju ponudu i čineći sve da bi se oni osećali

što zadovoljnije i prijatnije.

Enterijer restorana se, takođe, kontinuirano menja i usavršava. Restoran Fontana, na Novom Beogradu, kompletno je osavremenjen, pa gosti osim u prijatnom ambijentu i omiljenoj hrani mogu da uživaju i u gledanju TV-a i korišćenju interneta. Za sledeću godinu planirano je remodeliranje restorana Bezistan, a Beograd očekuje i otvaranje još jednog novog restorana.

Proizvodi na meniju restorana unapređuju se redovno i planirano, s posebnim osvrtnom na stalno dopunjavanje jelovnika zdravom hranom: salatama, prelivima i voćnim sokovima.

Kao moderna i društveno odgovorna kompanija, McDonald's ima posebno visoke standarde u oblasti životne sredine. Svi McDonald's restorani danas posluju u skladu sa najstrožim ISO 14001 sertifikatom.

Promocija

Rej Krok je oduvek znao da pored prepoznatljivog ukusa McDonald's hamburgera postoji još nešto što mora biti jednako prepoznatljivo: imidž McDonald'sa. Za Rej Kroka marketinška strategija bila je važna koliko i kvalitet proizvoda.

Danas je McDonald's planetarno poznat po svom stilu, a poslednja marketinška kampanja iz 2003. godine 'I'm lovin' it' uticala je na doživljaj McDonald'sa u preko 100 zemalja širom sveta. Ova kampanja bila je prva marketinška inicijativa na globalnom nivou tokom pedeset godina postojanja kompanije. Na fundamentalan način ona se odrazila na poimanje brenda i stvorila je sliku McDonald'sa novog milenijuma: modernog, aktivnog, prijateljskog i inspirativnog. Svetski promotori McDonald'sa su: Majkl Džordan, Serena i Venus Vilijams, Karl Luis, Destiny's Child, Selin Dion, Džastin Timberlejk, Pol Njumen i Hajdi Klum. U Srbiji je globalna kampanja 'I'm lovin' it' takođe uspešno sprovedena, a brojne popularne ličnosti rado se uključuju u promotivne aktivnosti McDonald's-a, doprinoseći imidžu brenda koji je aktivan, mladalački i pun pozitivne energije.

Promocije koje se svakodnevno održavaju u McDonald'su zasnivaju se na istinitim podacima o hrani, njihov sastavni element je dobra zabava, a cilj – održavanje poverenja postojećih i privlačenje novih gostiju. Godišnje se u McDonald's restoranima u Srbiji organizuje preko 11.000 rođendanskih proslava za više od 150.000 malih slavljenika i njihovih drugara.

Vrednosti brenda

McDonald's danas postoji u 100 zemalja sveta i ima više od 31.000 restorana. Od prvog dana svog postojanja McDonald's se razvijao, napredovao i razlikovao se od drugih.

Formula uspeha temelji se na četiri konstantne vrednosti: savršen kvalitet, brza i ljubazna usluga, besprekorna čistoća i pristupačna cena. Poslovni moto „Gost je šef“ svedoči o tome da je odnos s potrošačem i uspostavljanje poverenja s njim najvažnija poslovna vrednost kompanije. Cilj je uvek bio i biće – 100 posto zadovoljan gost. Između McDonald'sa i njegovog gosta postoji emotivna veza, koja potvrđuje da su uspešne samo one robne marke koje izrastu u brendove koje volimo.

www.mcdonalds.co.yu



ONO ŠTO NISTE ZNALI

McDonald's

- U restoranu Apollo u decembru 1998. godine proslavljeno je 346 rođendana, što je zvanični svetski rekord!
- Restoran Bezistan drži svetski rekord sa 16.823 uslužena gosta u jednom danu – 12. marta 1991. godine.

