



Додо Пицца Китай
Инвестиционная презентация
Май 2020





Dodo Pizza сегодня

- Основана в 2011 году
- 611 пиццерий в 13 странах мира
- Общие продажи сети в 2019 году – \$314 млн
- Абсолютный лидер рынка в России и Казахстане
- Одна из самых быстрорастущих ресторанных сетей мира
- Собственная ИТ-платформа Dodo IS в виде веб-сервиса



Количество пиццерий по странам на 15 мая 2020 года :



Fastest-Growing Chain in Europe and the Middle East, 2018

EUROPE & MIDDLE EAST
foodservice



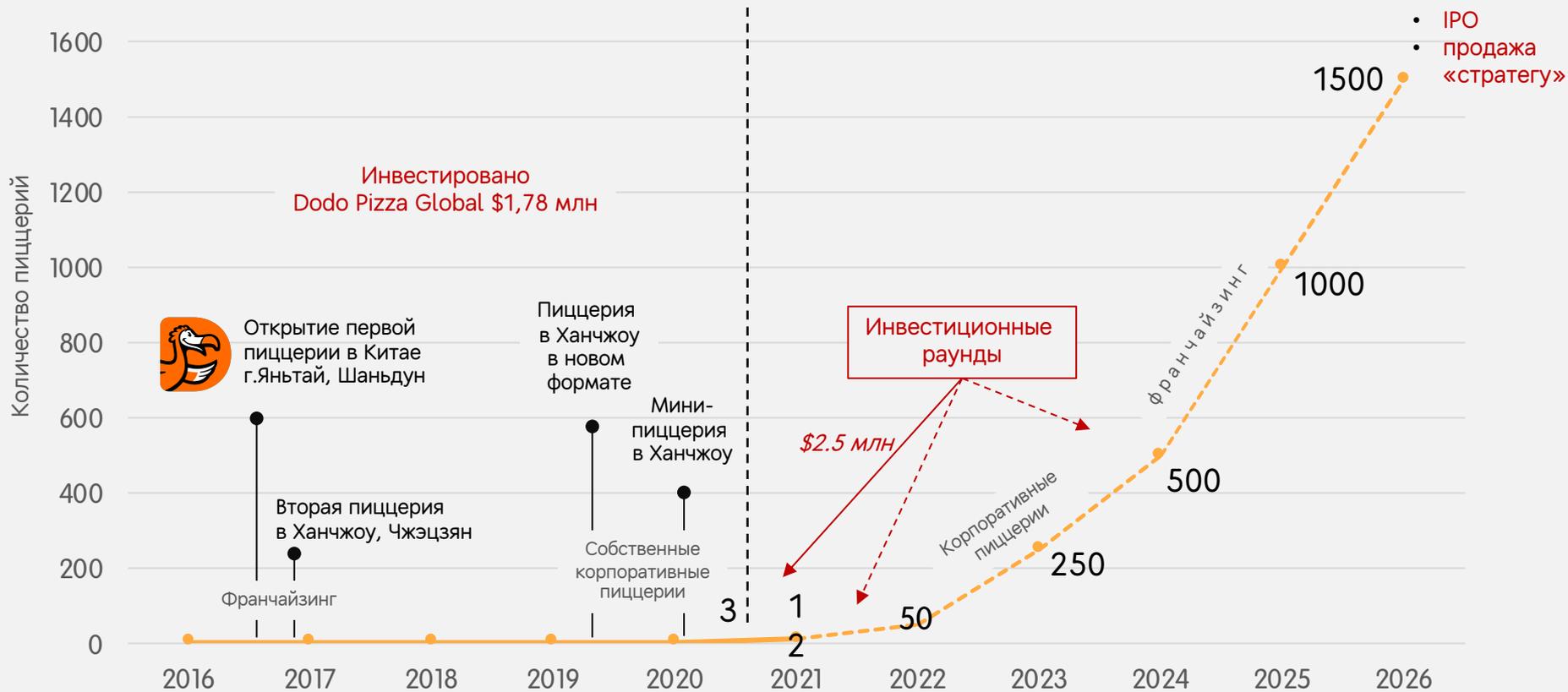
Growth Chains to Know, 2018 Globally



Technomic
A Winsight Company



Dodo Pizza в Китае





Додо Пицца Китай

Инвестиционное предложение

1

Рост среднего класса в Китае - спрос на западные QSR бренды

2

Продукт с высокими процентом повторных покупок – в основе оригинальный рецепт теста

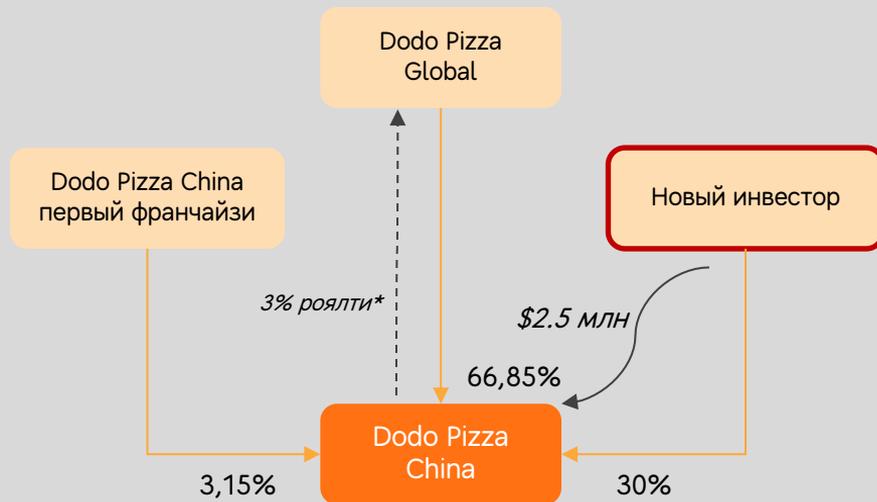
3

Концепция компактной пиццерии без кассиров - удобна для масштабирования

4

Опытная команда под руководством основателя компании с поддержкой глобальной компании

Целевая структура



* Роялти мастер-франчайзи в размере 3% от выручки с 2024 года

Китай – крупнейший рынок общественного питания в мире

Огромный потенциал для развития сетевого общественного питания:

- растет средний класс и внутреннее потребление;
- повышаются требования к безопасности питания, качеству и сервису;
- развиваются торговые центры и торговые кварталы, где востребованы сетевые концепции;
- сети и крупные бренды в массовом общественном питании вызывают больше доверия у потребителей.



Китайский рынок общественного питания очень многообразен. И здесь есть место и для западных глобальных концепций и брендов.



Выход на рынок: 1987
Количество точек: 6661

~5000



Выход на рынок: 1990
Количество точек: 2700

~2700



Выход на рынок: 1999
Количество точек: 4123

~3700



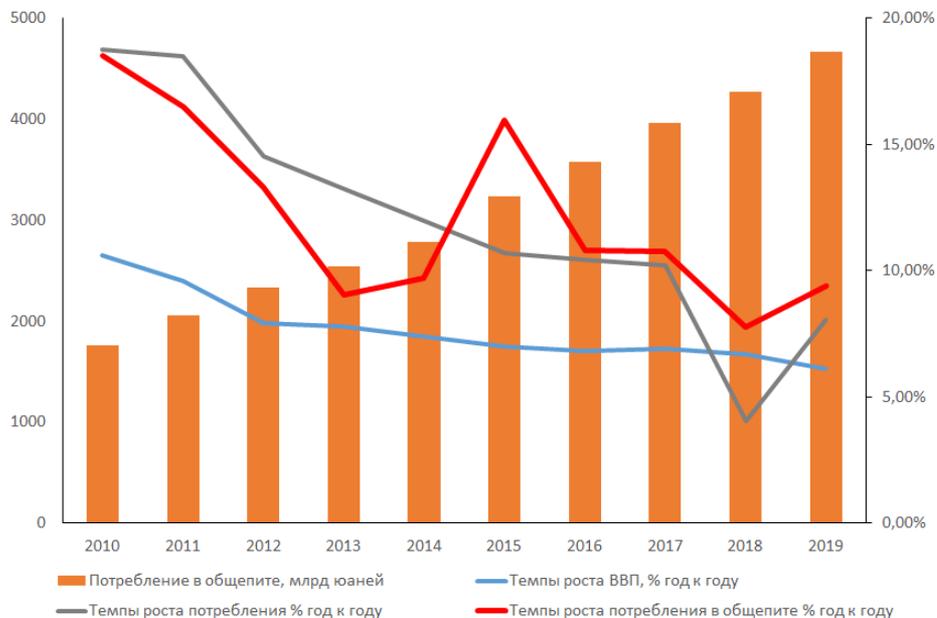
Выход на рынок: 2005
Количество точек: 1050

~1050

Общественное питание в КНР

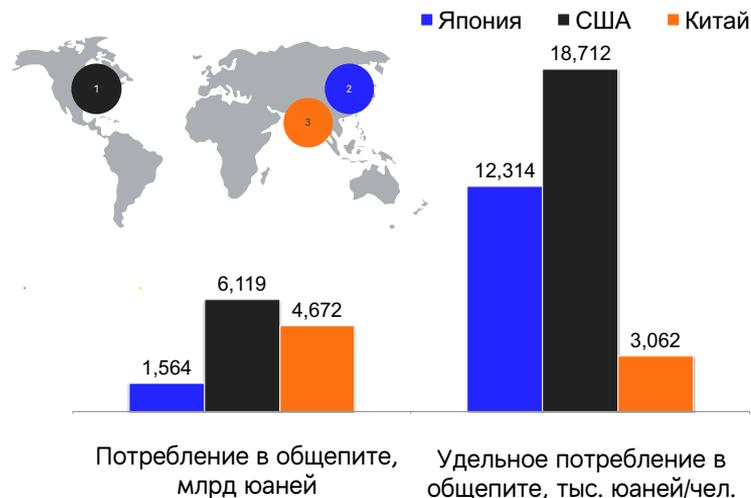


- В 2019 г. потребление в сфере общественного питания в КНР составило 4,7 трлн юаней (\$670 млрд), +9,4% по сравнению с 2018 г.
- С 2015 г. сектор общепита растет быстрее, чем ВВП и потребление в других отраслях.



- В 2019 г. потребление в секторе общественного питания в КНР на душу населения составило всего 3,062 тыс. юаней (\$437).
- Для сравнения, удельное потребление общепита в США и Японии составило 18,712 тыс. юаней (\$2673) и 12,314 тыс. юаней (\$1759) соответственно.

Это демонстрирует огромный потенциал роста для рынка общественного питания в Китае

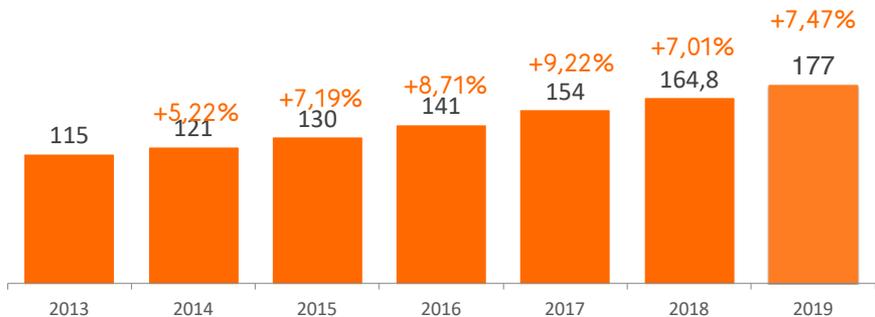


QSR «западной кухни» в Китае

- В 2018 году выручка сетевых ресторанов «фастфуда западного формата» в Китае составила 164,8 млрд юаней (\$23,88 млрд).
- Рост по сравнению с 2017 г. +7,5%.
- Кол-во ресторанов западного фаст-фуда превысило 70 тыс. шт.
- По итогу 2019 г. выручка превысит 177 млрд (>\$25,3 млрд).

Прибыль рынка фаст-фуда КНР в 2019 году составила 69,3 млрд юаней (\$9,9 млрд) с приростом 8,26% YoY.

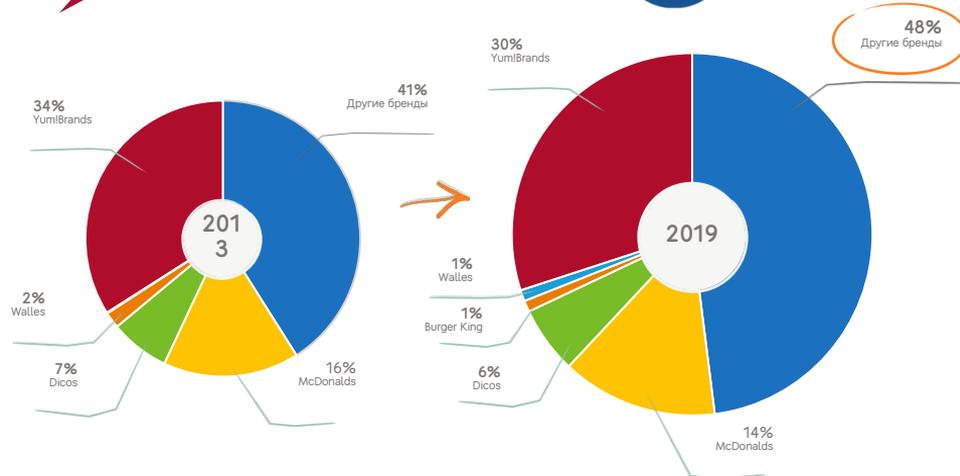
— Данные Госстата КНР



Выручка сетевых ресторанов «западного фастфуда» в КНР, млрд юаней

Новые инновационные компании, форматы и продукты забирают долю растущего китайского рынка QSR «западной кухни» у старых игроков

Монополизация сферы западного фастфуда в Китае значительно выше, чем в других отраслях общепита. На сегодня пять крупнейших игроков занимают 52% рынка, однако последние 7 лет их доля неуклонно снижается.



Есть ли место для пиццы в Китае?

В Китае знают и любят пиццу. В 1990 году на рынок Китая вышла первая международная сеть пиццерий Pizza Hut и за 30 лет смогла стать легендарным брендом. В данный момент пицца, пожалуй, один из самых известных западных продуктов в Китае.



Выход на рынок: 1990
Количество точек: 2200



Выход на рынок: 2005
Количество точек: 250



Выход на рынок: 2005
Количество точек: 160



Рынок пиццы в Китае будет расти. Почему?

- Китай, оставаясь отдельной цивилизацией, неизбежно глобализируется, и все больше молодых людей, наряду с традиционной китайской кухней, желают потреблять и глобальные продукты, хорошие примеры - кофе и рост Starbucks, успех KFC и Pizza Hut в Китае.
- Пицца как продукт не раз доказала на разных рынках (например, в Индии, Корее или Японии) свою способность к культурной и вкусовой адаптации.
- Пицца адаптируется и в Китае - об этом говорит появление и быстрый рост местных китайских сетей пиццерий.



Китайские сети пиццерий

Magritta - 600+

Zhigen Zhidi - 200+

La Cesar - 130+

Mua Pizza - 200+

Champion Pizza - 200+





Dodo Pizza в Китае

Dodo Pizza работает в Китае с июня 2016 года. За четыре года мы проделали большой путь: получили опыт и знания, создали продукт и уникальный формат пиццерии, адаптированный под особенности китайского рынка. В ближайшие 10 лет мы планируем войти в топ-3 среди сетей пиццерий в Китае.



День пиццы в Dodo Pizza в городе Яньтай в провинции Шаньдун, 2017 год

Как развивалась Dodo Pizza в Китае и к чему мы пришли?

Мы вышли на рынок с классической западной моделью pizza delivery restaurant, самым ярким примером которой, пожалуй, является Domino's Pizza.

Что характеризует данную модель?

- Фокус на доставке и take away
- Расположение ресторанов на «второй линии», в местах с невысокой ставкой аренды и низким пешеходным трафиком
- Использование свежего теста, которое позволяет готовить пиццу за 8-12 минут, что приемлемо для доставки, но слишком долго для обслуживания в зале

В июне 2016 года была открыта первая франчайзинговая пиццерия в городе Яньтай (6,5 млн человек) в провинции Шаньдун, а в декабре 2016 года франчайзинговая пиццерия в городе Ханчжоу (9,5 млн человек) в провинции Чжэцзян.



Опыт и переосмысление модели

Пиццерия в Яньтае вышла на операционную прибыльность и продолжает работать до сих пор. Пиццерия в Ханчжоу так и не стала прибыльной и была закрыта партнером-франчайзи в январе 2019 года после того, как было принято решение о смене формата.

Мы не ожидали, что первые пиццерии в Китае станут успешными в формате одиночных заведений. Китайский рынок массового общественного питания, пожалуй, один из самых конкурентных в мире. Для того, чтобы добиться успеха, необходимо создать сильный бренд, а для этого необходимо серьезное присутствие на рынке, необходимо построить сеть. Первые пиццерии стали для нас экспериментальной базой и дали нам бесценный опыт.

Мы поняли, что формат «западного ресторана доставки пиццы» будет крайне сложно масштабировать в Китае и, прежде чем начать масштабирование необходимо найти более устойчивую бизнес-модель, соответствующую особенностям рынка.



В чем отличие китайского рынка доставки?

Китайский рынок доставки еды из ресторанов появился относительно недавно, гораздо позже, чем доставка еды на Западе. Если на Западе пиццу доставляли уже в 1960 годах, то бум доставки еды в Китае начался вместе с развитием массовых интернет-сервисов.

Если на Западе доставка еды долгое время прочно ассоциировалась с одним продуктом, а именно с пиццей (и до сих пор пицца занимает огромную долю доставки в «западном мире»), то в Китае выбор для потребителя на доставке просто огромен, при этом пицца имеет очень маленькую долю, не являясь в сознании потребителей продуктом «top of mind». При этом рынок доставки еды в Китае полностью контролируется двумя агрегаторами: Meituan и Ele.me. Продвижение бренда в агрегаторах доставки требует огромных затрат и полностью зависит от агрегаторов. В таких условиях «западная модель» доставки пиццы с ресторанами на «вторых линиях» представляется неэффективной для строительства бренда.

Мы поняли, что должны поменять модель, чтобы добиться успеха на китайском рынке.



Адаптация **pizza delivery restaurant** для китайского рынка

Full service

Классические пиццерии с официантами и сложным меню. По этому пути пошли в Китае компании Pizza Hut и Papa John's



- Выход из знакомой бизнес-модели **quick service** на конкурентную и постоянно меняющуюся территорию **casual dining**
- Сложная операционная модель
- Большие инвестиции на одну точку

Quick service

Формат пиццерии без официантов, который сможет быть эффективным на дорогой площади на высоком пешеходном трафике



Создание нового формата пиццерии



Новый формат пиццерии в Китае: Dodo Pizza Express

Две главные особенности

Pre-bake тесто

На основе технологии «римской пиццы» создали пред-выпеченную основу для пиццы: в специальном центре пред-выпекаются основы, замораживаются и доставляются в пиццерию. При этом готовый продукт оценивается потребителями выше конкурентов. Готовое тесто получается мягким, легким и воздушным.

Преимущества

- Скорость приготовления пиццы – 4-5 минут
- Основы для пиццы требуют мало места для хранения в пиццерии
- Не требуется сложное обучение персонала – процесс приготовления пиццы очень простой

Мобильное приложение

для приема заказов в зале вместо кассиров

- Повышение производительности труда в пиццерии
- Прозрачная клиентская база и аналитика
- Прямая коммуникация с гостями – «владение» клиентской базой

Небольшая
площадь кухни

- Возможность использовать дорогие помещения на трафике
- Видимость бренда

Высокая
производительность



«Пиццерия будущего» в Ханчжоу

В апреле 2019 года мы открыли первую пиццерию в новом формате в городе Ханчжоу в провинции Чжэцзян.

Почему Ханчжоу?

- Знакомый рынок - партнерская пиццерия с 2016 года
- Современный развитый город (10 млн)
- Один из технологических центров Китая (штаб-квартира Alibaba)
- Рядом с Шанхаем (177 км)





Что из себя представляет концепция



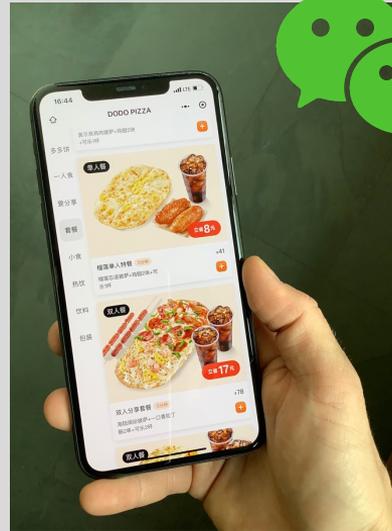
Dodo Pizza Express в Ханчжоу

萨 DODO PIZZA

Формат Dodo Pizza Express



- Пиццерия на большом пешеходном трафике
- Небольшая кухня – 7-12 кв. метров
- Каналы продаж: зал, навынос и доставка



- Отсутствие кассиров и кассы
- Заказы принимаются в мини-приложении в мессенжере WeChat



- Оригинальная пицца прямоугольной формы
- Легкое воздушное тесто
- Скорость выполнения заказов – 5 минут

Центр производства теста в Ханчжоу



Основа для пиццы производится в специальном центре в Ханчжоу. На основе технологии «римская пицца» мы разработали свой оригинальный рецепт пред-выпеченной основы из китайской муки.



Основы для пиццы предвыпекаются до состояния, позволяющего довести тесто до полной готовности в печи в пиццерии.



После выпекания основы для пиццы подвергаются шоковой заморозке. В замороженном состоянии основы могут храниться длительное время (до 12 месяцев).



Главная особенность разработанной технологии – готовый продукт из замороженной основы обходит по вкусовым качествам продукты конкурентов на местном рынке.



Готовое тесто получается воздушным, легким, мягким внутри. Мягкость теста сохраняется долгое время после приготовления. Это дает преимущества продукту на доставке и в формате «с собой».

Ноу-хау: оригинальная технология

Производственный процесс в пиццерии



Замороженные основы для пиццы доставляются в пиццерию. Хранение требует гораздо меньше места, чем хранение свежего теста в лотках. Это позволяет сделать кухню очень компактной. На площади 0,6 кв метров мы можем хранить 320 основ.



Процесс приготовления пиццы очень простой. Основа для пиццы не требует дефростации перед приготовлением. Замороженная основа начинается свежими ингредиентами, соусом, сыром.



Далее пицца помещается в конвейерную печь. Процесс выпекания не требует контроля со стороны сотрудников пиццерии.



Всего через 3 минуты пицца выезжает готовой с обратной стороны конвейера.



Пицца нарезается, помещается в коробку и выдается гостям в зал либо курьерам на доставку.

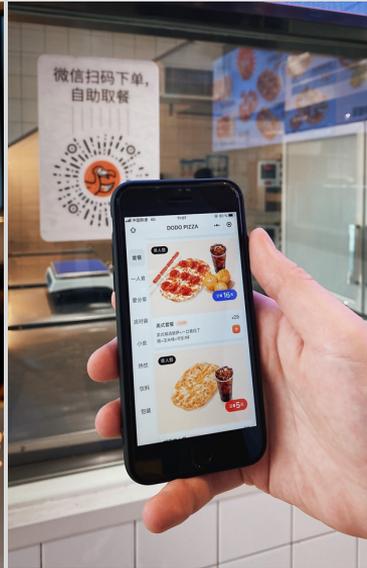
Как устроен процесс заказа в пиццерии?



В пиццерии нет кассиров. Все заказы принимаются в мини-приложении в китайском мессенджере WeChat.



Для того, чтобы загрузить приложение пиццерии, необходимо отсканировать QR-код. Это привычное действие для китайских потребителей.



Гости выбирают пиццу и оформляют заказы в приложении. Время исполнения заказов составляет всего 4-5 минут.

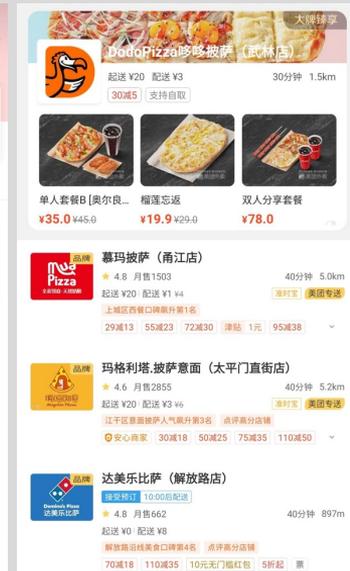


Уведомление о готовности заказа появляется в приложении, после чего клиент самостоятельно забирает упакованный заказ на стойке.



Гости могут забрать пиццу с собой, могут пообедать в зале. Вместе с пиццей мы предлагаем напитки, закуски, десерты.

Доставка через агрегаторы - дополнительный канал продаж



Пиццерия не осуществляет доставку самостоятельно.

Продажи на доставку и саму курьерскую доставку осуществляют крупнейшие китайские агрегаторы доставки еды из ресторанов Ele.me и Meituan, которые получают 16-18% от выручки с каждого доставленного заказа.

Страницка Dodo Pizza в агрегаторе Meituan

В чем преимущества бизнес-модели Dodo Pizza Express?

Компактно

Замороженное тесто требует минимум места для хранения в пиццерии. В пиццериях нет кассиров. Это позволяет создавать высокопроизводительную кухню на минимальной площади.



Видимость бренда

Компактная кухня позволяет использовать небольшие помещения на высоком пешеходном трафике с высокой арендной ставкой за квадратный метр, что создает видимость бренда и формирует постоянный канал новых клиентов.

Быстро

Пицца из предвыпеченной основы готовится в печи всего за 4-5 минут. Тесто не требует раскатки, а процесс выпекания в печи занимает всего 3 минуты. Для сравнения пицца из свежего теста в Domino's будет готовиться не менее 10 минут.



Удобство для гостей

Быстрая скорость приготовления заказов (4-5 минут) и возможность готовить продукты на одного гостя (маленькие пиццы) позволяют зайти на рынок быстрого питания, где находятся McDonalds, KFC и быстрые китайские концепции.

Просто

Все процессы в пиццерии – очень простые. Тесто не требует размораживания, предварительной подготовки. Замороженная основа не создает рисков списаний из-за неправильного планирования и нарушения сроков годности.



Масштабирование

Простые процессы в пиццерии упрощают обучение персонала, процесс масштабирования и управления сетью. Замороженная основа для пиццы позволяет снабжать пиццерии в любом городе Китае из одного центра, так как сроки годности не ограничивают дальность поставки.

Продукт Dodo Pizza в Китае

Основной принцип - создать предложения для разных потребностей клиента

Продукт для
потребления
на ходу



Мини-пиццы

Точка входа с минимальным барьером для клиента:

- формат продукта привычен для китайской еды на ходу;
- рецепт мини-пиццы с дурианом максимально понятен (как аналог популярного дурианового пирожка);
- цена - максимально доступная.

Продукт для
потребления
в ресторане



Комбо-наборы

Маленькая площадь зала пиццерии накладывает свои ограничения на формат из-за небольшого количества посадочных мест. Для тех, кто пришел поесть в ресторане, есть комбо на основе маленьких и средних пицц, закуски, напитки для полноценного и при этом быстрого обеда или ужина

Продукт
навынос



Маленькие и
средние пиццы

Основные продукты концепции:

- маленькие пиццы подходят для одного, имеют разнообразные рецепты, удобную упаковку навынос;
- средние пиццы подходят для 2-3 человек, имеют уникальный формат - 3 вкуса в одном - для семьи или компании друзей, коллег

Продукт
на доставку



Комбо, маленькие
и средние пиццы

Для доставки доступны маленькие и средние пиццы, а также комбо с закусками и напитками

Структура меню Dodo Pizza в Китае

Основной подход: пицца - главный продукт. Разные форматы пиццы поддерживают концепцию разных целей визита. Закуски и напитки дополняют пиццу и обеспечивают полноценное предложение.

Пицца

Мини-пицца

продукт для дегустации

3 рецепта

Маленькая пицца

основной продукт

15 рецептов

Средняя пицца

три разных вкуса в одной пицце

7 рецептов

Большая пицца – 1 рецепт – «фирменный продукт»

Закуски

Привычные для китайских QSR форматов:

- куриные крылья
- сосиски
- кукуруза

Напитки

- Газированные напитки
- Соевое и кукурузное молоко
- Кофе

Комбо: пицца + закуска + напиток (есть форматы на одного и на двух человек)

Продукт Dodo Pizza в Китае



Мини-пиццы

продукт для потребления на ходу
11x11 см, на одного человека



Маленькие пиццы

Продукт навынос и на доставку
21x15 см, на одного человека



Средние пиццы

Продукт навынос и на доставку
35x15 см, на 2-3 человека



Большая пицца

Продукт навынос и на доставку
60x21 см, на 4-5 человек



Напитки



Закуски



立省 16元

Комбо-наборы

продукт для потребления в ресторане

Продукт Dodo Pizza в Китае

迷你披萨 + 小吃



一人食披萨



陪你开启活力满满的一天



爱分享披萨 + 饮料



香辣鸡丁	¥8	玉米棒	¥6
蛋白鸡丁	¥10	一口香拉丁肠	¥8.5
迷你榴莲	¥12	奥尔良鸡翅	¥14/29

奥尔良鸡肉	¥23	开胃吞拿	¥29
榴莲忘返	¥29	橘香鸭肉	¥29
蜜汁叉烧	¥29	黑椒牛肉	¥36
美式培根	¥33	超级至尊	¥37

经典三拼	¥67	可口可乐	¥6
多汁多味	¥73	芬达 / 雪碧	¥6
爽口三拼	¥73	黄金玉米	¥9
椒响正方	¥75	豆浆	¥9

经典三拼	¥67	可口可乐	¥6
多汁多味	¥73	芬达 / 雪碧	¥6
爽口三拼	¥73	黄金玉米	¥9
椒响正方	¥75	豆浆	¥9

周一到周五

橘香鸭肉

本周 特价款

立享最高
8折
优惠



23元
立省6元



多多饼 一人食

榴莲多多饼 ¥15.5
尺寸迷你，不腻榴莲浓香



添加更多榴莲果肉，
让你一口过足瘾

双虾菠萝 ¥31
精选虾仁、鲜切凤梨、
奶酪球、千岛酱



榴莲忘返 ¥29
醇香榴莲、
超长拉丝马苏芝士



超级至尊 ¥37
美式披萨片、培根、
黑椒牛肉



京味鸭肉 ¥31
鲜美鸭肉、鲜蘑黄瓜、
腌制白芝麻、青葱丝、
经典烤鸭酱



奥尔良鸡肉 ¥23
鸡肉BBQ、新鲜青椒、
甜辣酱



鸡肉多多饼 ¥12
甜辣满口香，让你食欲大开



美式精选 ¥23
香肠片、超长拉丝马苏



微辣奥尔良鸡肉
与芝士的
经典搭配

活力田园 ¥24.5
鸡肉BBQ、蛋羹、
腌制黑芝麻



蜜汁叉烧 ¥29
叉烧肉、海鲜酱、青椒、
干辣椒碎



巧克力迷 ¥27
经典M&M巧克力豆、
松软棉花糖、布丁酱



清爽榴莲 ¥34
醇香榴莲、鲜切凤梨、
超长拉丝马苏芝士



喷香羊肉 ¥27
熏制培根、鸡肉BBQ、
海鲜酱、腌制白芝麻



黑椒牛肉 ¥36
黑椒牛肉、香肠片、
醇香黑胡椒酱



小吃

奥尔良鸡翅
2块/5块
¥14/29



玉米棒
¥6



一口香拉丁肠
¥8.5



爱分享

经典三拼 ¥67
经典榴莲 +
奥尔良鸡肉 +
美式精选



多汁多味 ¥73
开胃吞拿 + 橘香鸭肉 +
双虾菠萝



无肉不欢 ¥75
黑椒牛肉 + 美式培根 +
蜜汁叉烧



爽口三拼 ¥73
清爽榴莲 + 美式精选 +
京味鸭肉



大咖荟萃 ¥75
超级至尊 + 北京烤鸭 + 榴莲忘返

椒鸭正方 ¥75
榴莲忘返 + 黑椒牛肉 + 橘香鸭肉

海陆缤纷 ¥67
奥尔良鸡肉 + 美式培根 + 布里火腿

饮料

可口可乐 ¥8

芬达 ¥8

雪碧 ¥8

橙汁 ¥10

苹果汁 ¥10

芒果汁 ¥10

咖啡

美式咖啡 ¥14

卡布基诺 ¥16

拿铁 ¥17

香草拿铁 ¥18.5

焦糖拿铁 ¥18.5

榛果拿铁 ¥18.5

立省高达 → 48元

单人餐



鸡肉单人餐 ¥27
奥尔良鸡肉披萨 + 可乐1杯

立省4元

单人餐



榴莲单人特餐 ¥41
榴莲忘返披萨 + 鸡翅2块 +
可乐1杯

立省10元

双人餐



双人分享套餐 ¥78
海陆缤纷披萨 +
一口香拉丁肠2串 + 可乐2杯

立省21元

更多套餐优惠
尽在微信小程序
微信扫码即可查看



—— 榴莲日 ——

仅需 15 元!



让我们一起“榴莲”忘返

1

打开微信小程序

2

领取优惠券

3

添加榴莲忘返披萨
至购物车

4

立享优惠
价格15元!

鸡肉类披萨 喜迎新同伴

鸡肉披萨里特加入
培根和鲜香酱汁，
满口咸香滋味，

食欲大开
就选喷香鸡肉!

奥尔良鸡肉
23元

经典奥尔良口味，
特搭配甜辣口味，
奥尔良鸡肉披萨，
给你不一样的体验

浓郁的蛋香味，
覆盖在鲜嫩鸡肉上，
独特的口味让你欲罢不能

27元

喷香鸡肉

24.5元

活力田园



哆哆披萨
第600家门店
来了!

哆哆披萨已在俄罗斯、
美国、英国等多个国家
拥有超600家门店

严选食材，严控质量，
让您在哆哆披萨可以安
心享用美食



探索不一样的 披萨世界!

奥尔良鸡翅 2只
14元

奥尔良鸡肉
23元

海陆缤纷
67元

15.5元
榴莲多多饼

上乘奶香
芝士

空气感
十足的面饼



披萨店地址

杭州市江干区
景昙路501广场1楼



关注公众号
获取更多资讯

扫码下单外卖



披萨店地址

杭州市江干区
景昙路501广场1楼



Продукт Dodo Pizza в Китае: наши преимущества

Наша цель - создать уникальную «китайскую пиццу». Пицца - это продукт-конструктор. Одна технология, но разные рецепты и ингредиенты, адаптированные под конкретный рынок. Как конструктор Lego: кирпичики и технология – одни, но из них можно построить разные модели.

Пять продуктовых преимуществ

- Легкое воздушное тесто - хорошо усваивается, не оставляет чувство тяжести
- Яркий вкус - привычный китайцам вкусовой профиль за счет рецептов, созданных специально для китайских потребителей
- Разнообразие продуктов - ни одна концепция не предлагает такого выбора форматов и рецептов на основе пиццы
- Скорость выдачи заказов - за счет использования пред-выпеченного теста и высокой производительности заказ готов через 5 минут
- Безопасность питания - высокие стандарты чистоты и работы с ингредиентами на кухне



Пицца с дурианом и ананасами



Пицца с уткой и мандаринами

Рецепты, созданные специально под китайские вкусы.
Уникальный форм-фактор: прямоугольная пицца



Пицца с дурианом



Пицца «Утка по-пекински»



Оценка продукта

Наш продукт высоко оценивается китайскими потребителями. Об этом говорят оценки и отзывы гостей на рекомендательных сервисах, а также данные по «возвращаемости» клиентов.

Но текущее меню и рецепты это только начало большой работы по созданию конкурентоспособного продукта для китайского рынка. Мы планируем развивать R&D команду в Китае, проводить исследования и привлекать к работе над продуктом китайских шеф-поваров и производителей ингредиентов.



Отзывы наших гостей

 JokerLady Lv4
1月20日
打分  

打卡杭州大厦501哆哆披萨

位置：杭州大厦501街边店铺，鲍师傅旁边
周末和朋友在这边逛街，看到了这家卡哇伊的店铺，没想到进去很惊喜，是一个人都适合吃的随行披萨呀

可以即点即拿走，也可以坐在店铺里堂食，非常方便！

点了现在有优惠的海陆缤纷披萨，三拼口味，是很适合闺蜜 2个人一起吃的量，配上鸡翅和饮料，对于我们小仙女饭量来说够够啦

也一定要夸下店的设计，卡通元素+明艳的色彩+一些金属感，是未来感和可爱的结合的感觉，点赞！

收起



 叶子 Lv4
4月4日
打分  

打分 

501杭州大厦501的一家主打一人食的披萨，品种选择很多，味道不错哦

环境很简洁，楼下点餐与制作楼上有座位

△榴莲忘返披萨 榴莲披萨，榴莲肉非常多，芝士铺满一层，超级划算

△奥尔良鸡肉 经典口味披萨也很不错

△美式培根披萨 也是披萨中的经典了，看到好几波小朋友来吃感觉比肯德基什么的健康一点吧，哄小朋友确实不错的选择哦
收起



 R_ Lv7
4月12日
打分  

打分 

杭州探店 性价比/高颜值/披萨

最近发现了一家性价比超高的披萨店！真的爱到炸了，最最最关键的是...它的色彩拍起来超级漂亮，披萨也很有特色！

▲京味鸭肉披萨

在我眼里这款披萨必吃！真的爱到炸了！对北...
全文



2020年必探好店

 贾佳佳佳 Lv8
4月11日
打分  

打分 

我爱的哆哆披萨开新店啦
新店的位置很好 但没原来大了

🌟 经典三拼

点的三拼大披萨！！

全文

推荐：榴莲忘返披萨 橘香鸭肉 迷你香辣鸡肉披萨 新奥尔良烤翅



橙星美食探店

  32人赞

Средняя оценка пиццерии в Ханчжоу-1 на сервисе Dianping на 15 мая 2020 года – 4,85 из 5.

Доля выручки от новых и старых клиентов в зале (без доставки)



Пиццерия Ханчжоу-1

Бренд-платформа Dodo Pizza в Китае



Dodo Pizza - быстрый путь к вкусным приключениям в мире удивительной пиццы

Совместно с брендинговыми агентствами Linii Group и Secret Sauce на основе исследований китайского рынка, опросов китайских потребителей и конкурентного анализа осенью 2019 года разработали бренд-платформу Dodo Pizza для китайского рынка. На основе созданной бренд-платформы разработали новый фирменный стиль Dodo Pizza China – путешествие в мир удивительной пиццы.

Аудитория Dodo Pizza в Китае



«Белые воротнички» - сотрудники офисов китайских и международных компаний

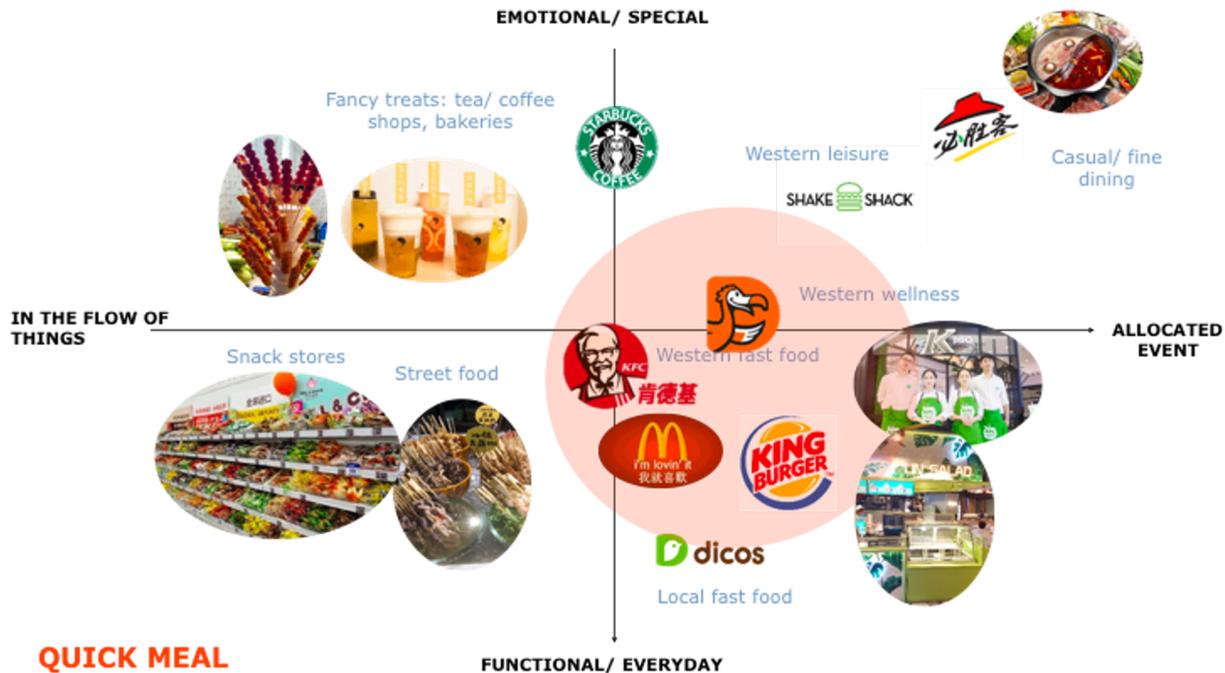
- Воспринимают рестораны быстрого питания как быстрый способ утолить голод
- Открыты новому опыту
- Ценят качество в продукте



«Маленькие императоры» и их родители:

- Дети любят пиццу, а родители любят их баловать
- Пицца воспринимается как более полезная альтернатива традиционному фастфуду

Бренд-позиционирование Dodo Pizza на китайском рынке





Мир удивительной пиццы

Художник из Пекина 郝冉 Nao Nao создала для Dodo Pizza China уникальный иллюстративный стиль - мир удивительной вкуса, тянущегося сыра и легкого воздушного теста, позволяющий оторваться от окружающей реальности и отправиться в увлекательное путешествие.



Фирменный стиль Dodo Pizza в Китае



В основе фирменного стиля - идея получения посылок с вкусной и необычной пиццей из воображаемых миров, связанных с основными преимуществами продуктами (сыр, легкое тесто, необычные рецепты и вкусы, смешение Запада и Востока)

Упаковка Dodo Pizza в Китае



Конкуренция Dodo Pizza в Китае

Конкурентное окружение определяется продуктом (пицца) и форматом (QSR – быстрое питание)

ПИЦЦА
в ресторане и на
доставку

Конкуренция - международные сети пиццерий (Pizza Hut, Domino's, Papa John's)

Китайские сети пиццерий (Magritta, Mua Pizza) работают в заметно более низком ценовом сегменте

QSR
выдача заказа
за 5 минут

Конкуренция – западный QSR (McDonald's, KFC, Burger King)

Ценовое позиционирование Dodo Pizza в Китае

По сравнению с западными пиццериями

Dodo Pizza доступнее или в паритете

Западные пиццерии практически не работают с форматом «пицца на одного», поэтому у Dodo Pizza предложение выглядит доступнее. Средние пиццы по цене сопоставимы с предложением международных сетей

По сравнению с западным QSR

Dodo Pizza дороже

Основное предложение QSR строится на комбо ценой в 30-40 юаней, средняя цена пиццы Dodo Pizza попадает в этот средний чек, но комбо предложение стоит выше 40 юаней.

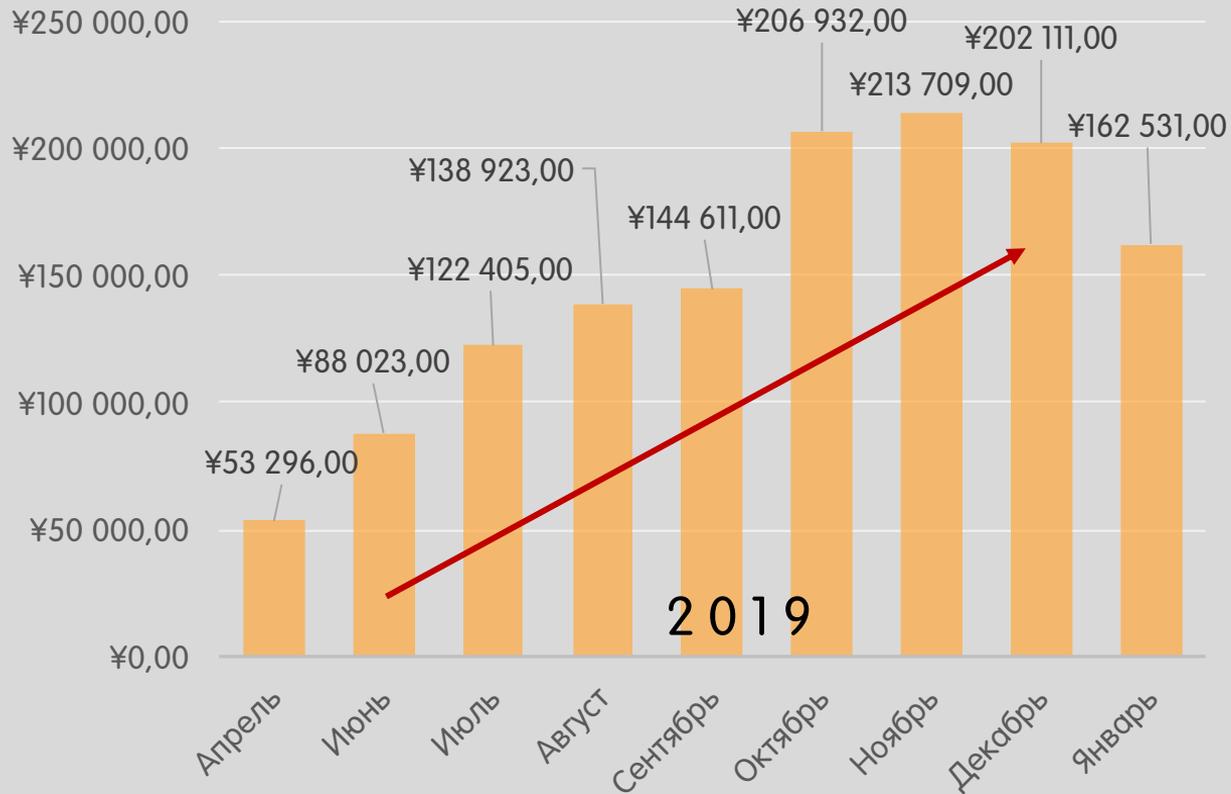
При этом есть выгодные предложения на завтрак и бизнес-ланчи, которые ставят цены в паритет

По сравнению с китайскими пиццериями

Dodo Pizza дороже

Китайские пиццерии в агрегаторах ведут агрессивную скидочную политику (50%). Для клиента мы дороже, но качественнее. Средняя стоимость Dodo Pizza - 35 юаней, китайских концепций (с учетом скидок) - 20 юаней

Динамика продаж пиццерии в Ханчжоу до эпидемии Covid-19



Что необходимо для успеха в Китае?

Продукт

+

Бренд

+

Стратегия
масштабирования

- Создать продукт с высокими показателями «возвращаемости» клиентов
- Продукт это не только пицца, но и концепция в целом – формат, меню, ценовое позиционирование
- Достигли определенных результатов. Работаем дальше, развиваем R&D.

- Централизованное производство замороженной основы для пиццы на всю страну, простая операционная модель пиццерии, небольшая площадь кухни упрощают масштабирование сети
- Производственная модель Dodo Pizza Express отлично подходит для масштабирования

Как создать бренд в Китае?



Как создать бренд в Китае?

- Китай – один из самых конкурентных рынков в мире. Для того, чтобы преуспеть на рынке общественного питания, необходимо создать бренд.
- Для того, чтобы создать бренд необходимо создать «присутствие», то есть построить сеть, открыть много пиццерий, заметных потребителям.
- Для того, чтобы эффективно «закрыть» рынок и создать «присутствие» бренда, мы создали формат мини-пиццерии с минимальной площадью и минимальными инвестициями. Первая экспериментальная мини-пиццерия была открыта в Ханчжоу в марте 2020 года.



Мини-пиццерия в Ханчжоу

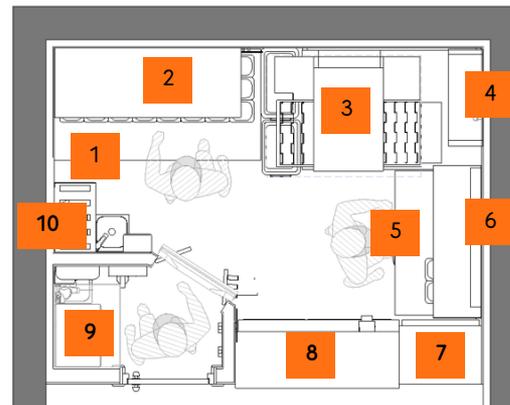




Полноценная пиццерия на площади **18,7 кв. метров**

- инвестиции - ¥ 412 857 (\$58 тыс. или 4,2 млн рублей)
- производительность – 160 пицц в час
- каналы продаж: на ходу, навынос, доставка, зал
- снабжается тестом и ингредиентами из функционирующего производственного центра
- возможность открывать мини-пиццерии на высоком пешеходном трафике для создания «видимости» бренда и закрытия всего города доставкой

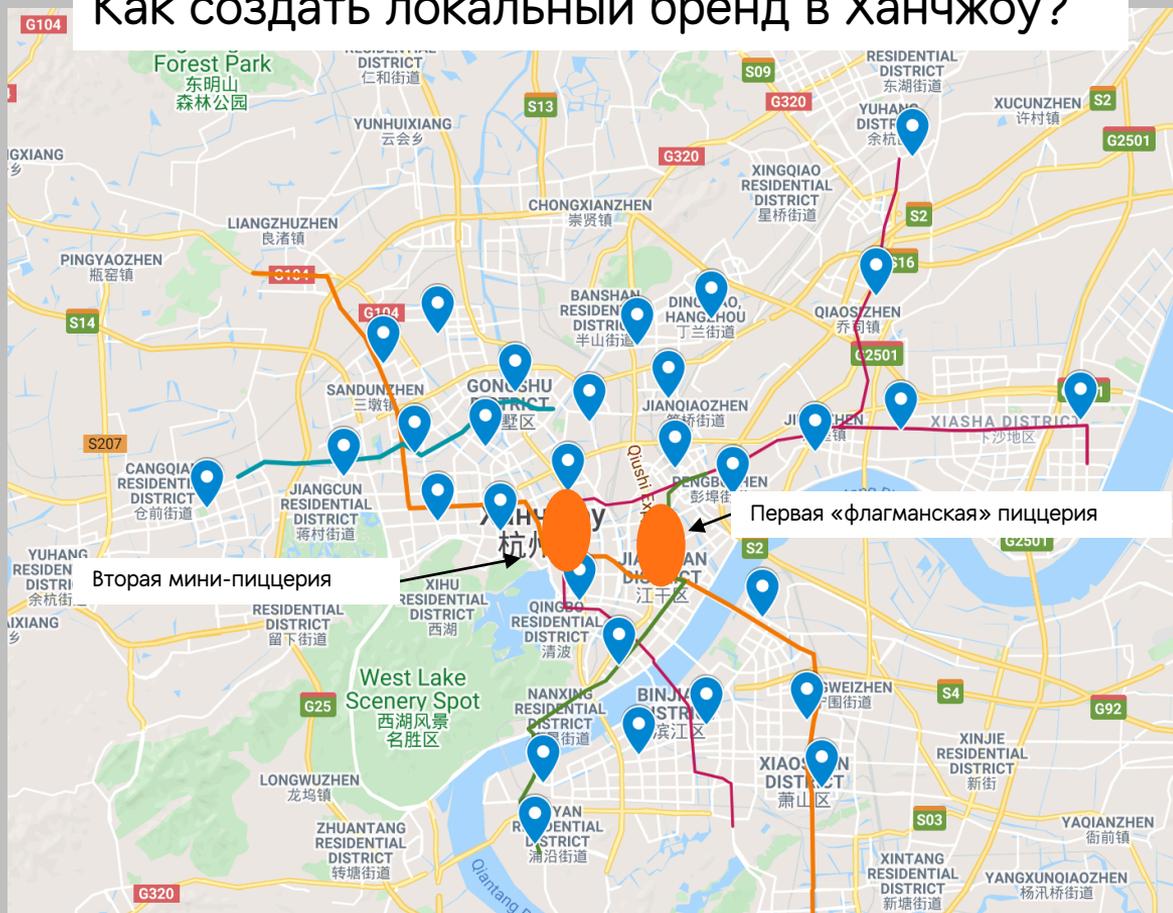
Площадь кухни – **7,4 кв. метра**



Планировка кухни мини-пиццерии в Ханчжоу:

1. Линия сборки пиццы с холодильником для ингредиентов
2. Настенный морозильник для замороженных основ для пиццы
3. Конвейерная печь
4. Машина для приготовления горячих напитков
5. Стол нарезки и упаковки пиццы
6. Полка для хранения упаковки
7. Зона выдачи заказов для курьеров
8. Зона выдачи заказов для гостей ресторана
9. Шкафы для персонала
10. Зона мытья посуды

Как создать локальный бренд в Ханчжоу?



Наш план:

- На текущий момент в Ханчжоу работает две пиццерии Dodo Pizza – «флагманская» и мини формат.
- Дополнительно открываем 10 пиццерий (в основном в мини формате) в местах с высоким пешеходным трафиком.
- Все новые пиццерии снабжаются тестом и ингредиентами существующим производственно-распределительным центром.
- Развиваем «флагманский» формат с относительно большим залом для гостей 50 кв. метров.
- «Закрываем» основную часть города доставкой и создаем представленность бренда.
- Проводим городскую брендовую рекламную кампанию.
- Создаем локальный городской бренд и увеличиваем продажи за счет знания бренда.



- планируемые пиццерии к открытию

Сетевые конкуренты в Ханчжоу

Иностранные сети пиццерий

1. Pizza Hut - 61
2. Pizza Hut Delivery - 18
3. Domino's Pizza - 17
4. Papa Johns - 7
5. Marzano Pizza - 2

Итого: 105

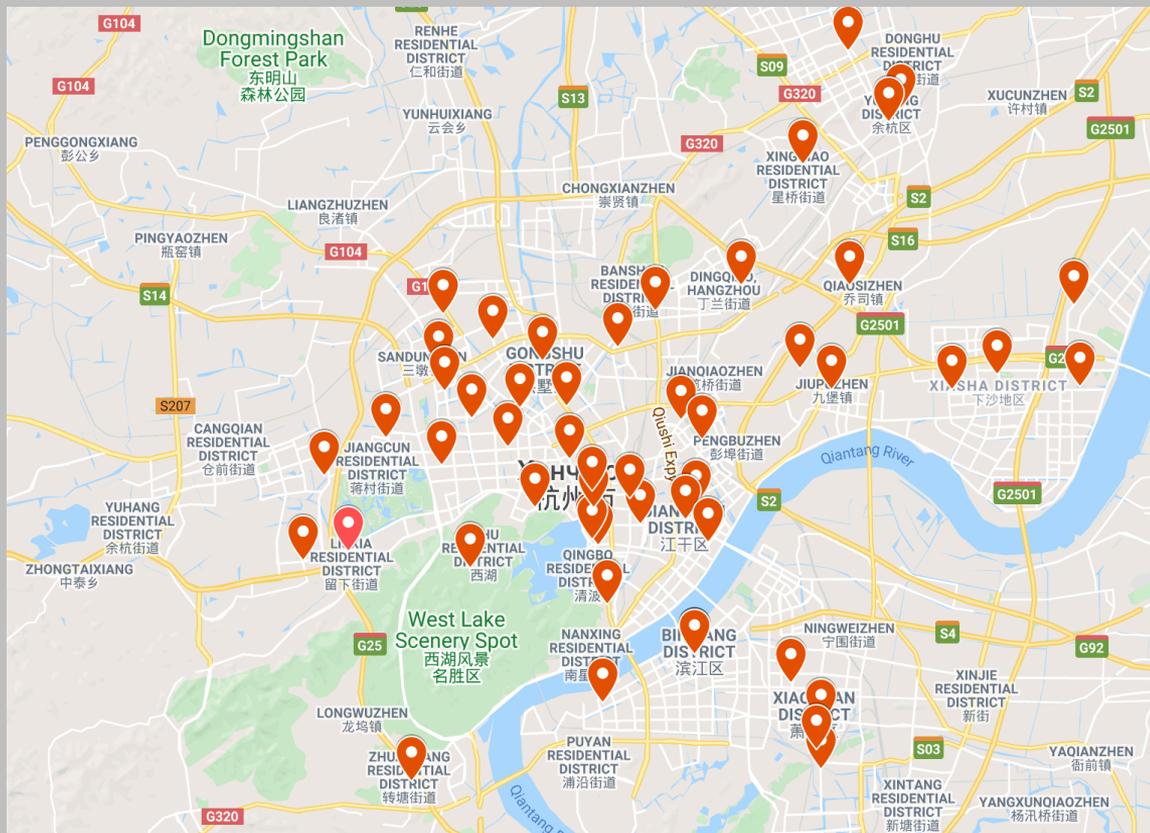
Китайские сети пиццерий

1. Mua pizza - 38
2. Zhigen Zhidi - 32
3. Magritta - 26
4. Feizi Pizza - 22
5. Zhixinle - 16

Итого: 134

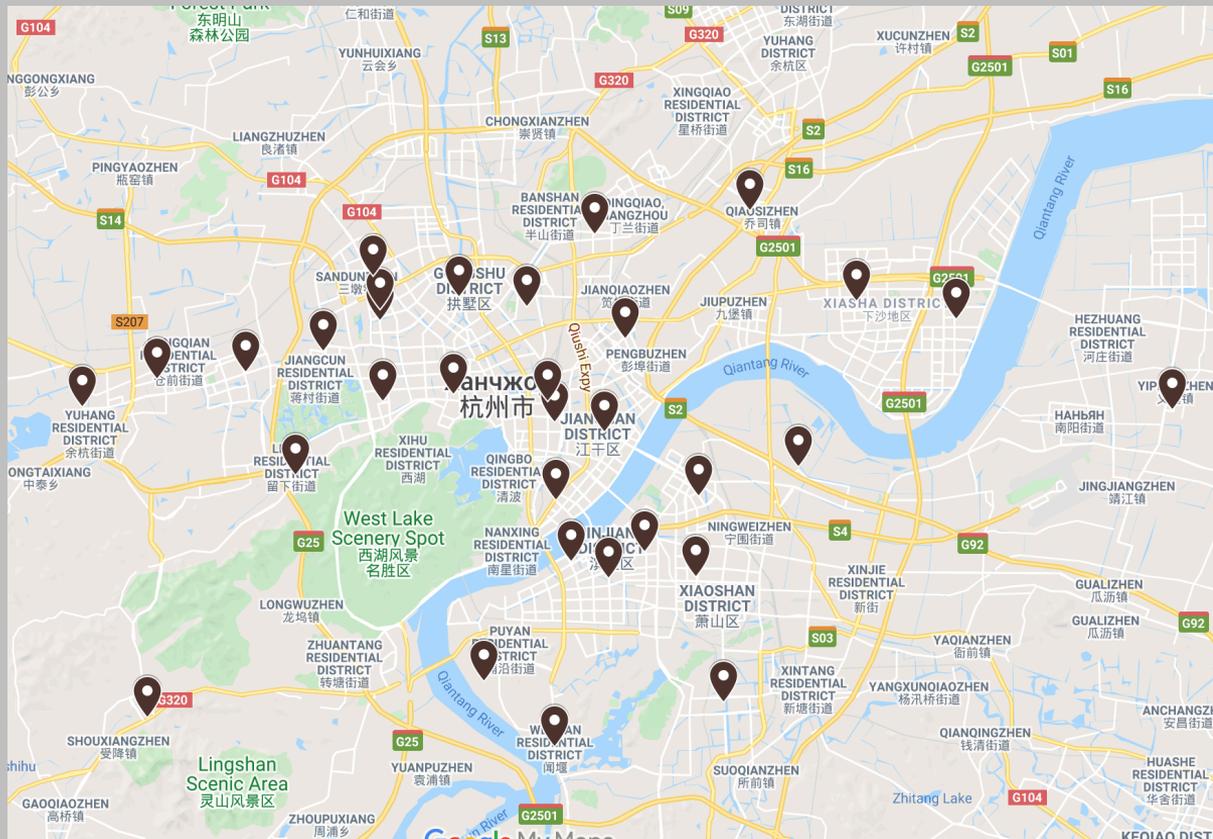
Всего сетевых пиццерий: 239

Конкуренты в Ханчжоу. Pizza Hut



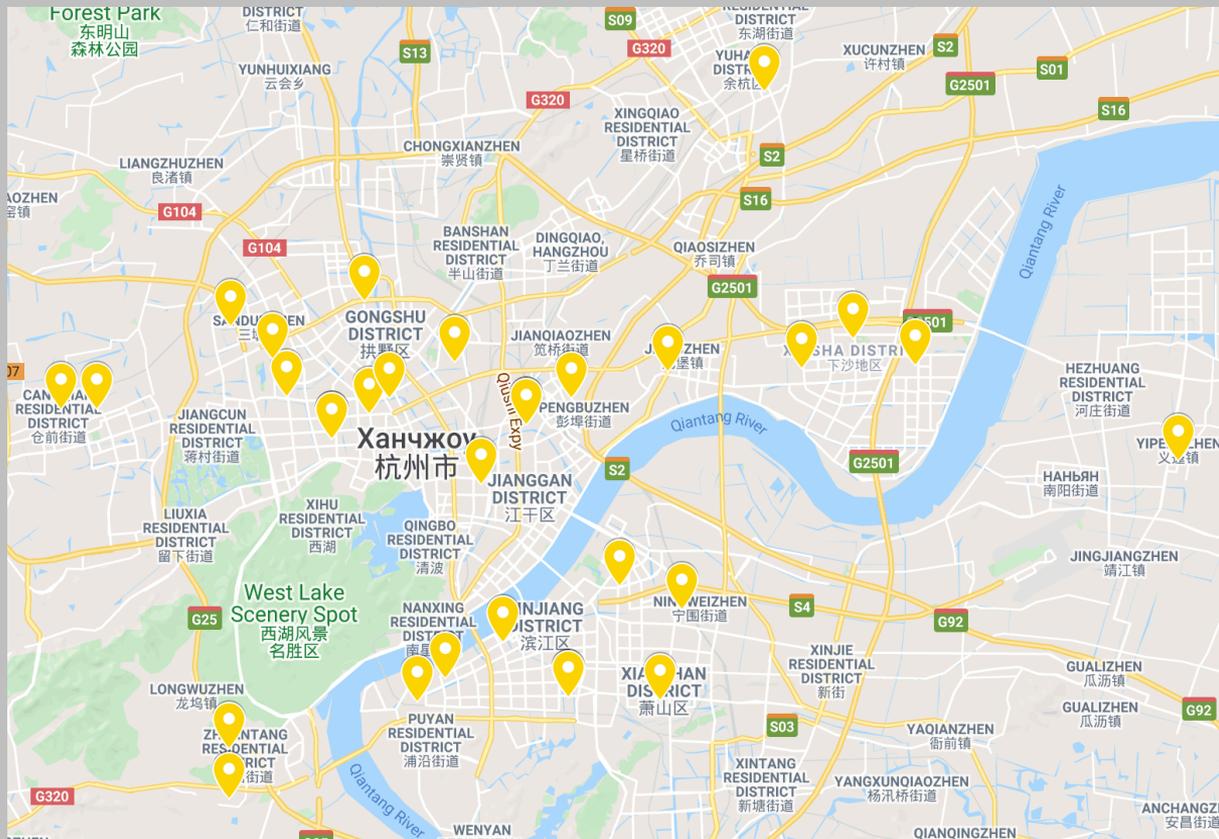
61 пиццерия

Конкуренты в Ханчжоу: Mua Pizza



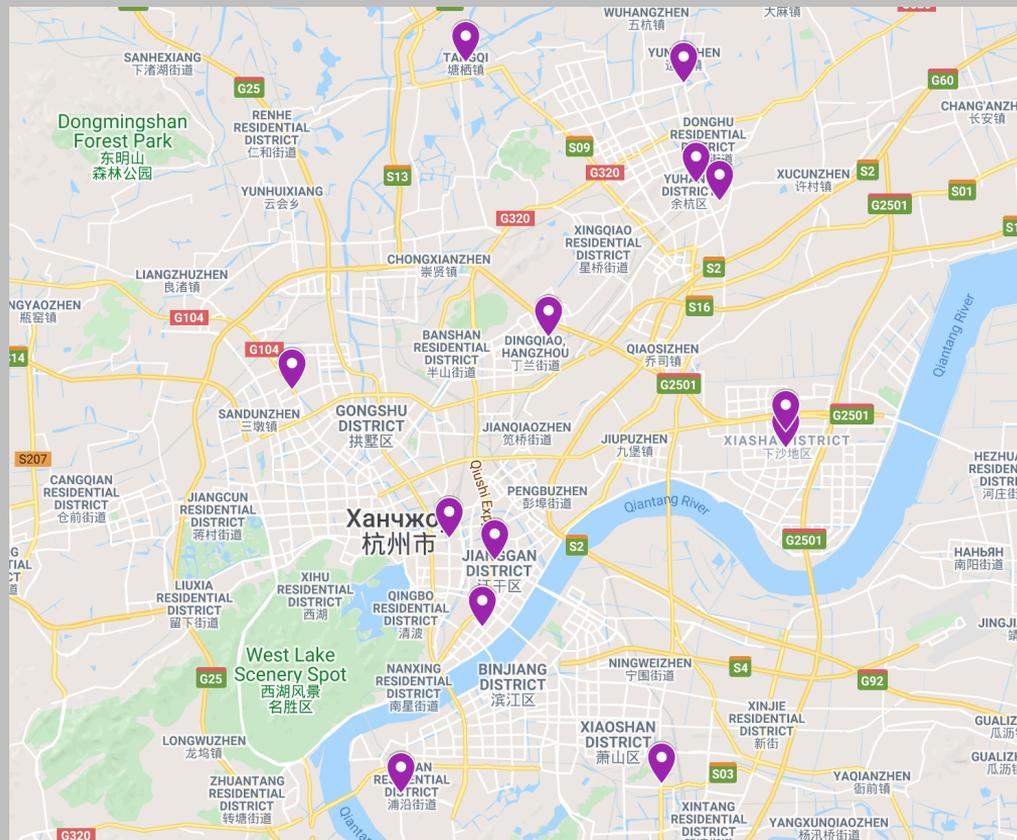
38 пиццерий

Конкуренты в Ханчжоу: Zhigen Zhidi



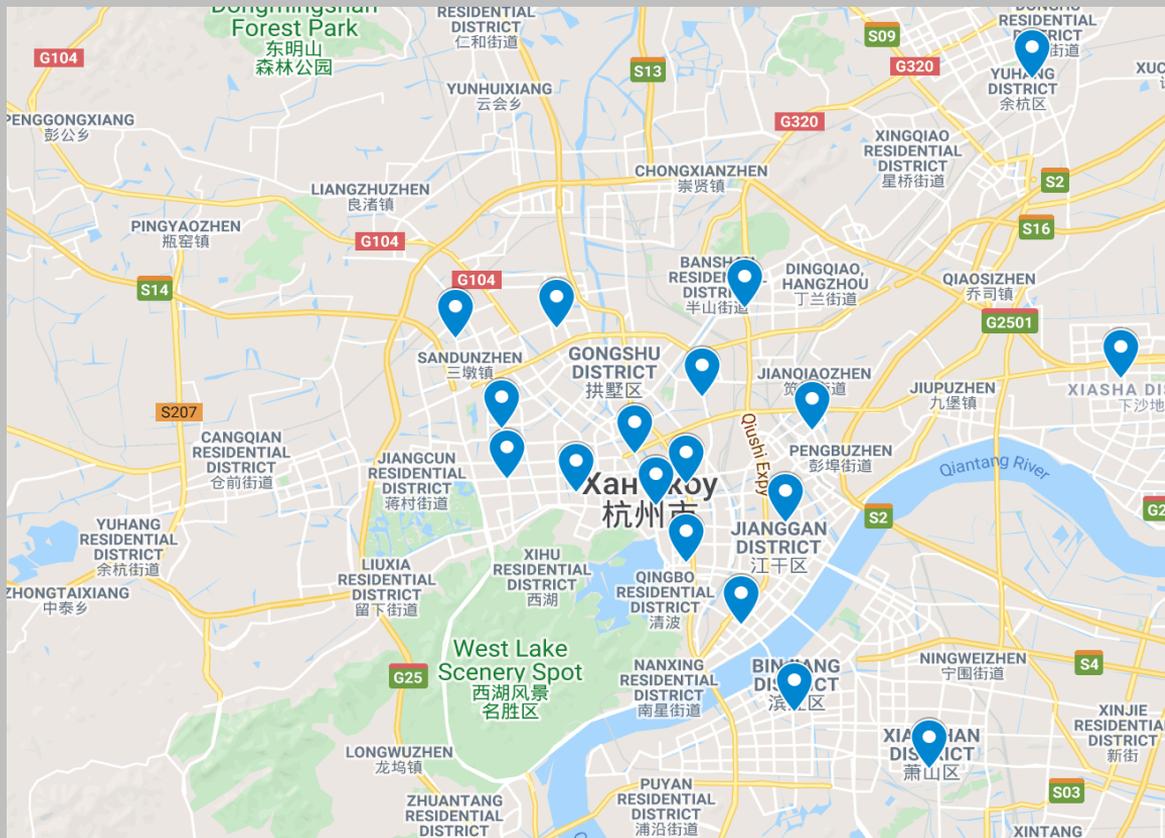
32 пиццерии

Конкурененты в Ханчжоу: Magritta Pizza



26 пиццерий

Конкурененты в Ханчжоу. Domino's Pizza



17 пиццерий



флагманская пиццерия

Два формата



мини-пиццерия



Реновация флагманской пиццерии в Ханчжоу

Параллельно с открытием пиццерий в мини-формате мы планируем провести реновацию первой флагманской пиццерии:

- изменить интерьер в соответствии с новым фирменным стилем;
- уменьшить размер кухни и увеличить площадь зала для гостей и количество посадочных мест;
- новое оборудование на кухне и новые продукты в меню: фритюр (картофель фри, крылья в панировке), мягкое мороженое, горячие напитки.

Первый раунд инвестиций в Dodo Pizza China

Что такое Dodo Pizza China?

Эксклюзивный мастер-франчайзи Dodo Pizza на территории Китая.
Размер роялти в глобальную компанию - 3%.

Куда будут направлены инвестиции?

Инвестиции пойдут на создание в Ханчжоу локального бренда, строительство сети из 12 пиццерий, продвижение бренда – городскую рекламную кампанию, R&D - развитие бренда, продукта и формата, создание конкурентоспособной франшизы.

Что дальше?

Строим успешную локальную сеть и бренд в Ханчжоу – доказываем жизнеспособность концепции и потенциал к масштабированию. Далее привлекаем в несколько этапов инвестиции и масштабируем бизнес на весь Китай через собственную корпоративную сеть или франчайзинг. Строим завод по производству замороженной основы для пиццы и фасовки ингредиентов для снабжения корпоративной и франчайзинговой сети.

Какие выходы для инвесторов?

Мы планируем построить большую сеть и сильный бренд на рынке пиццы Китая. Вероятные сценарии далее: продажа мастер-франшизы крупному китайскому стратегическому игроку в общественном питании либо выход Dodo Pizza China на IPO.

Какой потенциал рынка и наша большая цель?

Мы видим возможность строительства сети из 2000-2500 пиццерий на территории Китая в перспективе 10 лет.

2000+

Наша цель – открыть более двух тысяч пиццерий

Оценка потенциала рынка Китая для Dodo Pizza

Государственная классификация городов Китая по размеру и значению	Количество городов в выбранной классификации	Примеры городов	Возможное количество пиццерий в одном городе	Количество пиццерий в выбранной классификации
Первый уровень	4	Пекин, Шанхай	100	400
Новый первый уровень	15	Ханчжоу, Чэнду	40	600
Второй уровень	30	Яньтай, Хэфэй	15	450
Третий уровень	70	Урумчи, Гуйлинь	10	700
Четвертый уровень	90		3	270
Пятый уровень	128		-	-
Итого количество пиццерий				2420

Конкуренция в городах разного уровня (без учета Pizza Hut)

Первый уровень:

- Dominos в Шанхае - 102 пиццерии, Пекин – 80+
- La Cesar в Шэньчжэне – 60+ пиццерий
- Champion Pizza в Гуанчжоу – 100+ пиццерий

Новый первый уровень:

- у китайских игроков Mua Pizza или Zhigen Zhidi в Ханчжоу 30-40 пиццерий
- Dominos и Pizza Hut Delivery в Ханчжоу - около 20 пиццерий

Второй уровень:

- у Magritta в Pizza в Хэфэй 23 пиццерии
- у Zhigen Zhidi в Фучжоу больше 30 пиццерий

Третий уровень и четвертый уровень:

- в некоторых городах по 5-6 пиццерий, в некоторых 3 пиццерии, но в целом почти везде можно найти пиццерии (именно в городах из этой категории)

Все сети активно развиваются – количество пиццерий растет





Долгосрочная стратегия в Китае



Наши преимущества



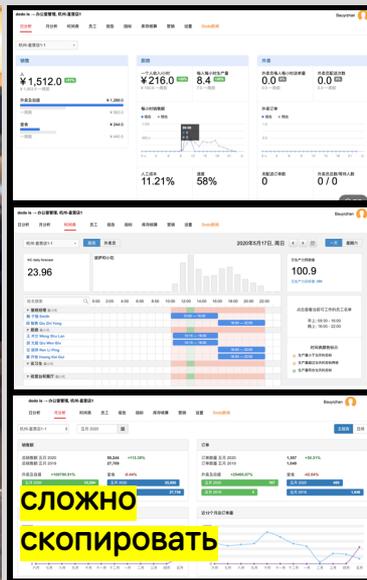
Технология замороженной основа для пиццы

- Собственная технология
- Возможность снабжать все пиццерии в стране из одного производственного центра
- Длительные сроки хранения – эффективная логистика



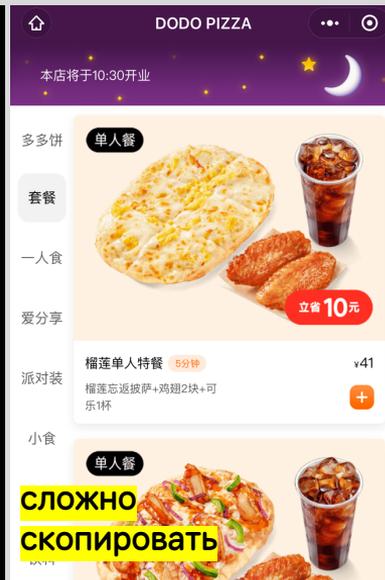
Эффективная производственная модель пиццерии

- Небольшие кухни и высокая производительность труда
- Возможность размещать в «проходных» заметных местах
- Простые производственные процессы – возможность быстро обучать персонал и масштабировать сеть



Собственная ИТ-платформа

- Собственная ИТ-платформа Dodo IS в виде веб-сервиса для управления операционным бизнесом. В 2016 году адаптирована для работы в Китае и переведена на китайский.
- В будущем – интеграция с ведущими агрегаторами Meituan и Ele.me



Приложение вместо кассиров

- Приложение в WeChat для приема заказов вместо кассиров делает взаимоотношения с клиентами прозрачными – данные, контроль за возвращаемостью гостей, прямая коммуникация с клиентами.
- Планируется приложение для Alipay, Android и iOS.



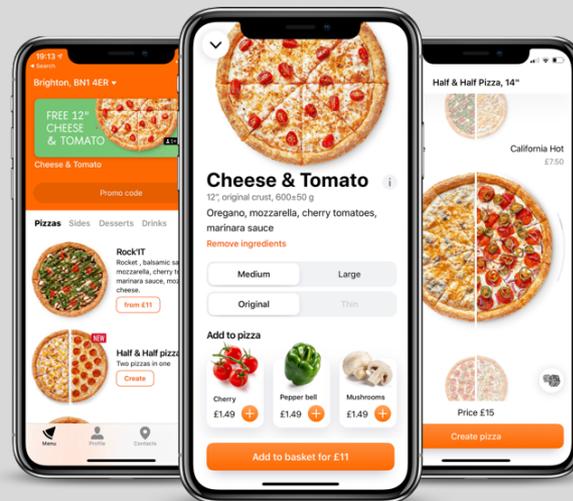
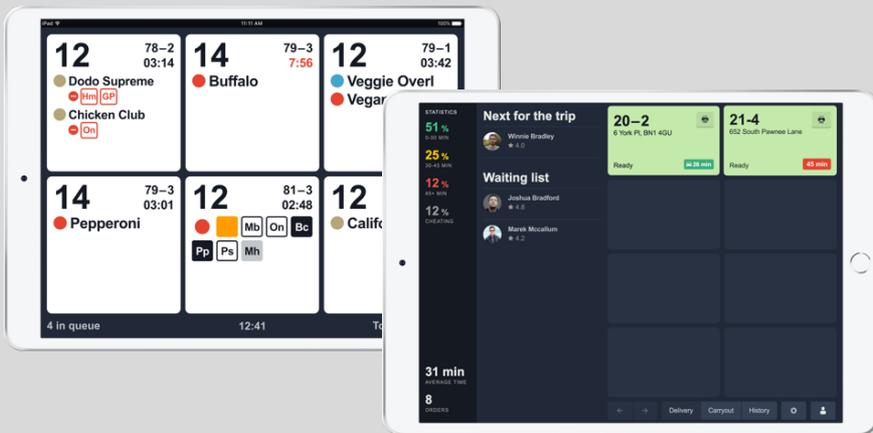
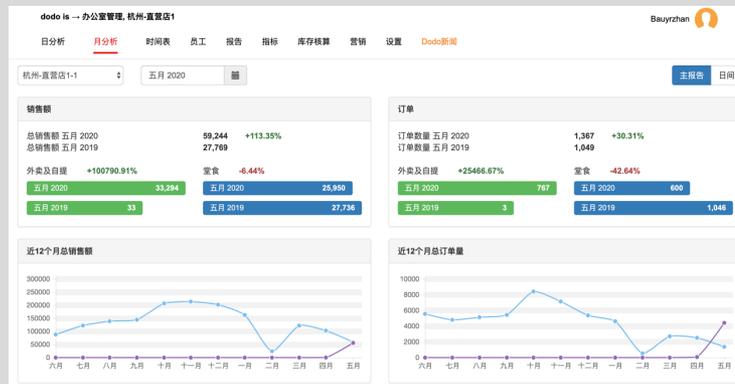
Команда

- Опыт работы в Китае с 2016 года
- Команда в Китае: менеджеры из России и Китая
- Команда глобальной Управляющей компании – маркетинг, R&D, 100+ программистов, поддержка развития



Информационная система Dodo IS

- Ядро бизнеса – собственная цифровая платформа Dodo IS в виде веб-сайта
- Система Dodo IS включает в себя все необходимое для управления бизнесом и производством
- Сбор и анализ данных, быстрое принятие решений в онлайн режиме, удобство для масштабирования и управления сетевым бизнесом
- 100+ программистов в глобальной управляющей компании





Кейс Starbucks в Китае

Starbucks в Китае сегодня

- Невероятный успех
- 4123 кофейни в 177 городах Китая
- 57 000 сотрудников
- В Шанхае кофейни Starbucks больше, чем в Нью-Йорке

Путь Starbucks в Китае

- Первая кофейня открылась в январе 1999 году в Пекине
- Главный вызов - предложить культуру кофе в стране, где пьют исключительно чай
- В течение первых девяти лет в Китае Starbucks терпел убытки

«We were not successful in the early years. It took a number of years for us to get traction and gain success and loyalty. There were many people, some inside the company and certainly outside the company that said Starbucks would never succeed in China...»

Howard Schultz



Первый раунд инвестиций в Dodo Pizza China

\$2.5 млн



%30

Dodo Pizza China – эксклюзивный мастер-франчайзи на территории Китая

Куда будут
направлены
инвестиции?

+10 пиццерий
в Ханчжоу
до конца 2020
года

- создание сети из 12 пиццерий в Ханчжоу (снабжаются текущим производственным центром)
- реновация первой флагманской пиццерии
- городская рекламная кампания
- развитие команды, продукта, бренда, концепции
- развитие приложения в WeChat и Ali Pay
- создание юридической структуры для прихода стратегического инвестора на следующем этапе

Команда Dodo Pizza China



Баубыржан Садыков
CEO

Пекинский университет транспорта, 15 лет в Китае, в Dodo Pizza China с основания в 2016 году



Николай Бурдин
операционный директор

В Dodo Pizza с 2012 года, 8 лет опыта операционной работы



Спартак Арутюнян
директор по продукту

В Dodo Pizza с 2017: исследования, R&D, запуск продуктов.



Анна Калмыкова
директор по маркетингу

10-летний опыт работы в маркетинге FMCG. Продуктовый маркетинг и брендинг



Patty Yu
маркетинг-менеджер

В Dodo Pizza China с основания в 2016 году, прошла стажировку в российской Додо Пицца



Артём Казаков
ведущий разработчик приложения в WeChat

Wuhan University (Китай) по специальности e-commerce



Алексей Аристов
коммерческие вопросы, логистика

МГИМО, ВШМ СПбГУ и Taiwan National Chengchi University, работает с Китаем с 2017 года



Amber
Менеджер по закупкам

В Dodo Pizza работает еще с учебы в Университете в Яньтае в провинции Шаньдун, где была открыта первая пиццерия



Борис Тимченко
управляющий пиццериями

ВШЭ по направлению «Востоковедение», китайский язык и экономика



Дмитрий Сергеев
менеджер по маркетингу

Нанкинский университет (КНР), магистратура; работает с Китаем с 2012 года

+

команда
глобальной
управляющей
компании

Наши принципы:
Настойчивость
Научный подход
Инновации



До встречи в Ханчжоу!

Hangzhou 501 Plaza, HANGZHOU, CHINA 杭州大厦501城市广场