



photographer: Alan light

כיצד הופכים משבר להזדמנות. המתכון של מקדונלד'ס

הבעיה: בשנת 2003 דיווחה מקדונלד'ס לראשונה בתולדותיה על הפסד רבעוני ומנייתה צנחה.

הפתרון: תכנית הניצחון. תכנית אסטרטגית שכל ארכה הוא עמוד אחד(!) שתכליתה ניצחון במלחמה על לבבות הלקוחות שנבטשו.

הייעוד הישן של החברה: "להיות מסעדת המזון המהיר הטובה בעולם".

הייעוד החדש: "להיות המקום המועדף על ידי לקוחותינו".

צעדים לפעולה:

- התמקדות בחוויית הלקוח במסעדה
- עיצוב מחדש של המסעדות
- פתיחה מאוחרת וסגירה מאוחרת של סניפים
- שיפור מסלול הכשרת העובדים
- יציאה בקמפיין פרסומי תחת הסיסמה "I'm Loving It"
- שינוי התפריט והכנסת מזון בריא יותר
- **התוצאה:** רווח של 4.4 מיליארד דולר בשנת 2008.
- **הסודות:** פשוטים. להיות פשוט, נחשק, שונה ואמין.