

McDonald's, podnikající v 79 zemích s obratem 26 miliard USD, je jednou z nejúspěšnějších globálních značek. McDonald's je zaměřený na hodnotu, částečně proto, že jeho zákazníci mají stejné zaměření, částečně proto, že musí konkurovat agresivnímu přístupu společnosti Taco Bell. Nicméně značka symbolizované zlatými oblouky má bohatou identitu, nabízející zákazníkům několik možných spojení.⁶

Základní identita

Nabídka hodnoty: McDonald's poskytuje hodnotu definovanou produktem, speciálními nabídkami a zážitkem z nákupu vzhledem k ceně

Kvalita jídla: Stejně chutné a čerstvě připravené kdekoli na světě

Služby: Rychlé, přesné, přátelské, bez nervozity

Čistota: Naprostá na obou stranách pultu

Uživatel: Zaměření na rodiny s dětmi, ale slouží široké škále zákazníků

Rozšířená identita

Praktičnost: McDonald's je nejpraktičtější rychlé občerstvení – provozovny jsou v místech, kde lidé bydlí, pracují a setkávají se; součástí je efektivní a rychlá obsluha; forma podávaného jídla umožňuje jednoduchou konzumaci

Sortiment: Rychlé občerstvení, hamburgery, zábava pro děti

Podznačky: Big Mac, Egg McMuffin, Happy Meal a další

Občanský postoj: Dětská charita Ronalda McDonalda, dům Ronalda McDonalda

Osobnost značky: Orientovaná na rodinu, veskrze americká, upřímná, výživná, veselá, zábavná

Vztah k zákazníkovi: Asociace na rodinu a zábavu jsou všeobjímající; McDonald's je součástí příjemných chvil

Vztah k zákazníkovi: Dětská charita Ronalda McDonalda se těší úctě, obdivu a oblibě

Logo: Zlaté oblouky

Postavy: Ronald McDonald, McDonalldovy panenky a hračky

Nabídka hodnoty

Funkční požitky: Chutné hamburgery, hranolky a nápoje za dobrou cenu; extra požitky ve formě hřišť, cen, premií a her pro děti

Emoční požitek: Pro děti zábava prostřednictvím narozeninových večírků, vztahu k Ronaldu McDonaldu a dalším postavám, pocit neopakovatelných chvil s rodinou. Pro dospělé hřejivý pocit chvil strávených s rodinou, podpořený emotivní reklamou

Obr. 3-6

Identita značky McDonald's