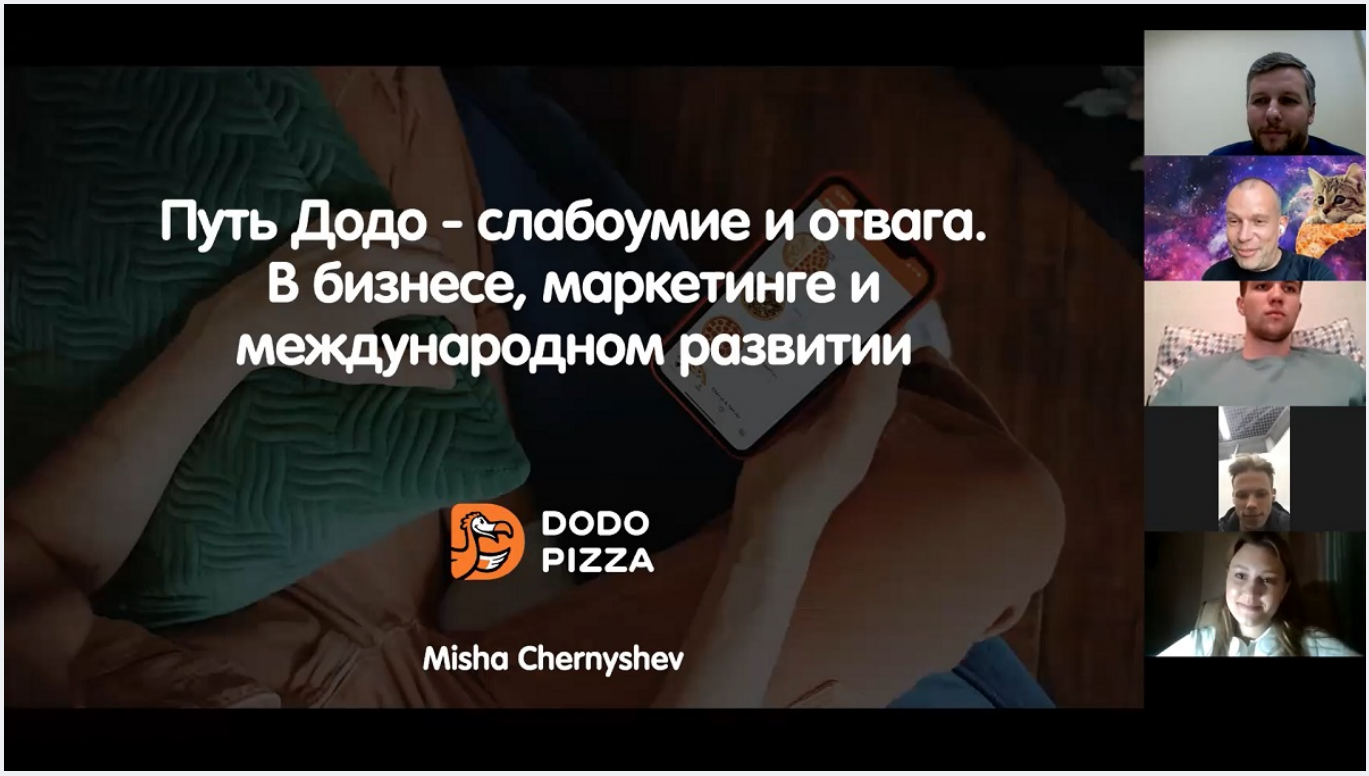
Путь Додо – слабоумие и отвага: Михаил Чернышев выступил с лекцией для студентов Политеха

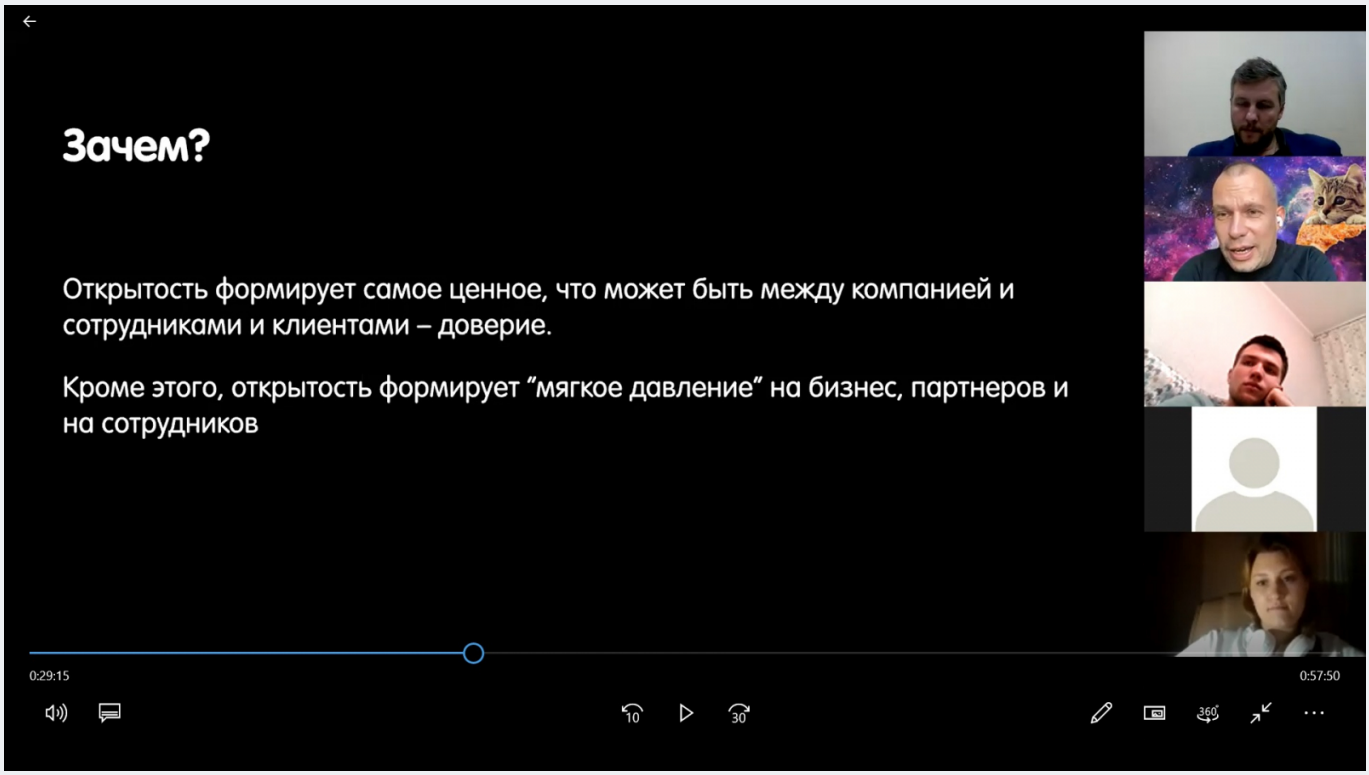
7 сентября 2021 года с онлайн-лекцией о бизнесе, маркетинге и международном развитии компании выступил директор по маркетингу «Додо Пицца» в Великобритании Михаил Чернышев.

Мероприятие было организовано Высшей школой технологического предпринимательства (ВШТП) Института передовых производственных технологий (ИППТ СПбПУ) совместно с Российско-Германским центром инноваций и предпринимательства «Политех Strascheg». Состоявшаяся лекция стала очередным мероприятием в цикле регулярных гостевых семинаров для студентов международных магистерских программ от предпринимателей, топ-менеджеров, бизнес-тренеров, таких как: Алекс Косик, Николай Пунтиков, Ларс Магнуссон, Максим Имасс и другие.

Михаил Чернышев – выпускник EMBA Стокгольмской школы экономики по стратегическому маркетингу, управлял маркетингом в таких компаниях как Tele2, Yota и ВКонтакте, а с 2012 года начал взаимодействовать с Федором Овчинниковым, основавшим и развивавшим в Сыктывкаре стартап «Додо Пицца».



Тему выступления Михаила Чернышев обозначил как «Путь Додо – слабоумие и отвага», с акцентом на развитии компании от стартапа в северном Сыктывкаре до интернациональной компании: на данный момент у «Додо Пицца» 753 пиццерии в 15 странах.

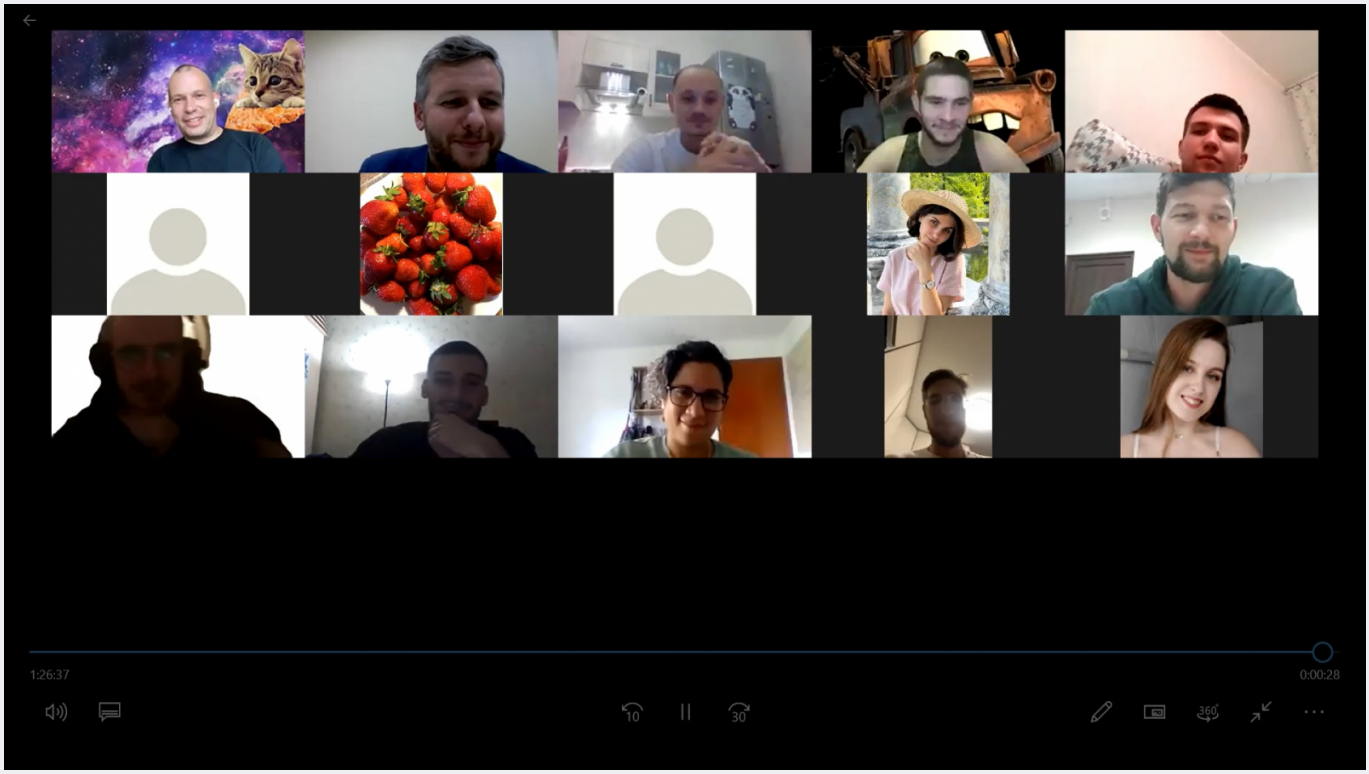


По словам спикера, компания «Додо Пицца» придерживается политики открытости во всем: застекленная кухня, доступная наблюдателю, открытый сервис, таблица прибыли и убытков, рейтинг каждой пиццерии, доступный как клиентам, так и конкурентам сети.

Важным составляющим элементом компании является маркетинг на основе данных. Благодаря этому, команда быстро реагирует на отзывы клиентов, подстраивается под их потребности посредством сбора информации внутри своей собственной сети. Для этого у «Додо Пицца» есть собственное хранилище данных, в которое каждый день поступает более 1 000 000 различных параметров, что помогает анализировать все действия и предотвращать ошибки в работе.

В предпринимательстве важны такие факторы, как стремление действовать, умение убеждать, умение работать в команде, строить сети взаимоотношений и конечно, умение быть настойчивым и идти до конца. В этом смысле, отважным шагом развития компании стал британский рынок. Сначала идея была убыточной. Около двух лет Додо «пробивалась» сквозь стену уже

устоявшихся гигантов британского рынка. Было проведено множество собраний и принято большое количество решений, самым важным из которых было остаться на рынке, проведя тщательное исследование клиентов и их потребностей. После проведенных анализов целевой аудитории Великобритании и общения с местными покупателями, руководство пиццерии обнаружило недостающие части уже существующего британского рынка и принялось за создание нового формата. Сейчас пиццерии Додо в Великобритании демонстрируют устойчивый рост.



На встрече присутствовали более 40 студентов – будущих основателей стартапов Политеха из России, Финляндии, Латвии, Нидерландов, Китая и Колумбии, а также преподаватели Высшей школы технологического предпринимательства.

В конце гостевой онлайн-лекции слушатели задали ряд вопросов спикеру:

> Анна, магистратура 1 курс: *«Когда я в последний раз была в Додо, услышала робота, который подбадривал работников словами: «Молодцы! Вы всё успеете!» Что это и не мешает ли она работникам?»*
>
> Михаил Чернышев: «*Это робот Оленька. Она направлена на пиццемейкеров для того, чтобы они слышали насколько быстро и хорошо делают пиццу. И это их мотивирует*».

> Даниил, магистратура 1 курс: *«Мне кажется, что продукция «Додо Пицца» имеет высокую стоимость, особенно для студентов. Есть ли в ваших планах развивать какие-то продукты для этого сегмента?»*
>
> Михаил Чернышев: *«Мы находимся на территории массового бренда, и мы должны учитывать все население российских покупателей. В регионах наша пицца воспринимается дороже, чем у локальных конкурентов… Можно сэкономить на уборке помещений ресторанов, что не будет, возможно, заметно на итоговом продукте. Но это противоречит нашей идеологии, т.к. вкус просто для вкуса и без качества – не соответствует ей».*

> Михаил, магистратура 1 курс: *«Вы упоминали, что планируете выйти на биржу и пройти IPO. Как вы думаете, как такое решение может повлиять на ваш бизнес, и как вы планируете справляться с давлением акционеров?»*
>
> Михаил Чернышев: *«Во-первых, нам придется контролировать Федора, чтобы он не стал Илоном Маском, который своими твитами обрушивает акции своей компании. Придется немного видоизменить политику открытости компании, поставив «пунктирные рамки». Во-вторых, мы очень позитивно смотрим на IPO. У нас много работников-акционеров (из 300*

человек около 200 – акционеры). Часть работников стала акционерами во время пандемии. Другая часть получила свои акции за отличную работу».

Владимир Щеголев: *«Великобритания все же была своеобразным вызовом для себя или же выступала, как желание узнать новый сложный рынок? Как возникла идея выхода на данный рынок?»*

Михаил Чернышев: *«Идея возникла, когда мы вошли неосознанно спонтанно. Один партнер настаивал на выходе на британский рынок. Добро дали, но очень сопротивлялись. Партнер скопировал российскую модель, запустил, но проект не выстрелил. Стали сами разбираться и в итоге поняли, что рынок реально непробиваемый. И пришлось решать: уйти и сдаться или разбираться и остаться. И если мы найдем решение для рынка Великобритании, то эта модель масштабируется на любой самый сложный рынок. И по итогу Великобритания стала своеобразной лабораторией, где мы будем «пилить» формат, искать его и не сдаваться, чтобы в будущем перенести на другие рынки. И для меня это самый сложный проект за всю историю моей карьеры. Нам хочется доказать самим себе и всем, что ребята из России могут быть не только нефтяниками или айтишниками, но и могут стать успешными в сложном розничном бизнесе. Для этого система должна быть максимально эффективной. Тогда на выходе получается отличный прибыльный продукт».*

Владимир Щеголев: *«А большинство британцев знает, что Додо – российская компания?»*

Михаил Чернышев: *«Мы это не скрываем, но для некоторых – это экзотика. Но никому не мешает наше происхождение и вряд ли станет стоп фактором для развития в Великобритании».*

Итогом интересной дискуссии стала родившаяся идея о проведении регулярного мероприятия Dodo Startup Pizza Party в рамках программы «ВКР как стартап в Политехе», которая с 2021 года доступна для всех студентов Политеха. Михаилу идея такого формата показалась перспективной.