**Poznaj jak lokalnie pracuje się dla globalnej marki McDonald’s**

Stażysta w Dziale Strategii oraz Client Service

Zadanie rekrutacyjne

McDonald’s to najcenniejsza marka w kategorii QSR (quick service restaurants) oraz #9 marka na świecie\* w 2021 roku. W Polsce DDB wspiera McDonald’s we wszystkich działaniach komunikacyjnych i robi to prawie od 30 lat!

Nasze doświadczenie opiera się na szerokim spojrzeniu na biznes, byciu na bieżąco z zachowaniami konsumenckimi, trendami oraz na budowaniu mocnej relacji z Klientem, którego oczekiwania i standardy niezmiennie są na światowym poziomie.

### *\** [*https://www.rankingthebrands.com/The-Brand-Rankings.aspx?rankingID=6*](https://www.rankingthebrands.com/The-Brand-Rankings.aspx?rankingID=6)

Zapraszamy do udziału w rekrutacji na staż o unikalnej formule – łączący możliwość pracy w Dziale Strategii i w Dziale Client Service.

Na czym - w jednym zdaniu - polega praca stratega? Na zrozumieniu, czego chcą ludzie. Jakie są ich potrzeby (te wypowiedziane i nie). Strateg powinien myśleć z perspektywy “zwykłego człowieka” i umieć wyjaśnić, dlaczego ludzie zachowują się w określony sposób, co ich motywuje, a czego się obawiają. Taka wiedza daje szansę na stworzenie przełomowego pomysłu, który przyniesie sukces marce - klientowi agencji.

Dlatego jeśli poszukiwanie insightów nie ma przed Tobą tajemnic, wybierz jedno z pytań i spróbuj na nie odpowiedzieć:

#1

**Czemu Polacy jak wyjeżdżają na wakacje „za granicą”, to często odwiedzają McDonald’s?**

Badania pokazują, że Polacy z roku na rok coraz chętniej jeżdżą na wakacje poza granice kraju (wyjątkiem od reguły były ostatnie 2 lata). Wyjazdy zagraniczne umożliwiają poznanie innych kultur, ludzi, smaków. A jednak z jakiegoś powodu wielu Polaków odwiedza McDonald’s w trakcie swoich wojaży. Co ich do tego skłania? Jakie motywacje, czy potrzeby są realizowane w trakcie tych wizyt?

#2

**Jak zachęcić babcię, żeby przyszła do McDonald’s?**

McDonald’s to miejsce, które kojarzy się z młodymi ludźmi przesiadującymi w środku. A przecież to miejsce, gdzie każdy jest mile widziany. Jakie potrzeby osób z pokolenia Silver mogą być zaspokajane w Maku? Czemu tu, a nie w innych miejscach?

#3

**Dlaczego część ludzi zawsze w Maku jedzą to samo?**

W McDonald’s raz na jakiś czas pojawiają się w menu nowe, limitowane czasowo oferty. To te, które głównie się widzi w reklamach. A jednak wiemy, że istnieje grupa ludzi, którzy bez względu na ofertę zawsze zamawiają w McDonald’s to samo. Co ich do tego skłania? Dlaczego nie próbują nowych produktów? Jak można ich zachęcić do zmiany swoich przyzwyczajeń?

Możesz wykonać zadanie w dowolnej formie. To może być krótki esej, prezentacja w PowerPoincie (max. 10 slajdów), film, etc.