

PIZZA HUT

A Pizza Hut Portugal, seguindo a estratégia internacional da marca, segmentou em 2013 a gestão dos seus activos em dois negócios, Restaurante e Delivery.

PIZZA HUT RESTAURANTE

O negócio de restaurantes da Pizza Hut terminou o ano de 2013 com 63 unidades e 1086 colaboradores.

Continuando a política de investimento na reformulação dos activos, procedeu à remodelação da imagem da unidade de Ponta Delgada, nos Açores e à abertura de uma nova no aeroporto do Funchal.

Tendo em conta o posicionamento Fun and Friendly, durante o ano transacto, lançámos duas novas especialidades, a Super Pan Pizza em Março e a Crown CheeseBurger em Novembro.

Com duas fortes campanhas de meios, marcamos presença na televisão com a Super Pan Pizza em Abril e, em MUPIs e através da internet, publicitamos a Crown CheeseBurger, nos últimos dois meses de 2013, tendo ambas as campanhas registado um elevado reconhecimento por parte dos clientes.

Reforçando o programa de inovação e por forma a proporcionar experiências diferentes para os seus clientes, destacam-se as vagas de Rodizio All Star nos períodos de férias de Verão e de Natal, assim como a parceria com a Zon Cinemas, em Dezembro, com o filme infantil Revolta dos Perús, e a muito aplaudida presença do Pizza Pooch na parada das mascotes realizada em plena baixa lisboeta.

Durante o Verão realizou-se ainda a Temporada das Saladas com uma gama alargada de composições e preços imbatíveis, com forte aceitação pelos clientes.

No seu posicionamento de restaurante para as famílias, e em resposta a um enquadramento económico difícil, a marca lançou em Janeiro as Pizzas Primo, isto é, cinco composições de pizza com preço único. Em Junho, mês da criança, lançamos a campanha Kids Free, em que oferecemos a refeição às crianças que visitaram os restaurantes acompanhadas pelos pais. Ao longo do ano foram criados vários menus: o Menu Super 4, o Menu Super Pan Pizza e o Menu CheeseBurger, que permitiu que os clientes acessem às especialidades Super Pan Pizza e Crown CheeseBurger a preços imbatíveis.

A marca surpreendeu os seus fãs ao lançar, em Setembro, a campanha digital no seu 23º aniversário, com a Pizza Aniversário ao preço de 2,3€, o que originou forte buzzword na sua página e elevada adesão dos seus amigos.

Sempre presente junto do target mais jovem, a Pizza Hut marcou novamente presença com a sua unidade móvel de serviço à fatia na Queima das Fitas do Porto e nos Festivais de Verão Optimus Alive, Optimus Porto e Marés Vivas.

Na área dos processos internos é de registar a contínua certificação na exigente norma ISO 22000 das unidades da Foz, NorteShopping, Dolce Vita Antas e Colombo que são exemplos do cuidado e exigência que a Equipa da Marca coloca na segurança alimentar.

De acordo com o “Estudo Mercado Restauração 2013” a Pizza Hut registou neste ano o reconhecimento por 95% da população portuguesa, consagrando-se líder em Portugal no ranking de páginas portuguesas na área da restauração do Facebook, sendo digno de registo que a Pizza Hut é a única marca em Portugal com mais de 275.000 fãs nesta rede social.