

УДК 004:005:338.488.2:640.43

Вікторія Мельник

магістрантка V курсу спеціальності «Готельно-ресторанна справа»

Уляна Гузар

канд. економ. наук, доцент,

доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Львівський державний університет фізичної культури

імені Івана Боберського

РОЗВИТОК ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

В сьогоdnішніх умовах функціонування інтернет маркетинг покращує взаємозв'язок між представником закладу ресторанного бізнесу та своїм гостем. Основною перевагою інтернет-маркетингу є інтерактивність та можливість максимально точного спрямування на ціль. Саме завдяки інтернет-маркетингу відбувається використання всіх аспектів традиційного маркетингу в інтернеті, який поєднує основні елементи маркетинг-міксу: ціну; продукт; місце продажу; просування.

Інтернет-маркетинг (internet marketing) – це сукупність прийомів в Інтернеті, спрямованих на привернення уваги до товару чи послуги, популяризацію цього товару (сайту) в мережі і його ефективного просування з метою продажу [1].

Реклама ресторану в інтернеті – не найпростіше завдання. Неправильне налаштування рекламної кампанії або неефективний email-маркетинг для закладу тільки витратить бюджет, і можна не помітити різницю до та після. Щоб уникнути цього, пропонуємо важливі рекомендації [2]:

SMM просування ресторану, реєстрація в Google Мій бізнес, TripAdvisor та інших картографічних сервисах (завести групи в усіх

популярних соціальних мережах, вести переписку, репости; додати заклад на Google Мій бізнес, карти Google і 2GIS – найпопулярніші пошукові ресурси – і переконатися, що інформація про ресторан у мережі відповідає реальності; відстежувати згадки про заклад за гештегами та геолокаціями, намагатися не пропускати будь-які обговорення ресторану в соцмережах).

Робота з негативними відгуками (ігнорувати позитивні відгуки не варто – відповіді на них лише посилять і так уже позитивний ефект, що, поза сумнівом, приємно. Залишений без відповіді негативний відгук може, як снігова куля, примножити натовп невдоволених гостей).

Фото їжі (ефективна реклама для ресторану головним чином ґрунтується на просуванні страв та напоїв. Щороку щось змінюється, але їжу фотографують усі. Варто розпочати самостійно публікувати цікаво оформлені страви зі свого меню – це завжди працює).

Опитування (один з найкращих видів комунікації з відвідувачами. Для фейсбуку знадобиться спеціальний застосунок з платними опитуваннями. Варто запитати думку своїх лояльних клієнтів про якість сервісу, кого вони вибрали б офіціантом місяця, який коктейль їм сподобався найбільше і т.д. Найпопулярніші та найкорисніші питання – про те, що б вони хотіли ще бачити у закладі. Це не обов'язково нові страви та напої, можливо, вони хочуть почути іншу фонову музику, продовжити час роботи в п'ятницю або послухати живий концерт у закладі).

Пости з робочими фото працівників ресторану (а також історії про їхні захоплення, досвід роботи та унікальні навички. Раз на тиждень, можна й рідше (залежить від кількості працівників), створювати пости про персонал. Поширюючи цікаву інформацію і позитивні новини про своїх працівників, підвищується не тільки репутацію самої команди, а й загалом престиж закладу. Це покаже, що у ресторані працюють не безликі роботи й машини, які обслуговують, а цікаві особистості).

Таким чином, інтернет-маркетинг являє собою дієвий інструмент антикризового розвитку підприємства ресторанного бізнесу, який сприяє підвищенню клієнтоорієнтованості та зміцненню емоційного зв'язку з клієнтом.

Ключові слова: інтернет-маркетинг, ресторанний бізнес, сучасні реалії.

Список використаних джерел

1. IT-Statti [Electronic resource]. – URL: <https://itstatti.in.ua/internet-marketing/51-shcho-take-internet-marketing-povnij-oglyad-dlya-novachkiv-osnovni-instrumenti-i-strategiji-prosuvannya.html>.
2. Як просувати ресторан в інтернеті: креативні ідеї для розкрутки вашого закладу [Електронний ресурс]. – URL: <https://joinposter.com/ua/post/prosuvannya-restoranu-v-interneti>.