

## **ИНФОРМАЦИОННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ**

*Бахтиярова Э. А., студентка 2 курса факультета агротехнологии, земельных ресурсов и пищевых производств.  
Научный руководитель – Бунина Н.Э.,  
кандидат экономических наук, доцент  
ФГБОУ ВО «Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина»*

**Ключевые слова:** *Ресторанный бизнес, онлайн, веб–сайт, интернет, интернет-технологии, медиа-продукты, бизнес, клиенты, маркетинг, сайт.*

*Работа посвящена разработке информационных маркетинговых стратегий в общественном питании и ресторанном бизнесе. Рассмотрены методы и средства их реализации.*

Ресторанный бизнес сегодня успешен во многом благодаря маркетинговым стратегиям, принятым для его популяризации. Существует четкая целевая аудитория, которую все рестораны стремятся захватить, найдя успешные маркетинговые тактики. Маркетинг – это система, охватывающая как рекламу, так и связи с общественностью. Без маркетинга бизнес не сможет предложить самые лучшие продукты или услуги в отрасли, и ни один из ваших потенциальных клиентов не сможет узнать о вашем предприятии.

В современных реалиях ресторанный бизнес стремительно развивается. Безусловно, каждый пытается привлечь внимание большего количества посетителей, используя различные рекламные и маркетинговые ходы. И поэтому конкуренция в данной сфере услуг очень высока.

Приступая к проблеме исследования маркетинга в ресторанном бизнесе, выделим следующие закономерности:

1. Для новых и существующих ресторанов маркетинговые методики должны быть основаны на разнообразии меню, предложении лучших рецептов, качественном обслуживании, квалифицированном персонале.

2. Гигиена и свежесть продуктов - это одни из главных факторов.

3. Предпочтительнее начинать с малого, с простых маркетинговых предложений. Например, бесплатный образец (бизнес-ланч), который можно легко продумать и выполнить.

4. Ресторан должен быть правильно территориально расположен - это залог успеха.

5. Попробуйте отличаться от других ресторанов: меню, интерьер, льготные дни и часы посещения, особенности сервиса.

Я бы хотела выделить тенденции, которые влияют на доходность ресторана, современный ресторанный маркетинг сегодня немислим без интернет-технологий.

Если раньше информацию о ресторанах можно было найти только в прессе, то в настоящее время чаще применяют Интернет как более эффективное средство поиска информации. Клиенты используют поисковые системы и потребительский обзор сайтов, чтобы найти местные рестораны и решить, куда они хотят отдать свои деньги. Люди стремятся увидеть меню ресторана, и они предпочитают тот, который имеет лучшую рекламу в Интернете.

Создайте поисковый запрос для вашего ресторана, чтобы увидеть, какие результаты вы получите. Где вы находитесь? Что Вы должны сделать, чтобы быть на первой странице? Продумайте услуги и блюда, которые вы можете продать из своего ресторана в Интернете.

Держите себя в курсе текущих тенденций, статистики, фактов и цифр, которые могут помочь вам проанализировать маркетинговый план ресторана. Тогда возникает такой вопрос, а если организовать работу ресторана иначе?

Для этого создается функциональный веб-сайт, где можно узнать могут ли местные клиенты найти ваш ресторан в Интернете. Убедитесь, что они находят данный сайт. Можно создать свой блог, где будет информация о блюдах, список ежедневных событий, обзор о посетителях, новшествах, эксклюзивных блюдах.

Веб-сайты используют не только крупные компании. В настоящее время чаще, чем когда-либо, небольшие местные предприятия понимают важность наличия веб-сайтов и реализации стратегии интернет-маркетинга. 72% всех поисковых запросов связаны с поиском информации локального содержания, вы должны быть на 100% уверены, что ваш сайт будет отображаться в этих поисковиках, имеющих отношение к вашему ресторану.

Заинтересуйте местных фуд-блогеров в распространении информации о вашем ресторане. Внешние ссылки помогут повысить рейтинг, а положительные отзывы сделают вам репутацию.

Один из методов информационного маркетинга - мониторинг сайтов. От того, что говорят люди на форумах о вашем ресторане, во многом зависит успех бизнеса, наладьте с ними двустороннюю связь.

Используйте режим онлайн-заказа. Предлагайте вашим клиентам делать заказ на сайте. Этот инструмент нужен, чтобы облегчить путь ваших клиентов к вам, связавшись с вами за несколько кликов.

Развивайте свой адрес электронной базы данных. Маркетинг по электронной почте является более эффективным, более быстрым способом. Создавайте электронные бюллетени через социальные медиа-продукты, как на вашем сайте, так и внутри ресторана. Чтобы понять, что работает лучше.

Не забывайте об электронных СМИ и медиа-каналах. Информация о вас в данном рекламном сегменте даст вам возможность быть со своими клиентами 365 дней в году.

Онлайн-мир постоянно меняется. Поэтому ваш собственный взгляд на новые маркетинговые ходы, которые имеют потенциал, поможет вам оставаться на арене конкурирующих между собой структур.

Выставляйте информацию о ресторане в социальных сетях, и ваши завсегдатаи не будут терять интерес к вашему заведению.

Интересна программа лояльности клиентов: отправляя электронные рассылки постоянным клиентам и обычным пользователям, вы можете выделить эксклюзивные предложения. Данная программа должна действовать как в оффлайн, так и в онлайн-режимах.

Если у вас скучное или устаревшее меню, предложите клиентам внести изменения в его список в соответствии с их вкусами. Просите своих постоянных клиентов, написать о вас хорошие отзывы, также следует отвечать лично на любой отрицательный отзыв обратной связью. Придайте меню привлекательный вид, если у вас уже есть отличный дизайн, который хорошо работает, то доверьтесь ему.

Привлекательное оформление веб-страницы позволяет посетителям легко ориентироваться в ее содержании. Хороший дизайн обусловлен знаниями основных направлений создания и функционирования веб-сайтов. Имейте это в виду, когда заказываете создание сайта профессионалам. Некоторые посетители предпочитают выбрать блюдо из интернет-меню и заказать его прямо с сайта. Заказ можно оформить и через Интернет онлайн бронирование, непосредственно на сайте ресторана. Это позволяет легко выбрать блюда и обеспечить быструю доставку.

Ресторан – это заведение с большим количеством структурных компонентов, и все они требуют правильной организации, следовательно, необходимы соответствующие знания в области маркетинго-

вых стратегий, важнейших из которых является ценовая политика. Успех ресторанный бизнес определяется умением руководителя правильно организовать мероприятия, ориентированные на престиж и получение прибыли.

Первое время работы ресторана информационные маркетинговые стратегии обойдутся недешево, но они дадут вашему бизнесу большие возможности для развития и совершенствования.

### **Библиографический список :**

1. Гасанова Л.З. Разработка маркетинговых стратегий в ресторанном бизнесе // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 3 [Электронный ресурс]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/03/4259> (дата обращения: 12.11.2015).

2. Шок Патти Д., Боуэн Джон. Маркетинг в ресторанном бизнесе. - М.: Ресторанные ведомости, 2005. - 234 с.

3. Бунина Н.Э. Некоторые аспекты продовольственной безопасности региона/ Н.Э. Бунина // Вопросы экономических наук, 2010. №2 . с.60-63

4. Бунина, Н.Э. Специализированное программное обеспечение для автоматизации предприятий общественного питания / Н.Э. Бунина, В.А. Антипова, И.А. Пахарькова// НОВАЯ НАУКА: ОТ ИДЕИ К РЕЗУЛЬТАТУ: материалы международной. науч.–практ. конф.– Стерлитамак: РИО АМИ, 2015. –С. 119-121

5. Солнцева О.В., Бунина Н.Э. Определение основных направлений повышения продовольственной безопасности // Сборник научных трудов VIII Международной научно-практической конференции «Современные тенденции развития науки и технологий». – Белгород, 2015.

### **MEDIA MARKETING STRATEGY FOR PUBLIC NUTRITION Bakhtiyarova E., Bunina N.**

Keywords: Catering, online, website, internet, internet technology, media products, business, customers, marketing, web site.

The work is dedicated to the development of information marketing strategies in general-governmental food and restaurant business. The methods and means of implementation.

**Контактная информация: [benisa2009@yandex.ru](mailto:benisa2009@yandex.ru), 89278053199**