

Рекомендації по рекламі закладу "КаБаРе"

Перше, що потрібно врахувати – реклама вимагає суворого планування. Напишіть список ідей, які здаються вам цікавими (не менше 10). Перевірте, наскільки вони ефективні. Якщо ідеї вже використовувалися, то який був результат.

Зробіть розрахунки. Якщо креативна реклама ресторану на першому етапі розкручування «з'їсть» бюджет на найближчі півроку, від неї краще відмовитися.

Задіюйте кілька каналів просування і виберіть кращі. Будь-який рекламний інструмент необхідно тестувати. Наприклад, реклама в Instagram спрацює, якщо ваша основна аудиторія – молодь, яка активно його використовує. Для заможних клієнтів, які не витрачають час на подібні додатки, вона не спрацює.

Передбачте в бюджеті резервний фонд. Він потрібен для розширення вдалої рекламної кампанії. А також для експериментів: цікаві рішення можуть спрацювати, а можуть і не принести належного результату.

Як залучити нових гостей в ресторан. Вище ми розглянули кілька способів просування ресторанів і кафе після відкриття. Однак як бути, якщо гості відвідують ваш ресторан, але частина столиків завжди пустує? Хочете збільшити відвідуваність? Задійте перевірений маркетинговий інструмент – «сарафанне радіо».

Способи розкрутки ресторану: «відрізняйся або помри». Фраза відомого маркетолога Джека Траута вже стала крилатою. І з нею важко не погодитися. Конкуренція серед ресторанів величезна. Як рекламувати ресторан, щоб вас запам'ятали і розповіли друзям?

Зосередьтеся на деталях. Пам'ятайте, що кращу рекламу для ресторану роблять самі відвідувачі: буде це рекомендація одного або фото в Instagram.

Оцініть «точки контакту». Тобто проаналізуйте, де і чому гість приймає важливе для власника закладу рішення – залишитися або піти до конкурентів.

Складіть просту таблицю. У першій колонці вкажіть шлях гостя: вхід, стійка адміністратора, гардероб, столик, туалет і т. д. У другу внесіть точки контакту: ручки дверей, номерки, меню, сервірування, деталі інтер'єру. Вони повинні викликати позитивні емоції. Номерки в вигляді сталевих ложок, вінтажне дзеркало в туалеті – незвичайні деталі інтер'єру, які хочеться розглядати. Будь-яка цікава деталь може стати точкою контакту.

Подбайте про те, щоб зовнішня і внутрішня реклама відповідала наступним правилам.

Реклама повинна бути:

- Яскравою і позитивною. Дивлячись на будь-який об'єкт реклами, людина повинна відчувати прилив радості. Це можуть бути фотографії апетитних страв, кумедні картинки, текстові повідомлення, подані з гумором і обіцяючи хороший, приємний відпочинок.
- Добре відпрацьований дизайнером. Тут важливі поєднання кольорів, вибір фону і шрифту, розмір і величина букв. Слід пам'ятати, що зовнішню рекламу помічають на ходу, і те, що вона вибивається з ряду собі подібних, якщо в ній присутня деяка відмінність;
- Вдало розташована. Навіть добре зроблену рекламу можна не помітити, якщо вона знаходиться не в тому місці, занадто затемнена деревами, зливається з фоном прилеглих будівель;

- Лаконічною і продуманою. Не варто поміщати на рекламних щитах великий текст – його все одно ніхто не встигне прочитати на ходу. Шукайте яскраві рішення для своїх ідей, пропонуйте знижки або розважальну програму, авторські страви або особливу національну кухню. Розробіть свої унікальні пропозиції і дайте про них дізнатися майбутнім клієнтам.

Банкетне обслуговування

Часто буває так, що в ресторан приходять тільки під час обідньої перерви працівники сусідніх організацій. Вечорами та у вихідні ресторан пустує або наповнюється дуже бідно. Організуйте банкетне обслуговування, поширивши інформацію про те, що при великих замовленнях будуть хороші знижки. Так можна влаштовувати дні народження, дитячі свята, корпоративи, весілля і вечірки. Якщо гості все одно не йдуть, можна запропонувати їм приходити зі своїми спиртними напоями. Це буде вигідно як клієнтам, які можуть заощадити на випивці, так і вам, тому що за ліцензію на торгівлю спиртним вам потрібно буде викласти чималеньку суму.

Додатково можна залучити музикантів, артистів, аніматорів, які забезпечать належний рівень розваг.

Щасливі години

У багатьох закладах громадського харчування існує можливість прийти в певний час і отримати ті ж страви за нижчою ціною, або пообідати недорого. Для цього створюється спеціальне меню, в якому зібрані більш дешеві, доступні всім страви. Часто це правило діє під час обідньої часу. У цей період кафе працює в режимі їдальні, але зате від відвідувачів немає відбою. Такий спосіб є свого роду рекламою, адже приходять сюди відвідувачі приводять своїх знайомих, повертаються сюди ввечері, коли ціни вже інші, а кафе перетворюється на місце відпочинку.

Сімейні сніданки і бранчі

У вихідні дні також можна організувати сімейні сніданки, бранчі, які будуть мати якусь тематику. наприклад:

- Різдвяні посиденьки;
- Масляні гуляння;
- Пробуємо домашню випічку;
- Літні холодні страви і напої;
- Ягідні десерти;
- Дегустація солодошів (сирів, пельменів, вареників тощо.)

Такі сніданки повинні рекламуватися окремо. Про це потрібно повідомляти за допомогою листівок, флаєрів, вручаючи гостям під час інших відвідувань кафе. Можна роздавати

запрошення, удруковувати цю інформацію в чеки. Ціни на страви під час таких сніданків повинні бути прийнятні, а самі страви простими і немудрими. Зате у людей з'явиться можливість проводити час з сім'єю, з дітьми, друзями, а ваше кафе ніколи не буде пустувати. Звичайно, такі заходи будуть мати успіх, якщо кафе знаходиться в житловому або багатолюдному районі. Якщо ж воно розташоване в промисловій зоні, то ця затія може не вдатися.

Організація майстер-класів

У певні дні, краще на вихідних, можна організувати нескладні майстер-класи для дітей або для дорослих, на яких будуть показуватися приклади приготування простих страв. Вхідний квиток для учасників повинен включати вартість приготованої в процесі заходу страви, а також напій на вибір.

Наприклад, один з кухарів може показати дітям, як готувати піцу, сосиску в тісті, печиво, як пекти булочки або круасани. У цей час батьки будуть займати столики, замовляти основні страви меню і радіти разом з дітьми. Такі майстер-класи можуть стати регулярними, адже витрати на них мінімальні. Потрібно підготувати стіл, тісто, начинки, пов'язати дітям фартухи. Можна запросити аніматорів, які будуть розважати дітей і допомагати їм готувати. У такі дні виручка кафе може скласти пристойну суму.

Доставка обідів в офіси

Можна укласти договір з різними організаціями, яким буде вигідно, якщо ви будете доставляти обіди прямо їм в офіси. Для цього знадобиться автомобіль і водій. Замовлення можна робити заздалегідь по телефону, коректуючи попередньо своє меню. Наприклад, при доставці можна брати заявки на наступний день, збираючи попередньо оплату. Поставки гарячих свіжих обідів можуть бути цікаві тим, хто не хоче, щоб їх співробітники йшли надовго на обідню перерву.

Ідеї для залучення клієнтів в кафе

1. Підібрати рецепти дитячого меню;
2. Готувати вегетаріанські страви;
3. Частина страв робити значно дешевше інших, щоб кожен міг знайти причину для відвідування;
4. Встановити кальяни;
5. Організувати романтичні вечери. Для цього можна на кожен столик в певний час ставити свічки або масляні світильники, для створення певної атмосфери;
6. Відокремити майданчик для танців. Нехай навіть у вашому кафе немає живої музики, буде непогано, якщо гості матимуть можливість потанцювати під хорошу музику;
7. Продумати інтер'єр таким чином, щоб тут були місця для фотографування. Люди люблять робити знімки під час відвідин ресторанів та кафе, наприклад, з друзями, під час свят та ін. Необхідно надати їм таку можливість. Наприклад, це може бути маленький фонтан або статуя, фанерна картина з отвором для лица, національний

- костюм або його частини, які можна надіти. Такий костюм потрібно розпороти ззаду і пришити зав'язки, які будуть фіксувати його на людині будь-якої комплекції;
8. Проведіть безкоштовний Wi-Fi. Це приверне молодь і тих бізнесменів, які звикли завжди залишатися в курсі подій. Про наявність такої зони потрібно писати на дверях великими літерами;
 9. Надайте послугу "їжа на винос". Так ви привернете тих, хто голодний, але не має часу сидіти в кафе або не одягнений досить пристойно для цього. Їжу можна видавати через віконечко, надаючи можливість не заходити всередину, якщо замовник до цього не готовий;
 10. Замовлення їжі додому. Для цього вам знадобиться зробити свій сайт, де потрібно помістити фото і ціни страв. Водій компанії і його особистий автомобіль допоможе вирішити питання доставки;
 11. Підпишіться на кілька популярних журналів і газет. Багато людей люблять читати за їжею. Це приверне тих, хто не має супутників, а поодинці сидіти в кафе соромиться. Буде непогано зібрати невелику бібліотеку, тоді навіть в похмурі або морозні дні у вас будуть відвідувачі.

Добре спланована рекламна кампанія здатна привернути величезну кількість відвідувачів. Подбайте про приємну, комфортну обстановку, смачні і завжди свіжі страви, продумайте дизайн фасаду, обладнайте прилеглу територію. Знайдіть можливість здивувати відвідувачів незвичайними послугами або додатковими сервісами, і клієнти полюблять такий заклад.