

Маркетинговые решения в ресторанном бизнесе

Аннотация

Ресторанный бизнес – в первую очередь клиентский бизнес, и без понимания своей целевой аудитории, без тщательных маркетинговых исследований и новых маркетинговых решений, без последовательного и системного продвижения можно легко пополнить ряды экс-рестораторов. Хозяева ресторанных бизнеса стараются идти «в ногу со временем» не только в том, что касается внутреннего убранства ресторанов, клубов и кафе, новинок мировой кухни и напитков, но и подхода к обслуживанию клиентов. Ниже представлены наиболее распространенные маркетинговые решения с использованием технологий для привлечения и удержания своей аудитории.

Ключевые слова: ресторанный бизнес, смартфон, планшет, беспроводное соединение к интернет, Apps-приложения, high-teck нововведения

Последние несколько лет особую популярность в нашем мегаполисе приобрели смартфоны и планшеты. Без них мы уже никуда. Приходишь в кафе или ресторан, и видишь как люди уже в большинстве случаев не разговаривают между собой, а только что-то высматривают в своих «девайсах». Первоначально менеджеры ресторанов задумались о введении Wi-Fi (беспроводного соединения к интернет) в своих заведениях. Для людей, имеющих ноутбуки и работающих удаленно это было очень удобно. Вы помните то время, когда за эту услугу приходилось платить отдельно?! А ведь это было совсем недавно! Теперь технология пошла дальше, и владельцы ресторанных бизнеса стараются не отставать от нее.

Технологические нововведения, используемые в ресторанном бизнесе

На конференциях и международных выставках, посвященных ресторанному бизнесу, все чаще поднимается вопрос о том, как лучше внедрить или использовать современные технологии, чтобы клиенты были довольны обслуживанием и «амбиентом» (от итальянского *ambiente* - среда, атмосфера).

ра) и принесли владельцам ресторанов больший доход.

Новые приложения для iPhone, HTC и прочих смартфонов помогут получить более качественное обслуживание. Как это может помочь? Вот, к примеру, последние нововведения:

1) найти ближайший к вам ресторан. На данный момент найти или выбрать ресторан по вашему вкусу рядом с вами, пока вы находитесь в городской « пробке », совсем несложно, если использовать такие приложения, как «LocalEats», «Restaurantfinder» или «Foodspotting». Если вы предпочтете конкретную ресторанную сеть, искать их расположение возможно с помощью приложения-навигатора;

2) сделать заказ на ходу. Пока некоторые сети ресторанов только начали это использовать, другие уже готовят на основании мобильных заказов. Возможно это с помощью мобильного устройства, разместив свой заказ онлайн.

Предварительный заказ значит меньше хлопот для обеих сторон: шеф-поваров ресторанов и обслуживающего персонала, которые будут иметь дело с меньшим раздражением клиентов, ожидающих приготовление своего блюда;

3) закажи и оплати за своим столом. Забудьте официанта! Специальное приложение для мобильного устройства через беспроводное соединение Wi-Fi позволяет сделать заказ без вызова к столику официант. Таким образом, клиенты заказывают и платят прямо со своего стола, а обслуживающий персонал всего лишь выполняет их желания.

Если единичные рестораны уже имеют «планшеты» на вашем столе, очевидно, что следующий шаг состоит в том, чтобы установить отдаленный терминал для оплаты вашего счета, где вы можете просто приложить свою банковскую карту;

4) развлекайтесь. Если вы когда-нибудь посещали сеть японских ресторанов «Якитория», то наверняка вам известно, что там вы найдете видеозалы, которые предлагают вашему вниманию новинки видео-проката, по выходным присутствуют аниматоры и игры для детей и многое другое. Такого рода подход «развлечений во время еды» становится все более распространенным в ресторанах мегаполиса.

Вые реи ном

**найти или выбрать
ресторан по вашему
вкусу рядом с вами...
совсем несложно,
использовав такие
приложения,
как «LocalEats»,
«Restaurantfinder» или
«Foodspotting»**

Некоторые из развлекающих игр уже на вашем телефоне. Многие ресторанные сети находят способы «обыграть» свой бренд с помощью приложений (apps), которые позволяют играть на телефоне (и держать свое имя в вашей голове). В то время как одни родители пытаются сделать время, проведенное с детьми в ресторане, менее виртуальным, другие приходят в восторг, что могут занять своих детей игрой на телефоне, пока ожидают заказа;

5) поделитесь своим мнением. Многие закусочные уже создают обмен фотографиями на телефонах. Через специальное приложение «Foursquare» вы легко можете сделать „check-in“ (англ. *check-in – регистрация*, на современном сленге в социальных сетях означает зарегистрироваться в понравившемся месте или «я здесь был») в заведении, в котором вы пребываете в данный момент, сделать фото понравившихся блюд или интерьера, описать или поставить оценку заведению и, конечно, поделиться информацией со своими друзьями, порекомендовать понравившееся вам место. В этом случае используется довольно старый и известный нам маркетинговый ход «сарафанное радио» или посещение ресторана по рекомендации. Теперь, если отдельный ресторан, кафе, бар или ресторанная сеть в различного рода приложениях или социальных сетях имеет наибольшее количество „checkin“, то это значит, что место стало очень популярным (в тренде) и в последнее время в мегаполисе его название будет всегда высокивать в качестве рекомендации для посещения, если вы находитесь где-то поблизости.

Иногда также заведения вознаграждают своих посетителей, например, приносят вам бонусные баллы за обмен фото и информацией на «Facebook» или других социальных сетях;

6) оплата с помощью мобильного телефона. Новые достижения помогают сделать этот процесс проще. Некоторые рестораны высшего класса и ресторанные сети начали использовать «оплата с вашего телефона».

Например, недавно обновили приложение «TimmyMe» для мобильных платежей, чтобы пользователи Blackberry могли с помощью одного клика совершить платеж и получать отчет QSR.

Следующий шаг – сделать доступной эту функцию для android-телефонов;

7) *получи скидку.* Распространение виртуальных кошельков, таких как «Apple», «Яндекс- деньги», «Web-money» и «GoogleWallet», теперь позволяют вам получить карты лояльности или дисконтные карты виртуальным способом. Уже стало не актуальным, к примеру, если вы съели 10 пицц «Маргарита», то 11-ю вы получите бесплатно при следующем посещении заведения. Ресторанная сеть «Япоша» предоставляет скидку 10% на все заказы, совершенные с помощью мобильного приложения онлайн.

Кроме получения скидок с помощью приложений, владельцы смартфонов могут получить большую скидку уже указанным ранее образом за распространение среди своих друзей в социальных сетях фото, сообщений и мнений о конкретной ресторанной сети;

8) *доставка в офис или на дом.* Слишком устали, чтобы выходить из дома? Поможет вам приложение для iPhone и iPad “DeliveryClub”, 2000+ ресторанов Москвы и Санкт-Петербурга с доставкой в одном приложении. Несколько кликов на вашем смартфоне или планшете, и “DeliveryClub” доставит еду вам на дом или в офис.

Если вы думаете, что high-teck нововведения, которые вы видите в вашем местном ресторане, являются захватывающими, представьте себе, что происходит на заднем плане ресторанных бизнеса. Постоянный анализ меню, планирование и даже найм работников так же все время революционирует с помощью нового программного обеспечения.

Выход

Все эти технические достижения могут быть не очевидными на первый взгляд, когда вы посещаете то или иное заведение общественного питания, но они уже помогают владельцам ресторанов расширить аудиторию, расширить линейку блюд и улучшить свой сервис (услуги), когда вы посетите их. Все приведенные выше технологические нововведения на первый взгляд не серьезны и не примечательны, но они на самом деле приносят владельцам ресторанов большой доход при мень-

*...клиенты
заказывают
и платят прямо
со своего стола,
а обслуживающий
персонал всего лишь
выполняет
их желания*

...если отдельный ресторан, кафе, бар или ресторанный сеть в различного рода приложениях или социальных сетях имеет наибольшее количество „checkin“, то это значит, что место стало очень популярным...

ших затратах труда и капитала на рекламу, маркетинговые исследования, продвижение бренда ресторана. Социальные сети и приложения (Apps) для смартфонов и планшетов сделают все за них.

Литература

1. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>.
2. Ресторанный бизнес, как открыть ресторан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.restorante.com.ru>.
3. Информационный портал. Ресторанный бизнес в современной России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pitportal.ru>.
4. Ресторановед – журнал для рестораторов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.restoranoved.ru>.
5. Бизнес-тренинги и семинары [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.b-seminar.ru>.
6. Рождественская Л.Н., Чередниченко Л.Е. Креатив в системах общественного питания: границы допустимого // Креативная экономика. – 2011. – № 7 (55). – с. 136-144. – <http://www.creativeeconomy.ru/articles/4135/>.

pn

Uliana A. Kleshchukova

Applicant, economist with specialization in “Finance and Credit” and “National Economy”, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow

Marketing decisions in the restaurant business

Abstract

*R*estaurant business is primarily a client-oriented business, and without clear understanding of the target audience, without careful market research and new marketing solutions, without consistent and systematic promotion one stands a good chance of becoming a former restaurateur. The owners of restaurant enterprises try to go with the tides not only in regard to the interior decorations of restaurants, clubs and cafes, novelties of the world cuisine and beverages, but also in regard to the approach to customer service. The most common marketing solutions using technology to attract and retain the audience are presented below.

Keywords: restaurant business, smartphone, tablet computer, wireless Internet-connection, apps-applications, high-teck innovations