

## ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

О. Ф. Крайнюченко. к.е.н, доцент,

Т.С. Скулімовська, бакалавр

*Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна*

В статті розглянуто теоретичні та практичні основи використання інструментів інтернет-маркетингу в процесі ведення ресторанного бізнесу, досліджено їхню структуру. Відповідно розроблено і запропоновано конкретні маркетингові заходи покращення роботи ресторанного бізнесу.

**Ключові слова:** ресторанний маркетинг, інтернет-маркетинг, просування, SMM, Telegram-канал.

**І. Вступ.** Ресторанна індустрія є досить прибутковою та привабливою сферою підприємницької діяльності. В даний час конкуренція ресторанного бізнесу стає все більш жорсткішою, закладам складніше просувати свій бренд через інтернет-платформу. Потрібно постійно досліджувати ринок, конкурентів, інтереси споживачів тощо. Можна вигадати цікаву ідею, яка буде конкурентоспроможною, актуальною на ринку та задовольнятиме потреби відвідувачів, але без якісного просування через Internet про цю ідею ніхто не дізнається, чи навпаки, через неякісну інтернет-рекламу викличе лише негативні емоції сприйняття торгової марки ресторану.

Особливості сучасного функціонування ресторанної індустрії зумовлюють нагальну необхідність у розробленні системи просування послуг, які притаманні сфері громадського харчування. Тому, перш ніж просувати будь-який ресторанний бренд, потрібно вивчити та дослідити усі тонкощі застосування інструментів інтернет-маркетингу, їхню актуальність та мінливість. Також не потрібно забувати, що завдяки цьому шляху компанія може отримати гарний прибуток.

**II. Постановка задачі.** На сьогоднішній день, введення ресторанного бізнесу потребує використання більш сучасних інструментів інтернет-маркетингу. Головна мета яких – це формування лояльної аудиторії, а також отримання прямого трафіку в свій заклад. Практика функціонування маркетингу ресторанних послуг засвідчує, що більшість відвідувачів обирають ресторан, після того як прочитають усі відгуки, переглянуть сайт та соціальні мережі. Тобто відмовитись від online-сторінок можуть лише заклади-монополісти. Наприклад, буфет в школі, сюди учні прийдуть в будь-якому випадку через відсутність інших закладів. Проте сторінки в Instagram їм також не завадять. Адже лояльна аудиторія, яка сформувалась може активно реагувати на будь-які маркетингові заходи в закладі. Такі підписники на своєму рівні готові виступати маркетологами бренду безкоштовно, або ж за маленькі винагороди. З огляду на це, метою статті стало розроблення рекомендацій щодо практичного застосування інструментів інтернет-маркетингу у сфері ресторанної гостинності.

**III. Результати.** Найактуальнішими інструментами інтернет-маркетингу є SMM (Social Media Marketing) та Telegram-канали. Вони є найбільш дієвими у залученні нової аудиторії підписників і в подальшому відвідувачів ресторану.

SMM – це маркетинг в соціальних мережах, групах, форумах тощо. Інструмент спрямований, безпосередньо, на цільову аудиторію, і має більший зв'язок з PR, ніж з рекламою. Увагу можна купити цією рекламою, а от довіру відвідувачів потрібно завоювати. На даний момент, аудиторія соціальних мереж порівнюється з аудиторією телевізійних каналів, але вона є більш чутливою та відвертою.

Серед популярних платформ SMM можна виділити: Instagram, Facebook та Twitter.

Ресторанам роботи цільові пропозиції простіше, так як вони можуть оцифрувати свою аудиторію і виконати ретаргетинг. Тобто показувати ті публікації, якими споживач цікавився раніше. При цьому активність в

соціальних мережах дозволяє точно і дешево звернутися саме до своєї цільової аудиторії. Так, таргетована реклама в Instagram дозволяє охопити тисячу осіб за 300 гривень. До того ж її можна вибрати гранично точно, позначивши в налаштуваннях стать, вік, місце проживання, хобі і ще велику кількість критеріїв потенційних відвідувачів.

Не менш важливим шляхом вдосконалення роботи інструменту інтернет-маркетингу за ведення сторінок в соціальних мережах, є співпраця з лідерами думок – блогерами, в яких активна аудиторія та великі охоплення публікацій. Організація спеціальних заходів для блогерів – хороша ідея для генерації позитивного зворотнього зв'язку, що стосується перебування в ресторані, або ж один із напрямків боротьби з негативними відгуками. На таких умовах ресторан може безкоштовно пригостити блогерів своїми стравами, які потім напишуть на своїх сторінках про них та сервіс з позитивної сторони [2, с. 81].

Останнім часом більшої популярності набирає відео-реклама, як один із елементів SMM. Однак виробництво повноцінних відеороликів залишається досить дорогим для більшості ресторанів. Зручною альтернативою повнометражних відео, є застосування таких відео-форматів в соціальних мережах, як Instagram Live, Stories в Facebook. В 2019 році ці платформи стали ще актуальнішими, тому ресторанному маркетингу потрібно зробити великий акцент на цьому [1].

Наступним інструментом інтернет-маркетингу у сфері гостинності є застосування Telegram-каналу. Восени 2015 року в месенджері Telegram, що належить Павлу Дурову з'явилися так звані «канали» – спеціальні чати, що дають можливість відправляти повідомлення необмеженому числу підписників. Тобто він являє собою щось середнє між стрічкою новин та блогом на певну тему. Особливість Telegram-каналу в тому, що автор не отримує зворотнього зв'язку, крім кількості переглядів одного повідомлення [3].

Багато маркетологів нехтують цією комунікацією і вважають, що для просування своїх послуг буде достатньо мати наявності сторінки в Instagram та Facebook, проте в 2019 Telegram став платформою номер один. У цьому каналі можна транслювати вміст автоматично, або анонсувати події з соцмереж. Його можна наповнювати картинками з їжею та персоналом, новинами про різноманітні акції, які проходять в ресторані, чи розумними думками, або опитуваннями.

Сюди також можна віднести розроблення спеціальних ботів, які реагуватимуть на продукт ресторану із захопленням (рекомендації, репости, власна конструктивна думка щодо смаку страв, або якості сервісу закладу).

Боти стали неймовірно популярними під час президентських виборів в Україні навесні цього року. Telegram розвивається (платформа API) для ботів, і з кожним днем їх все більше і більше. У будь-якого бота є ім'я користувача, тому його можна знайти в глобальному пошуку. Боти поділяться на дві категорії – звичайні та вбудовані. Зі звичайними ботами відбувається пряма взаємодія, їм відправляється текст (для прикладу, пошуковий запит) або команди, які передбачив маркетолог ресторану. У більшості ботів команди дубльовані в спеціальному графічному меню, тому необов'язково вводити їх на клавіатурі. Проте на телефонах зазвичай в поле вводу вбудовують кнопку для зручності [4].

Ця платформа тільки набирає популярності, але на українському ринку ресторанного бізнесу вона ще не повністю розвинена. Тому для якісного ведення бізнесу потрібно зробити більший акцент на Telegram-канал як інструмент реклами в Інтернет.

**IV. Висновки.** Використання інструментів інтернет-маркетингу в ресторанному бізнесі є дієвою складовою просування бренду на ринку.

Якщо вміти користуватись усіма платформами, досліджувати їхній функціонал та актуальність можна з легкістю підвищити трафік закладу. Гарним прикладом таких платформ є SMM-просування в Instagram та Facebook, а також розроблення Telegram-каналу для ресторану. Кожен із цих

напрянків, є важливим та визначальним у розвитку підприємства. Реклама в соціальних медіа може принести велику користь для ресторану, але з урахуванням грамотної реалізації і управління процесами.

### Література

1. Агентство Digital Guru [Електронний ресурс] / URL: <http://dgagency.ru>
2. Ефремова, М.В. Технологии продвижения продукта в социальных сетях // Инновационные технологии управления / М.В. Ефремова – сб. тр. науч.-практич. конф. – Нижний Новгород, 2015, с. 84-86.
3. Інформаційний портал «Дощ» [Електронний ресурс] / URL: [https://tvrain.ru/articles/kanaly\\_v\\_telegram-402820/](https://tvrain.ru/articles/kanaly_v_telegram-402820/)
4. Сайт телеканалу «112» [Електронний ресурс] / URL: <https://ua.112.ua/mnenie/chomu-varto-zrobyty-telegram-svoim-osnovnym-mesendzherom-376657.html>