

## Концепція закладу «WELCOME SAFE»

Юлія Височанська, Юлія Соловійова

*Національний університет харчових технологій, Київ, Україна*

**Вступ.** Останнім часом ринок закладів харчування в Україні значно урізноманітнівся, збагатився новими компаніями, що в свою чергу посилило конкуренцію між закладами харчування різних типів. Це спричинило розвиток рекламних технологій та PR-методів для їх ідентифікації та просування.

**Матеріали і методи.** Матеріалами для написання тез слугували статті провідних спеціалістів PR та маркетингу. Були використані методи узагальнення, індукції та дедукції, системного підходу.

**Результати.** Ресторани, як відомо, можна класифікувати за різними ознаками. Проте найбільш суттєвим є їх розподіл на дві основні групи: концептуальні та такі, що не дотримуються чіткої концепції. Концепція закладу може бути зумовлена специфікою національної кухні, загальною атмосферою (елітний, молодіжний, сімейного типу тощо), тематичним спрямуванням або стилізованою ідеєю мистецького твору. Досліджуваний нами заклад Welcome Café намагається розвивати власну молодіжну концепцію.

Заклад Welcome Café існує у Києві з 2015 року. З моменту відкриття дизайн та концепція в цілому значною мірою відрізнялися від тієї, яку можна побачити сьогодні. Сюди приходили виключно за сніданком на самоті, живими концертами в компанії поціновувачів переважно класичної та ліричної музики та за смачними коктейлями. Концепція закладу була орієнтована на ідею розвитку затишного, стильного місця для конкретної цільової аудиторії, яка надавала перевагу більш спокійному відпочинку. Дизайн повністю відповідав запланованій концепції та атмосфері Welcome Café: багато темного дерева, цегли і металу, поєднання яких, однак, створювало відчуття затишку та спокою.

Першими зазнали змін інтер'єр закладу, який було оновлено на більш світлий, модернізований, мінімалістичний, та елементи фірмового стилю. Логотип сучасного Welcome Café відрізняється від попереднього мінімалізмом: кольорова гама становить собою поєднання білого та бірюзового кольорів. Ідентичним було рішення стосовно використання кольорів у дизайні закладу. Найголовнішою метою оновленої концепції все ж таки було залучення творчості і креативу в життя закладу. У Welcome Café почали проводити різні тематичні зустрічі, вечірки, читатися лекції. У вихідні дні заклад влаштовує діджей-сети за участю відомих киян. Вечірки є особливою та невід'ємною частиною концепції закладу, під час яких відбувається найбільша комунікація між аудиторією і, безпосередньо, закладом. Інформацію про такі заходи доречно поширювати у соціальних мережах таких, як Facebook та Instagram.

**Висновки.** Ефективним засобом залучення клієнтів, створення іміджу та розвитку ресторану є продумана концепція закладу. Щоб не витратити зайвих коштів, заклад має правильно зорієнтуватись у своїх цілях та специфіці аудиторії, оцінити свої недоліки та конкурентні переваги. Це допоможе досягти ефективної комунікації та розширення клієнтської аудиторії.