Хотите привлечь новых гостей? Тогда ваш кейс должен выделяться на общем фоне. Но как именно вы это сделаете? В этой статье мы поделимся более чем 13 конкретными советами по рекламе вашего HoReCa-бизнеса, кафетерия или службы доставки.

Привлечение новых гостей остается сложной задачей

Ваш интерьер выглядит великолепно, меню тщательно продумано, а персонал готов к приему новых гостей. Но как вы можете быть уверены, что потенциальные гости узнают об этом уже сейчас? Чем вы выделяетесь среди других заведений общественного питания и кафетериев?

Сейчас, как никогда, важно, чтобы вы сделали шаг навстречу своему бизнесу. В тот момент, когда ваши гости проголодаются, захотят пойти куда-нибудь или заказать что-нибудь, они должны подумать о вас. Многие кафетерии и кейтеринговые компании сталкиваются с этим. Сегодня существует так много возможностей для рекламы. И каждый утверждает, что нашел ключ к успеху. Неудивительно, что вы не всегда знаете, с чего начать.

> “Существует так много способов рекламы. Неудивительно, что вы не всегда знаете, с чего начать”.

Ознакомившись с рекомендациями по маркетингу, приведенными в этой статье, вы уже на правильном пути. Мы тщательно отобрали все советы, чтобы их было легко применять. Они помогут вам привлечь больше людей и рассказать о своей истории. Таким образом, вам всегда будет что сказать и вы привлечете дополнительных гостей или позволите им возвращаться чаще. Как в вашем кейтеринговом бизнесе, так и в кафетерии или в качестве концепции для продажи на вынос.

13 советов по рекламе вашего кейтерингового бизнеса

Совет 1: Сделайте свой бизнес заметным в поисковых системах

Местоположение имеет решающее значение в индустрии гостеприимства. Если вы находитесь рядом с туристической достопримечательностью, уютной площадью или оживленным местом, больше людей будут спонтанно пересекать площадку. Этот принцип применим и в Интернете.

Одним из самых оживленных мест в Интернете является Google. У людей возникает вопрос, ищут ли они информацию или хотят узнать, как это сделать? Тогда они используют самую популярную поисковую систему в мире. Поэтому инвестируйте в свою узнаваемость в Google, чтобы привлечь больше людей в свой бизнес. Вы можете сделать это, создав бесплатный бизнес-профиль в Google Мой бизнес.

Google использует всю информацию из этого бизнес-профиля, чтобы показывать результаты поиска потенциальным гостям. Кто-нибудь ищет “Ресторан + ваш город / район / улица”? Кто-нибудь ищет на картах Google интересные адреса поблизости? Имея полный профиль компании, они могут ознакомиться с вашим бизнесом.

Совет 2: Будьте активны в своих социальных сетях

Не только Google занят этим. Жители Казахстана проводят в среднем от одного до двух часов в день в различных социальных сетях, таких как Facebook, Instagram и TikTok. Если вы ничего не будете делать со своими социальными сетями, то упустите множество возможностей познакомиться с новыми людьми.

Без информации у ваших гостей не будет причин подписываться на вас в социальных сетях. Регулярно делитесь информацией (например, своим еженедельным меню или рекомендациями) и старайтесь каждый день публиковать фото или видео: популярного блюда, вашего меню, напитка, интерьера, персонала, ваших гостей или того, что происходит за кулисами. Таким образом, вы будете оставаться в поле зрения своей

целевой группы.

Не стоит недооценивать важность красивых фотографий, если вы активны в социальных сетях.

Facebook и Instagram Instagram stories — это больше, чем просто публикация фотографий. Расскажите свою историю, поделитесь своим меню на Facebook, позвольте своим гостям проголосовать за их любимое блюдо в Instagram stories или проведите их за кулисы в TikTok. Кроме того, всегда делитесь приятными отзывами и комплиментами, которые вы получаете.

Совет 3: Регулярно переключайте меню

Вы хотите, чтобы ваши постоянные гости возвращались? Тогда дайте им повод регулярно вносить изменения в свой рацион. Это возможно, если у Вас будет классика, а также новые блюда или вариации всеми любимых блюд. Или удивите вкусными вегетарианскими блюдами и закусками или оригинальными пивными парами.

Меняя мебель, ориентируйтесь на сезон или местные события, например, начало сезона оформления террас идеально подходит для творчества. Через некоторое время вы заметите, что ваши гости приходят посмотреть, потому что им интересны ваши творения. Эти блюда не обязательно должны быть особенными: закуска, приготовленная во фритюре с соусами цвета местной футбольной команды, или свежий сезонный салат – это уже многое значит.

Не забудьте анонсировать свое новое меню в аккаунтах вашей компании в социальных сетях. Вы также можете опубликовать новости через Google или на своем сайте.

Совет 4: Выгодные предложения

Кто не любит вкусно поесть? Возможно, это один из старейших способов привлечения новых гостей, но он все еще работает.

Кстати, такая сделка вовсе не обязательно должна быть убыточной для вашего бизнеса. Выясните, по каким продуктам у вас большая наценка и где от некоторых из них вы можете временно отказаться. Или, может быть, есть товары, которые вы можете

временно уценить для конкретной рекламной акции или для заказа в больших объемах?

Конечно, это требует определенных расчетов, но это гарантированно окупится!

Совет 5. Поощряйте своих постоянных клиентов

Укрепляйте отношения с клиентами, поощряя постоянных гостей. Сделайте это с помощью карты лояльности или предоставив скидку посетителям после оформления их предыдущего заказа.

Преимущество карточки клиента в том, что вы можете добавить в нее дополнительную информацию и/или работать с готовым решением. Вся эта информация позволяет вам делать более разумный выбор. Вы замечали, что часто заказывают определенное блюдо? Затем вы можете использовать это блюдо, например, в качестве еженедельной акции для усиления эффекта.

Скидка или бесплатная порция картофеля фри или напитков – это приятно, но вознаграждение не обязательно должно быть финансовым. Вы также можете предложить свои впечатления. Подумайте о том, чтобы попробовать новые блюда, посетить кухню или предложить блюда на месяц вперед. Или, может быть, вы называете блюдо или напиток в честь вашего самого преданного клиента? Чем больше вы привлекаете гостей, тем сильнее их связь с вашим бизнесом.

Совет 6: Привлекайте внимание гостей

Привлечь внимание ваших гостей можно не только с помощью подробной карточки клиента. Уделяйте своим гостям то внимание, которого они заслуживают. Каждый месяц дарите кому-нибудь цветы с открыткой. Регулярно меняйте аудитории, чтобы привлечь внимание кого-то из них. Позвольте победить постоянному клиенту, самому молодому или самому пожилому клиенту, годовалому клиенту, новому клиенту.

Или поделитесь фотографиями довольных гостей – если они, конечно, согласятся – в своих социальных сетях.

Это делает ваш бизнес доступным, человечным и создает уют. Любой, кто сидит за

компьютером или смотрит в свой смартфон, быстро почувствует желание посетить ваш ресторан или кафетерий. Коммуникабельность притягивает как магнит.

Совет 7: Просите оставить отзыв о каждом заказе

Руководствуясь девизом “Не ошибается тот кто ничего не едалем”, вы активно просите гостей прокомментировать каждый сделанный заказ. Делайте это весело и творчески, например, задайте остроумный вопрос или подарите красивую карточку.

Оставляйте отзывы в Google или Facebook, но не забывайте о таких платформах, как 2GIS. Особенно, если в вашем городе или районе много туристов. Таким образом, ваш ресторан, кафетерий или предприятие общественного питания привлечет новых

посетителей, которые еще не знакомы с районом и могут посещать только такие площадки.

Совет 8: Позвольте гостям представить новых клиентов / Affiliate

Осмелитесь ли вы сделать еще один шаг вперед? Поощряйте гостей, когда они обращаются за помощью к новому клиенту. Многие цифровые платформы работают с таким инвестиционным бонусом, но, прежде всего, подумайте о том, как вы можете применить его для своего бизнеса.

Это можно сделать, например, предоставив гостям уникальный код, который они смогут распространять. Если кто-то новый сделает заказ в вашем кафе с помощью этого кода, первый посетитель получит скидку или бесплатные закуски или напитки при следующем посещении.

Ваши сотрудники также могут пользоваться такой программой в качестве представителя для рекламы вашего бизнеса.

Совет 9: Сделайте подарок на день рождения

Приятно получать подарки на день рождения, не так ли? Подарите своим гостям бесплатный десерт, напиток или небольшую скидку при предъявлении удостоверения личности. Они определенно оценят это, и это повысит вероятность того, что они оставят отзыв или поделятся фотографией в своих социальных сетях.

А еще лучше, попросите у них адрес электронной почты (или физический адрес) в обмен на поздравительную открытку и скидку в день рождения. Таким образом, ваш список рассылки тоже расширится. Но, конечно, не забудьте отправить открытку.

Или доставьте гостей по электронной почте или отправьте приглашение отпраздновать их день рождения у вас дома, где они сами бесплатно пообедают, если придут с (достаточным количеством) друзей. Так вы вознаградите постоянного клиента и познакомитесь с новыми людьми!

Совет 10: Работайте с местными предпринимателями

Найдите поблизости торговцев или предпринимателей и вместе разработайте систему поощрений. Когда их клиенты приходят к вам, они получают что-то дополнительно, и наоборот. Для более подробной информации часто бывает достаточно простой карточки или листовки, на которой перечислены участвующие товары, или дополнительной страницы в вашем меню.

Найдите кого-нибудь из более крупных игроков по соседству, кто доставит вам гаджеты или другие материалы. Например, оформите заказ на меню в местной типографии или на места в местном магазине товаров для интерьера. Зонтики всегда будут на виду, так что вы сможете ими воспользоваться. Ваши затраты снижаются, а ваши партнеры повышают узнаваемость бренда, демонстрируя свои собственные работы.

Совет 11: Поговорите с местными предприятиями

Сотрудники также обедают или ужинают, поэтому убедитесь, что сотрудники соседних компаний легко находят дорогу к вашему предприятию. Поговорите с компаниями напрямую (например, по электронной почте, с помощью листовки или через Facebook и LinkedIn) или сходите на дегустацию самостоятельно в спокойную минуту.

Также можно заказать еду на вынос. Разработайте простое (для вас) и экономичное меню, специально для компаний в вашем регионе, которое вы будете готовить уже утром и доставлять в 11.30.

Совет 12: Работайте с влиятельными людьми.

Что бы вы ни слышали о “влиятельных людях”, этот принцип работает. Когда люди смотрят на кого-то снизу вверх и слышат, что этому человеку нравится кафе X или ресторан Y, есть большая вероятность, что они отреагируют (особенно положительно), если сами столкнутся с этими предприятиями общественного питания.

Как вы это делаете? Вы ищете человека, который может связаться со многими людьми и вступить с ними в партнерские отношения. Это может происходить в самых разных формах. Онлайн и офлайн. Например, найдите авторитетных людей, которые пишут о кафетериях и ресторанах в вашем регионе, и пригласите их посетить вас. Это зависит от того, сколько людей ищут лучшее кафе или еду навынос.

Наденьте свои пикантные туфли и пригласите известного голландца на бесплатный ужин. Вы также можете пригласить профессиональных спортсменов, предпринимателей и ассоциации, например. Прежде всего, не давите на них, а спросите их честное мнение. Довольны ли они? Спросите, не хотят ли они поделиться этим со своими подписчиками.

Ваш влиятельный человек не обязательно должен быть большой звездой. Прежде всего, найдите человека активного, заслуживающего доверия и увлеченного, возможно, в определенной нише. Чтобы привлечь внимание к вашему вегетарианскому предложению, вы можете, например, поработать с кем-то, кто публикует в Интернете материалы именно на эту тему.

Дополнительное преимущество: влиятельные люди могут рекламировать ваше кафе или ресторан в социальных сетях, в которых вы не активны. У вас нет времени и вдохновения публиковать что-либо на TikTok или Youtube каждую неделю? Тогда заключите партнерство с кем-то, кто активен на платформе.

Совет 13: Instagrammable

Вы хотите, чтобы ваши гости рассказывали о вашем ресторане или кафетерии в своих социальных сетях? Тогда сделайте свой бизнес доступным в инстаграме, визуально привлекательным, чтобы люди были только рады сфотографироваться.

Продумайте презентацию своих блюд, добавьте что-нибудь оригинальное в интерьер или выберите яркий дизайн меню. Все это можно разместить в социальных сетях. Отдельный уголок для фотографий, оригинальные цитаты или яркий фасад также могут помочь, если это вписывается в концепцию вашего бизнеса.

Вы можете поощрять своих гостей делиться фотографиями. Каждый месяц выбирайте фотографию для совместного использования и приглашайте создателя на бесплатный званый ужин или размещайте все интересные фотографии в своем офисе.

Часто это сводится к одному и тому же: дайте вашим гостям возможность поделиться чем-то о вашем бизнесе со своими друзьями и семьей. Они согласны? Затем увеличьте эффект, поделившись этим сами, побудив других сделать то же самое, и готово!

Несколько дополнительных советов по продвижению вашего кейтерингового бизнеса или кафетерия

Приведенные ниже советы не обязательно применять “завтра” в каждом ресторане или

кафетерии. Для получения некоторых советов вам потребуется больше времени, дополнительный бюджет или, возможно, даже рекламное или маркетинговое агентство. Но мы все равно хотим поделиться ими с вами, потому что они, безусловно, могут оказать большое влияние:

- Обустраивайте свою террасу так же хорошо, как и то, что светит солнце.
- Помимо рекламы в социальных сетях, вы всегда можете разместить рекламу на таких платформах, как Thuisbezorgd.nl, Google или Tripadvisor. Таким образом, вы сможете привлечь людей, которые действительно ищут еду или хороший адрес.
- Ваш бизнес расположен недалеко от оживленной транспортной магистрали? Тогда вы также можете рассмотреть возможность размещения рекламы на Flitsmeister. В этом случае приложение traffic покажет рекламу всем пользователям, находящимся в непосредственной близости.
- Хотите еще больше выделиться на уличной сцене? Вы можете размещать рекламу на трамвае, автобусе и на соответствующих остановках. Это обеспечивает вам дополнительную узнаваемость в вашем регионе, а бюджеты часто ниже, чем вы думаете.
- Фасадная реклама, фрески и неоновая подсветка – вот некоторые дополнительные идеи, позволяющие выделиться среди прохожих.
- Инвестируйте в понятный веб-сайт, который легко читается на смартфоне. Это не обязательно должен быть дорогой и обширный веб-сайт. Ваши гости будут особенно интересоваться вашим меню и часами работы.
- Посвятите себя благому делу. Таким образом, вы привлекаете внимание к своему делу. Вы можете сделать это пожертвованием, но чаще всего это может быть бесплатное действие или часть вашего времени. Добрые дела всегда вознаграждаются.
- Какой вид рекламы лучше всего подойдет для вашего кафе или предприятия общественного питания? К сожалению, это зависит от конкретного случая, от целевой группы. Наш главный совет: воспользуйтесь этими советами и попробуйте продвигать свой бизнес разными способами. Вы скоро заметите, какой из них подходит вам лучше всего.