

Тема: Потребительский спрос и реклама



Изучение потребительского спроса

Изучение спроса населения на услуги предприятий общественного питания является важнейшим условием их успешного функционирования





Спрос населения определяется тремя основными факторами

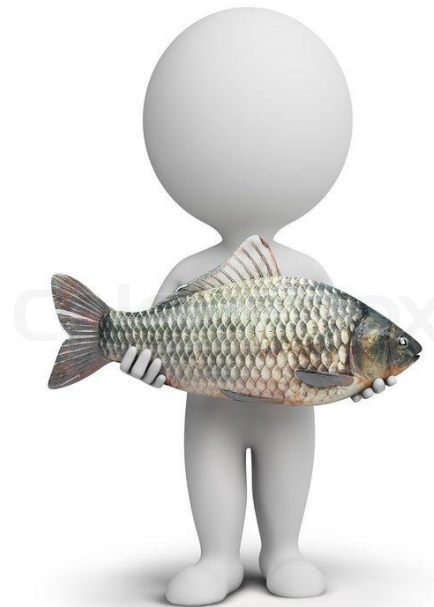
Материальным
благополучием

Наличием
разветвленной сети
предприятий питания

Уровнем культуры



Национальные традиции и исторически сложившиеся особенности быта оказывают большое влияние на формирование спроса (Например, в Приморье наибольшим спросом пользуются блюда из рыбы)



Воспитательная деятельность общества также влияет на формирование вкусов потребителей.

Правильно организованная реклама, выставки продажи способствуют популяризации блюд из новых видов продукции, тем самым вырабатывая спрос на новые изделия. Этот фактор определяет спрос не только на изделия, но и на дополнительные виды услуг



Действие природно-климатического фактора на формирование потребительского спроса населения особенно ярко проявляется в общественном питании



Порой изучение спроса направлено на исследование по отношению к какому-либо одному продукту (например, картофель – более сытная и дешевая еда)



Исследования спроса населения на продукцию и услуги общественного питания осуществляются в трех направлениях

Реализованный спрос

Неудовлетворенный спрос

Формирующийся
спрос



Методы по изучению спроса

Метод изучения
реализованного
спроса

Метод изучения
неудовлетворенного спроса

Метод изучения
формирующего
спроса



Метод изучения реализованного спроса – это сплошное или выборочное статистическое обследование.

Анализ оперативных данных о продаже блюд за прошедший период дает возможность установить, какие блюда пользовались наибольшим спросом у потребителей, на основе этих данных из меню исключают блюда, не пользующиеся спросом, и включают в него блюда, рекомендуемые посетителями

Метод изучения неудовлетворенного спроса - анкетные опросы. Анкеты заполняются самими опрашиваемыми или анкетерам. Опросы могут проводиться как на ПОП, на дому, по месту службы



При изучении неудовлетворенного спроса
применяются заочные/очные потребительские
конференции



Предлагаются анкеты с ограниченным числом вопросов, касающихся ассортимента и качества блюд, стоимости отдельных видов изделий, повышения культуры обслуживания

Посетители высказываются об ассортименте продукции, вносят предложения по улучшению обслуживания. Проводят на ПОП, где состав посетителей постоянный. Приглашают гостей путем объявлений, пригласительных билетов

Метод изучения формирующего спроса -
осуществляется на выставках-продажах кулинарных и
кондитерских изделий. При этом определяется
отношение потребителей к новым блюдам и
кулинарным изделиям



Реклама ресторанов

Реклама предприятий общественного питания обладает целым рядом специфических особенностей. Это, прежде всего, информация о месте расположения предприятий, об услугах, оказываемых ими



В условиях конкурентной борьбы за потенциальных потребителей реклама оказывает неоценимую помощь. При создании рекламы для ресторанов следует тщательно учитывать назначение предприятия, его стиль, царящую в нем атмосферу. Чем выше класс ресторана, тем больше затрачивается средств на рекламное оформление



Важный элемент рекламы – эмблема ресторана. Хороший эффект дает ее использование в сочетании с интересным шрифтом, рисунком. Неплохо, когда эмблема-значок украшает и одежду официанта, и плакаты, и саму вывеску ресторана



Средства рекламы ресторанов

Вывески и витрины

Пресса (газеты, журналы)

Плакаты

СМИ (радио, телевидение)

Транспаранты и панно

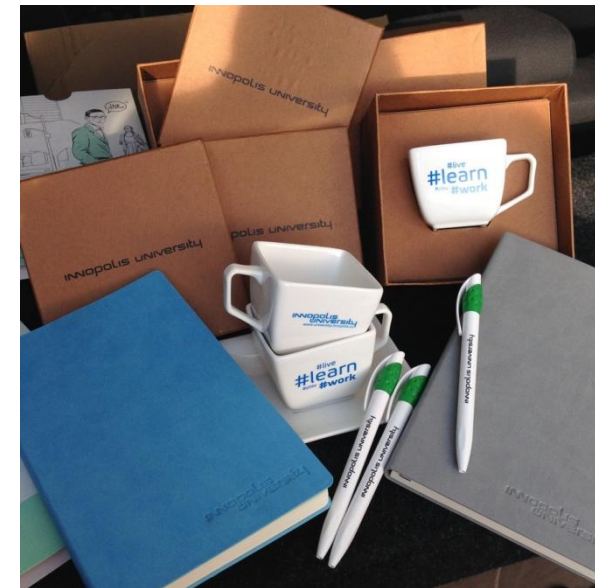
**Интернет ресурсы (сайт, ВК,
инстаграм и т.д.)**

Различные формы рекламы проводятся ресторанами для достижения следующих целей:

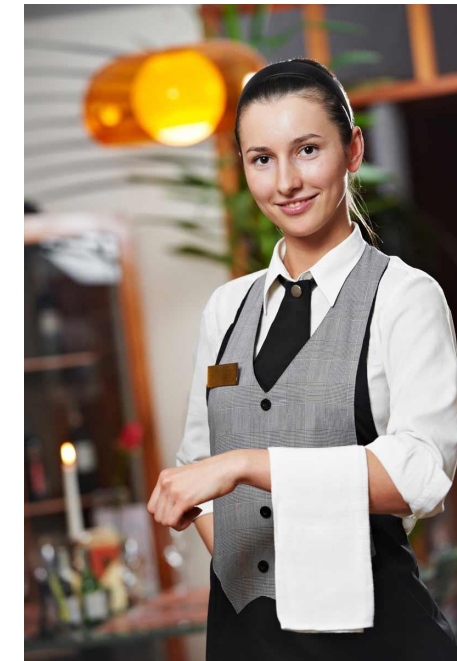
- информация потенциальных и реальных потребителей о нововведениях и событиях, происходящих в данном ресторане;
- представление посетителям новых блюд



Для достижения этих целей используются **НЬЮС-РЕЛИЗЫ** (от английского news release) – данные, изложенные в виде памятки о рекламируемом ресторане, его меню, услугах, специальных предложениях. Подобные памятки, выполненные в виде сувенира, посетители стремятся сохранить, чтобы вернуться в данное заведение ещё раз с родственниками или друзьями



Несмотря на разнообразие рекламных средств, используемых в общественном питании, лучшей рекламой любого ресторана служит отличное качество блюд и высокая культура обслуживания. Эти средства не требуют дополнительных расходов, а эффективность их высока



Продвижение ресторанных услуг





Для любого ресторана важно вести работу по продвижению своих услуг – это позволит привлечь больше гостей и получать стабильную прибыль



Продвижение ресторанных услуг – это рекламирование, персональные торговые презентации, стимулирование сбыта ресторанной продукции с помощью купонов, призов, лотерей, специальных мероприятий и скидок, подарочных сертификатов



Персональное продвижение состоит в представлении ресторана потенциальным потребителям **торговых презентаций**, проводимых в следующей последовательности

-  Открытие презентации
-  Вовлечение гостя в ее процесс
-  Непосредственно презентация
-  Закрытие презентации

Популярной формой продвижения услуг ресторанных заведений являются **купоны** – метод предложения скидки, представления нового блюда в меню, а также увеличение сбыта конкретного блюда





Типы купонов

**Два блюда по
цене одного**



**Возвратные
купоны**

**Единичные или
множественные скидки**

**Недельные/месячные
купоны**

Специальные цены

**Награждение
посетителя**

Скидки



Официанты и метрдотели, непосредственно контактирующие с посетителями, должны быть хорошо проинформированы и о другой форме успешного продвижения ресторанных услуг, основанной на вручение гостям призов при комплексной покупке – один сувенир за визит



Посетителям ресторана при входе раздают купоны с предложением принять участие в **лотерее**, что повышает их интерес к данному заведению.

В ряде ресторанов функционируют **клубы особых событий**, для чего постоянных гостей просят зарегистрировать информацию о их дне рождения, годовщинах знаменательных событий и т.д. и предоставляются блюда со скидкой.

Наиболее актуальны **клубные** и **дисконтные** системы, масштабная программа «Почетный гость»

Подарочные сертификаты, обладатели которых могут рассчитывать на бесплатные обеды.

Презентация блюд и напитков – формирование интереса посетителей к новым блюдам или специфическим продуктам, не известным на данном сегменте ресторанной индустрии.

Ресторанные (гастрономические) фестивали – они собирают большое число посетителей, которые потом становятся постоянными посетителями ресторана

