

---

# Стратегия продвижения в сети «Ресторан Ауати»

---

Мартынова Марина  
Курс «Интернет-маркетолог»

Дипломная работа

# Описание проекта



<https://sushi-ayami.ru>,  
[https://vk.com/dostavka\\_sushi\\_ayami](https://vk.com/dostavka_sushi_ayami),  
[https://www.instagram.com/sushi\\_ayami/](https://www.instagram.com/sushi_ayami/)



Проект по продвижению сети ресторанов и доставки Ayami. Сеть имеет в городе 3 точки (возможно стоит открыть еще одну или несколько). На выбор предлагается большой ассортимент блюд азиатской кухни, ценовой сегмент выше конкурентов, но могут отличаться качеством ингредиентов и приготовления.



B2C



# Целевая аудитория



## Краткое описание сегментов

**1 сегмент (основной).** Молодые люди, 25 – 35 лет. Работают в развивающихся компаниях, на современных и востребованных должностях, интересуются паназиатской культурой (в том числе кухней).

**2 сегмент.** Бизнесмены от 35-50. Часто устраивают выездные встречи с клиентами, брифинги с командой компании. Необходимо выбрать комфортное место, где можно организовывать рабочие встречи с клиентами в разных частях города, а также брифинги с командой сотрудников.

**3 сегмент (косвенный).** Студенты, родители работают топ-менеджерами в крупной компании и обеспечивают хотелки своих детей. Хотят гулять и встречаться с друзьями, при этом хочется вкусно покушать и быть в тренде, либо заказать доставку на дом. Нужно выбрать модное место для встреч с друзьями, где можно вкусно поесть и сделать красивые фотографии.



## Самый перспективный сегмент целевой аудитории

### **Молодые люди, 25 – 35 лет.**

Работают в развивающихся компаниях, на современных и востребованных должностях, интересуются паназиатской культурой (в том числе кухней) Ищут место, где можно позавтракать перед работой или пообедать среди рабочего дня, недалеко от места работы, либо заказать в офис (поэтому доставка должна быть быстрой). Основной проблемой является возможность столкнуться с некачественными ингредиентами или приготовлением, доставка может быть слишком долгой.

# Целевая аудитория



Алина, 25 лет. Работает веб-дизайнером в развивающейся компании в центре Ижевска, зарплата от 50 до 80 тыс. рублей. Увлекается азиатской культурой, в том числе и кухней. Активно пользуется инстаграмом, телеграмом, также есть страничка ВКонтакте. При продвижении возможна организация тематических вечеров, акций на темы, связанные с культурой Азии, скидки на завтраки и бранчи.

Задача: найти место, где можно поесть качественную еду азиатской кухни недалеко от места работы, либо заказать в офис для себя и коллег. Возможно за завтраком планировать рабочую неделю.

Проблема: некоторые доставки в городе доставляют долго, могут использовать некачественные ингредиенты и/или плохо готовить. Решение: Изучила меню на сайте ресторана Ayami. Понравилось, что подробно описаны составы сетов и отдельных суши и роллов, есть возможность выбрать соус (в большинстве ресторанов и доставках предлагают только соевый), скидки на завтраки.

Job story: Когда я выбираю место, где поесть или доставку, я хочу видеть понятное меню с большим ассортиментом, чтобы выбрать то, что мне понравится и получить максимально быстро.



# Конкурененты



MINBO · Izakaya & Ramen (<https://vk.com/minbo.izakaya>, [instagram.com/minbo.izakaya](https://www.instagram.com/minbo.izakaya)), Дело в Рисе (<https://vk.com/delovrise>, <https://www.instagram.com/delovrise>), Луна и черепаха (<https://vk.com/lunaicherepaha>, <https://www.instagram.com/lunaicherepaha/>), Сохо (доставка) ([https://vk.com/sushi\\_izhevsk](https://vk.com/sushi_izhevsk), [https://www.instagram.com/soho\\_izhevsk/](https://www.instagram.com/soho_izhevsk/)), Sushi-Bro (доставка) ([https://vk.com/sushi\\_bro](https://vk.com/sushi_bro), [https://www.instagram.com/sushi\\_bro\\_18/](https://www.instagram.com/sushi_bro_18/))



Ассортимент, Доставка (стоимость и скорость), Месторасположение, Качество блюд, Наличие привлекающих фишек



Основными конкурентами для ресторана Ауагi, являются рестораны MINBO, Дело в Рисе, Луна и Черепаха. В ресторанах представлен большой выбор различных блюд паназиатской кухни, есть точки по городу. Основным преимуществом Ауагi качество блюд и оригинальные рецепты, открытая кухня и бесплатная доставка вне зависимости от суммы заказа. Также можно отметить удобный сайт, где отражено актуальное меню, акции и контакты для обратной связи.

# УТП



- **MINBO · Izakaya & Ramen** - заведение японской кухни, представляющее из себя органичный симбиоз раменной и идзакая-бара. **Дело в Рисе** - аутентичные азиатские блюда - Том Ям, WOK; большие порции и гарантия вкуса. **Луна и Черепаха** - Основной составляющей нашего меню являются блюда вьетнамской кухни с её главной звездой — супом Фо.
- Предложения по отстройке от конкурентов: Открытая кухня, авторские рецепты.
- Тезисы для УТП проекта: 1 сегмент (25-35 лет) – открытая кухня (можно видеть, как готовится) мероприятия в паназиатской стили и мастер-классы по приготовлению блюд, завтраки и бранчи, только свежие ингредиенты, доставка от 30 минут.  
2 сегмент (35-50 лет) – скидки на бранчи, деловые обеды, рестораны в нескольких районах города.  
3 сегмент (студенты) – аутентичная атмосфера, открытая кухня, быстрая доставка
- Итоговая формулировка УТП: Ресторан паназиатской кухни в самом сердце Ижевска, уютная атмосфера и открытая кухня, где наши повара колдуют над вашими блюдами по уникальным авторским рецептам.

# Оформление профилей в социальных сетях



**Роллы Ижевск | Доставка суши | Ayami**  
📞 330-838 📍 Красная, 133, Петрова 27а, Баранова, 87 (Молл Матрица, 3 этаж)  
Повонить Вы подписаны

## Информация

Ресторан японской кухни Ayami

Уголок настоящей Японии в самом центре Ижевска. Секрет популярности наших блюд заключается в высочайшем качестве и свежести наших продуктов, а так же оригинальных рецептах наших поваров. Показать полностью...

<https://sushi-ayami.ru/>

4 декабря 2016

+7 (3412) 31-44-99

Открыто - Закрывается в 23:00

Красная улица, 133, Ижевск

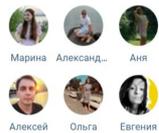


Написать сообщение  
Время ответа – 5 минут

- Рекомендовать
- Включить уведомления
- Рассказать друзьям
- Ещё

Подписаны 2 друга

Подписчики 13 411



Сюжеты 2



sushi\_ayami

Отправить сообщение

Подписаться

2,511 публикаций

19.4K подписчиков

3 подписок

Сеть ресторанов AYAMI

ЗАВТРАКИ С 9:00-11:45

Осенние новинки

Работа в @ayamifamily

Адреса: Красная 133, Петрова 27а, Молл Матрица Баранова 87, 3 этаж

[taplink.cc/sushi\\_ayami](http://taplink.cc/sushi_ayami)

Подписан(-а) khodyreva649



НОВИНКИ



Акции



Вакансии



ЗАВТРАКИ



БРАНЧИ



СЕТЫ



МЕНЮ ЗАЛ

# Юзабилити-тестирование сайта



Пользователь легко найдет поисковую строку и воспользуется ею.

Пользователь легко сориентируется в категориях меню и сможет добавить в корзину все интересующие его блюда.

Форма для оформления заказа понятна, пользователь сможет заполнить ее без ошибок и вопросов.

Задания для респондента: **Задание для проверки гипотезы 1.** Найдите на сайте блюдо «WOK с курицей в кокосовом карри».

**Задание для проверки гипотез 2 и 3.** Просмотрите ассортимент в нашем меню и оформите заказ (в комментарии к заказу можете прописать слово «тест», тогда мы отменим ваш заказ, если вы пока не желаете заказывать в действительности).

# Основные KPI проекта



- Охват рекламой (подписчики сообщества) – 10000 показов  
Переходы на сайт – 900 (9%)  
Узнали о возможностях посетить ресторан, условиях доставки – 200 (22%)  
Пришли в ресторан и сделали заказ/заказали доставку – 150 (75%)  
  
Сквозная конверсия – 1,5%
- Для конверсии выбрала примерное количество подписчиков группы ВК ресторана с учетом того, активной является меньшая часть из них.

# Аналитика



○ Макро – конверсия: оформление заказа

Микро – конверсии: просмотр раздела с летними новинками; клик по номеру телефона, перешли в соц. сети

## **Главная цель сайта:**

Продажа (оформление заказов на доставку)

# Выбор инструментов и приоритеты



- **SMART цели** проекта: за 2 месяца увеличить количество онлайн – заказов на 30%, за счет ведения соц. сетей, использования таргетированной и контекстной рекламы.
- Обоснование выбора инструментов, с помощью которых будем достигать поставленных целей (Таргетированная реклама для повышения осведомленности в социальных сетях, ведение соц. сетей увеличит количество переходов на сайт, контекстная реклама для поиска аудитории с похожими запросами поиска.)
- 1. Настройка таргетированной рекламы
- 2. Ведение соц. сетей
- 3. Оптимизация сайта
- 4. Настройка контекстной рекламы
- Сроки настройки каждого инструмента с привязкой к календарю

| Инструмент              | Сроки внедрения / использования | Обоснование: с какой целью внедряем, чего планируем достичь   |
|-------------------------|---------------------------------|---|
| Таргетированная реклама | 6.09 – 6. 11                    | Повышение осведомленности о компании и ее преимуществах перед конкурентами (почему у нас блюда и доставка лучше). KPI – количество переходов по объявлению, количество заказов. |
| Ведение соц. сетей      | 6.09 – 6.11                     | Повышение заинтересованности аудитории в ресторане и его предложениях, увеличение количество переходов на сайт. KPI – количество переходов на сайт и количество заказов.        |
| Оптимизация сайта       | 6.09 – 6.11                     | Оптимизация визуального – текстового наполнения, с целью более явной демонстрации почему у нас доставка лучше (сейчас это сложно найти на сайте). KPI – количество заказов.     |
| Контекстная реклама     | 12.09 – 6.11                    | Показ объявлений заинтересованной аудитории (исходя из поисковых запросов), повышение переходов на сайт. KPI – количество переходов на сайт и количество заказов.               |

# Инструменты. SMM



- Площадки (социальные сети): Основные соц. сети: ВК, Инстаграм, телеграм. Данные соц сети используются у аудитории для общения с друзьями, получения интересной и полезной информации (аккаунты звезд и tutorиалы в инстаграме, новостные каналы и чат-боты в телеграме).
- ВК, Инстаграм: Таргетирования реклама, контент- маркетинг, органическая реклама и платные посеы, геймификация и конкурсы, SEO-оптимизация  
Инстаграм: Блогеры (например, Илья Варламов), хештеги, прямые эфиры.  
Телеграм: чат-бот, реклама на местных новостях каналах в телеграме (IzhLife)
- Метрики: охват, обращения в личные сообщения и в комментариях, активность (лайки, комментарии, репосты), трафик на сайт, CPC, количество лидов.

# Инструменты. Контент-маркетинг



- Коммуникационный посыл для аудитории:** Тематикой нашего сообщества будет паназиатская кухня и культура. По нашему мнению, будет интересно рассказывать о традициях стран, их особенностях. Для сближения с аудиторией можно показывать работу поваров и как все тщательно дезинфицируется на кухне, чтобы показать ответственность. У нас будут также освещаться культурные особенности стран Восточной Азии, что поможет клиентам больше погрузиться в интересующую их тему.

**tone of voice:** для общения лучше выбрать позицию на «ты» с нотками дружелюбия, без излишней экспрессии и навязчивости, использование фраз из языков Азии, использовать эмодзи. Таким образом, мы будем общаться с клиентами на равных, но уважительно, как хорошие знакомые, которые делятся последними новостями, также покажем спокойствие и уверенность бренда.
- Форматы контента и каналы их распространения:** упор сделать на информационный и вовлекающий контент, основной формат – посты в ВК, Инстаграм. Данный выбор обусловлен тем, что наша аудитория интересуется паназиатской культурой и хочет больше о ней узнать, в сторис и постах можно устраивать игры и развлекательный контент, чтобы отвлечь от рабочей рутины.
- Перечень метрик:** охват, обращения в личные сообщения и в комментариях, активность (лайки, комментарии, репосты), трафик на сайт, CPC, количество лидов.

# Контент-план для ВК и Инстаграма на 2 недели.

| 1 неделя | <u>пн</u>   | <u>вт</u>   | <u>ср</u>   | <u>чт</u>  | <u>пт</u>                                      | <u>сб</u>  | <u>вс</u>   |
|----------|---|---|---|--|--|--|---|
| О чем    | Показать внутреннюю кухню и как ресторан готовится к рабочему дню.        | Тематический день + акция (например, международный день суши) | <u>Тьюториал</u> от шеф-повара по приготовлению супа Том Ям | Пост про какой-нибудь праздник и как его празднуют | Подборка лучших ингредиентов для суши и роллов | Размазать блюда на картинках и предложить угадать, что где.      | Завтраки и бранчи в <u>Ayami</u>                        |
| Рубрика  | Вовлекающий   | Акция   | Польза  | Информационный                                     | Польза   | Развлекательный  | Акция   |
| Формат   | <u>Сторис</u>   | Текст + картинка  | <u>Рилс</u> (инстаграм), видео-пост ( <u>вк</u> )           | Текст + картинка                                   | Текст + картинка                               | Текст + картинка   | <u>Сторис</u> (инстаграм), текст+картинка ( <u>вк</u> ) |
| Задача   | Вовлеченность   | Продажа   | <u>Виральность</u>  | Подогрев к продаже                                 | <u>Виральность</u> + подогрев к                | Вовлеченность  | Продажа   |
| 2 неделя | <u>пн</u>   | <u>вт</u>   | <u>ср</u>   | <u>чт</u>  | <u>пт</u>                                      | <u>сб</u>  | <u>вс</u>   |
| О чем    | Показать, как люди приятно проводят время в ресторане ( <u>подсьемы</u> ) | Завтраки и бранчи в <u>Ayami</u>                              | Викторина ко Дню Знаний (вопросы о странах Азии)            | Розыгрыш сета                                      | Анонс нового осеннего меню                     | Приготовление осенних согревающих напитков (глинтвейн, например) | Результаты розыгрыша                                    |
| Рубрика  | Вовлекающий   | Акция   | Развлекательный   | Акция  | Информационный                                 | Польза   | Акция   |
| Формат   | <u>Сторис</u> (инстаграм), Видео-пост ( <u>вк</u> )                       | <u>Сторис</u> (инстаграм), текст + картинка ( <u>вк</u> )     | Текст + картинка  | Текст + картинка                                   | Текст + картинка                               | <u>Рилс</u> (инстаграм), видео-пост ( <u>вк</u> )                | Текст + картинка  |
| Задача   | Вовлеченность   | Продажа   | Вовлеченность   | Продажа  | Подогрев к продаже                             | <u>Виральность</u>   | Продажа   |

# Инструменты. Контент-маркетинг



Пост о завтраках и бранчах: Отличное утро начинается с завтрака! Начни и ты свой день ярко и бодро в Аyaтi. Омлет с сыром и томатами или рисовая каша с манговым соусом, идеальный завтрак ждет тебя ежедневно с 9:00 до 11:45.

А для любителей поспать подольше у нас есть бранчи с 12:00 до 15:00 в будни, и с 12:00 до 14:00 в выходные.



# Инструменты. Email-маркетинг



| Способ привлечения подписчиков рассылки | Обоснование - почему подходит проекту  | Как будет реализован сбор контактов  |
|---|--|--|
| При заказе оставить e-mail              | Ресторан при оформлении доставки нужно оставить почту для получения актуальной информации по заказу                              | Во время заказа пользователь оставляет адрес электронной почты   |
| Оффлайн                                 | В ресторане можно заполнить анкету о качестве обслуживания   | В анкете добавить графу для электронной почты, с указанием, что это можно сделать для получения актуальной информации об акциях и мероприятиях |
| Соц. сети                               | Соц. сеть ресторана может выполнять, как маркетинговые функции (рассылка), так функциональные (бронь столов, оформление заказов) | При подписке на сообщество ресторана клиент дает доступ к личным сообщениям, куда от имени сообщества высылается информация об акциях          |
| Поп-ап форма                            | Удобный формат сбора при просмотре сайта пользователями.   | Форма появляется на сайте после скролла или просмотра нескольких разделов  |

# Маркетинговое письмо



Горячее блюдо

Для вас на выбор  
любой сет или  
второе блюдо



Любой сет



Пришли в личные сообщения ВК ваше совместное фото, за самое креативное подарим ужин 🍽️



Вы получили это письмо, так как ранее делали покупки в нашем магазине.  
Чтобы отписаться, нажмите сюда.

сделано в  
**UNISENDER**

# Инструменты. Таргетированная реклама



Цель рекламной кампании для ВК: привлечь аудиторию для участия в конкурсе.  
Цель рекламной кампании для IG: повышение осведомленности о мероприятии «Мастер-класс от шефа» и повышение узнаваемости бренда.



Аудитория, которую можно привлечь: Молодые люди 20-35 лет, бизнесмены 35-50 лет, студенты



ТЗ на создание рекламных баннеров для постов ВК и Инстаграм ресторана Ayami:  
Составить 2 рекламных баннера для ВК и Инстаграм. ВК: Освещение конкурса ко Дню Влюбленных (розыгрыш любого сета или 2 горячих блюд на выбор), Инстаграм: Освещение мероприятия «Мастер-класс от шефа».

Целевая аудитория: **Молодые люди 20-35 лет:** интересуются паназиатской культурой (в том числе кухней) Ищут место, где можно позавтракать перед работой или пообедать среди рабочего дня, недалеко от места работы, либо заказать в офис (поэтому доставка должна быть быстрой).

**Студенты:** Хотят гулять и встречаться с друзьями, при этом хочется вкусно покушать и быть в тренде, либо заказать доставку на дом. Нужно выбрать модное место для встреч с друзьями, где можно вкусно поесть и сделать красивые фотографии.



## T3 (продолжение)



Цель: побудить подписчиков ВК ([https://vk.com/dostavka\\_sushi\\_ayami](https://vk.com/dostavka_sushi_ayami)) на участие в конкурсе, и Инстаграм ([https://www.instagram.com/sushi\\_ayami/](https://www.instagram.com/sushi_ayami/)) прийти на мероприятие «Мастер-класс от шефа».

Технические требования: Баннер ВК: 700x500, Инстаграм: 1000x1000.

Фирменный шрифт: Circle - Bold (для заголовков), Regular (для основного текста).

Фирменные цвета:



3A3839



E42A2A

Контакты заказчика: Марина Мартынова,  
[m.martynova512@gmail.com](mailto:m.martynova512@gmail.com).

Срок выполнения: 1 неделя, до 12.09

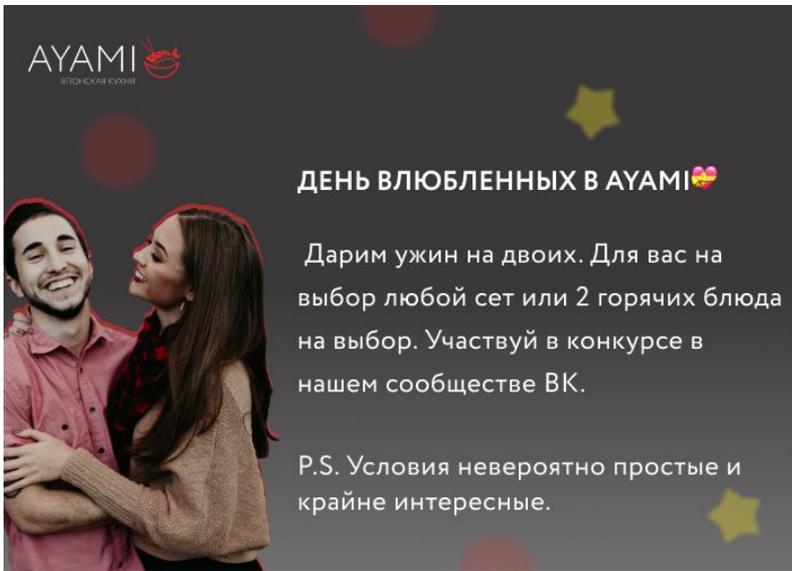
# Инструменты. Контекстная реклама



Использование контекстной рекламы для показов объявлений заинтересованной аудитории (исходя из поисковых запросов), повышение переходов на сайт, его просмотров, ремаркетинг, повышение узнаваемости бренда. KPI – количество переходов на сайт и количество заказов, время просмотра сайта.

# Визуальное оформление

## Баннер ВК



AYAMI  
ЯПОНСКАЯ КУХНЯ

**ДЕНЬ ВЛЮБЛЕННЫХ В АYAМИ** 🍡💕

Дарим ужин на двоих. Для вас на выбор любой сет или 2 горячих блюда на выбор. Участвуй в конкурсе в нашем сообществе ВК.

P.S. Условия невероятно простые и крайне интересные.

The banner features a smiling couple embracing on the left. The background is dark grey with faint red circles and yellow stars. The AYAMI logo is in the top left corner.

## Баннер Инстаграм



AYAMI  
ЯПОНСКАЯ КУХНЯ

**МАСТЕР-КЛАСС ОТ ШЕФА**

УЖЕ В ЭТОТ ЧЕТВЕРГ НАШ БРЕНД-ШЕФ РИНАТ РАССКАЖЕТ О САМЫХ ИНТЕРЕСНЫХ СОЧЕТАНИЯХ В РОЛЛАХ И НАУЧИТ ГОТОВИТЬ САМЫЙ ВКУСНЫЙ В ВАШЕЙ ЖИЗНИ ТОМ ЯМ.

ПРИХОДИТЕ, БУДЕТ ИНТЕРЕСНО!!!

The banner features a chef in a dark blue uniform with red trim, holding a plate of a sushi roll. The background is dark grey with faint red circles and yellow stars. The AYAMI logo is in the top left corner. The chef's uniform has the AYAMI logo and 'Brand-chef Rinat' written on it.



# Инструменты. SEO для социальных сетей



Соц. сети ведутся грамотно, есть разные форматы контента (сторис и посты, развлекательный, информационный и продающий контент чередуются, что помогает вовлечь аудиторию). Можно добавить больше актуальных видео (разные видео с полезным и вовлекающим для пользователя контентом от шеф-повара и других сотрудников, от самих клиентов ресторана и доставки, например, различные мастер-классы и видео-отзывы).

Ключевые запросы по вашему бизнесу:

ауати

ауати ижевск

ауати роллы

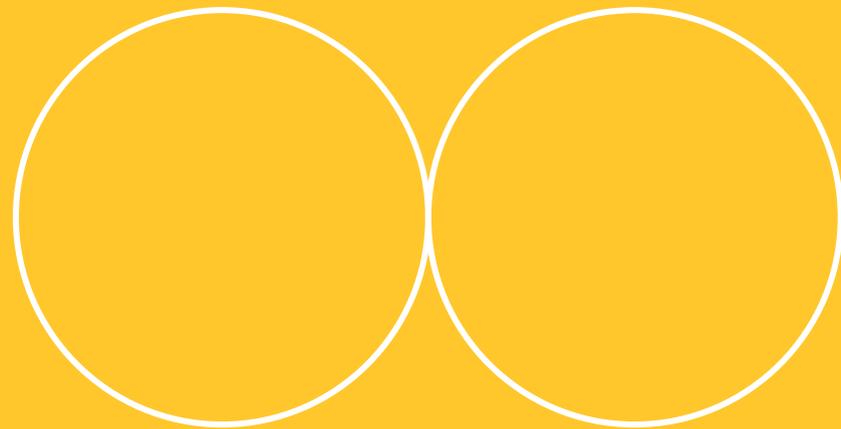
ауати ижевск доставка

ауати роллы ижевск меню

# Дополнительные инструменты



Предлагаем использовать рекламу у блогеров (местных) и российских (Илья Варламов) для обзоров ресторана, кросс-маркетинг по гео в тематических сообществах по Азии. Это повысит доверие и вовлеченность нашей аудитории.



# Спасибо за внимание!