

ПРАКТИЧНА РОБОТА

Тема. Аналіз та вивчення сайту діючого закладу ресторанного господарства Тернополя

Завдання

Ознайомлення із закладом ресторанного господарства (дистанційно).

Проаналізуйте інформацію сайту закладу харчування закладу ресторанного господарства. Пошук та вивчення сторінок закладу ресторанного господарства в соціальних мережах Facebook, Instagram та ін.

План виконання

1. Привабливість веб-сайту та зручність.
2. Контактна інформація про заклад РГ.
3. Відображення інформації про інте'єр та атмосферу закладу.
4. Інформація щодо меню: доступність, привабливість, актуальність тощо.
5. Інформація про додаткові послуги.
6. Аналіз інформації щодо он-лайн замовлення та доставки.
7. Інтеграція з соціальними мережами (чи вказано вихід на них).
8. Аналіз наявності зворотного зв'язку, відгуки тощо.

Висновки.

ТЕОРЕТИЧНІ ВІДОМОСТІ

Сьогодні неможливо уявити наше життя без інформаційних технологій, Інтернет та гаджети міцно увійшли в побут кожної людини. Щодня ми користуємось пошуковими системами, читаємо стрічки новин, спілкуємось за допомогою електронних листів чи у соціальних мережах. Зрозуміло, що маркетологи не могли обійти своєю увагою такий важливий елемент нашого життя. Інформаційні технології дозволили розширити інструментарій реклами і залучити ширшу аудиторію.

Ресторанний бізнес не став виключенням, останнім часом все більше закладів застосовують мережу Інтернет в маркетингових заходах. Але ефективність цих технологій в сфері саме ресторанного господарства викликає сумніви, що обумовило необхідність даного дослідження. Отже розглянемо особливості застосування Інтернет-ресурсів для реклами ресторанних послуг.

Одним із сучасних сервісів Інтернеті наступні методи:

1. Створення публічних сторінок і груп в соціальних мережах.
2. Створення власного веб-сайту.

Реклама ресторанних послуг в Інтернеті, використовуючи можливості веб-сайту, сама по собі є дуже ефективним інструментом. Вона в кілька разів дешевше зовнішньої реклами, віддача від неї вище і розповісти вона дозволяє на порядок більше. Отже, розглянемо сутність, переваги та недоліки власного веб-сайту як засобу реклами.

Час, коли похід в ресторан не був ніяк пов'язаний з технологіями, минув. Онлайн-замовлення піци з доставкою або безкоштовний Wi-Fi в закладі, колись було новаторством, а тепер стало сервісом за замовчуванням.

Для довідки – дані про результати досліджень ресторанного ринку:

- 71% відвідувачів закладів важлива можливість замовити їжу на виніс;
- 52% гостей чекають в ресторані безкоштовний Wi-Fi;
- 47% людей розраховують, що в закладі можна зробити попереднє замовлення по телефону;
- 78% шукають меню закладу в Інтернеті

Все це говорить про те, що зараз вже недостатньо просто відповідати стандартним критеріям ресторану: гарантувати тільки чистоту, якість продукту і обслуговування.

Люди вибирають технологічність і шукають місце, яке може задовольнити цей запит. Це стає все більш характерно і для нашого ринку.

Доставка та їжа на виніс

Культура доставки їжі і онлайн-замовлення розвивається неймовірно швидкими темпами. Додатки Delivery.com, Raketa, Glovo – одні з найпопулярніших додатків доставки їжі в світі. Крім доставки з звичайних

закладів, зростає число замовлень з «віртуальних» ресторанів, які не приймають офлайн-гостей і готують виключно для доставки.

QR-коди в ресторанному господарстві

Все більше ресторанів використовують цю технологію, щоб гість міг оплатити замовлення за допомогою смартфона. Досить попросити в офіціанта рахунок і відсканувати QR-код через мобільний додаток, після чого сума автоматично спишеться з карти. Весь процес займає всього кілька кліків – не потрібно просити принести термінал і чекати. А сканер QR-коду є в кожному смартфоні з камерою.

Сам QR-код може містити різну інформацію: меню, умови доставки, історію ресторану або дані персональних карт лояльності.

На власному веб-сайті ресторани зазвичай розміщують найважливішу інформацію. В залежності від бажаної для ресторану аудиторії кількість інформації може різнитись.

По-перше, на сайті завжди розміщено меню ресторану. Його оформлюють з використанням фото готової продукції. Це дає можливість зацікавити гостя, розбудити його апетит і підштовхнути до візиту в заклад. Деякі ресторани не наводять їх на сайті, зазвичай це заклади що позиціонують себе як люкс-сегмент. В той же час ресторани, націлені на середній клас або молодь, надають таку інформацію.

Другим важливим елементом сайту є контактна інформація. Розміщують телефон, за яким можливо зарезервувати столик і отримати іншу інформацію.

Адресу закладу бажано розміщувати разом з картою проїзду, це привабить до закладу гостей міста, особливо тих туристів, які користуються навігацією на мобільних пристроях.

Третій вид інформації, який можна зустріти майже на всіх сайтах, – огляд інтер'єру ресторану. Це можуть бути фотоальбоми або ж 3D тур, який дає можливість буквально прогулятися закладом і оглянути все від підлоги до стелі не відходячи від комп'ютера.

Для зручності навігації прийнято виділяти в окремий розділ всі спеціальні пропозиції та акції, що проходять в закладі. Це може бути інформація про знижки, оголошення про проведення певних заходів, тощо. Також в цей розділ додають фото звіти з вже проведених заходів.

До варіативних складових можна віднести інформацію про наявність та умови доставки страв, інформацію для партнерів, наявні вакансії. За наявності також наводять дані про бонусну чи дисконтну програму для постійних клієнтів.

Веб-сайтом ресторану зазвичай користуються ті, хто тільки дізнався про заклад і бажає дізнатись про нього більше. За віковою категорією – переважно молодь і люди середнього віку, які є досвідченими користувачами мережі Інтернет. Сайт дає можливість оцінити клас закладу і спланувати своє дозвілля. Також він буде корисний організаторам свят і бенкетів.

Зрозуміло, що наявність сайту дає певні переваги, але також існують і недоліки. Створення сайту потребує початкових інвестицій. Необхідно не тільки створити сам інтерфейс, але й підготувати якісні фото всіх страв для меню, інтер'єру, тощо. І головне, адміністрування сайту та оплата сервера і домену потребують постійних витрат

Важливі елементи сайту ресторану, які надихають відвідувачів

Зручне онлайн-меню ресторану

Потенційні гості ресторану часто хочуть побачити меню, перш ніж приходять у заклад. Необхідно розмістити меню на видному місці сайту, щоб його було легко знайти.

Онлайн-меню не повинно бути простим фото паперового меню. Його потрібно представити у вигляді веб-сторінки, стиль якої гармоніює з загальним стилем сайту. Читати веб-сторінку набагато зручніше, ніж завантажувати PDF, особливо на мобільних пристроях.

Онлайн-меню повинно бути чітким та зрозумілим — з компонентами страв, фото і цінами. Також важливо не забувати, що меню і картинки в ньому повинні бути оптимізовані для людей з обмеженими можливостями.

Привабливі зображення страв та інтер'єру

Сила візуалізації у сфері їжі просто неймовірна. Нехай ваших відвідувачів манять до себе фотографії спокусливих страв, так щоб вони майже відчували їхній аромат. Крім того, відчутти атмосферу закладу їм допоможуть чудові фото інтер'єру.

Фото повинні бути красивими і справжніми. Фотографії можна використовувати як на сайті, так і в акаунтах соціальних мереж, особливо Instagram.

Привабливі фото високої якості – це чудово, але при цьому необхідно звернути уваги на оптимізацію зображень, щоб сайт ресторану швидко завантажувався.

Контактна інформація ресторану

Відвідувачам повинно бути ясно, де знайти заклад. Контактна інформація має бути на видному місці і містити якомога більше деталей. Для зручності користувачів усі текстові елементи варто зробити доступними для копіювання.

Гості захочуть побачити вашу адресу, Google-карту, години роботи, номер телефону, електронну пошту та інші канали, за якими ви доступні для спілкування. Якщо у вас передбачені різні контакти для різних дій (бронювання столиків, замовлення їжі і так далі), це повинно бути чітко вказано.

Онлайн-бронювання столиків у ресторані

Гості будуть задоволені можливістю зарезервувати столик у кілька кліків замість того, щоб телефонувати в ресторан. Тож зручна система бронювання столиків з календарем днів та годин буде дуже корисною для ресторану.

Онлайн-замовлення їжі

Якщо серед послуг є доставка, клієнти оцінять можливість додати потрібну їжу до онлайн-кошика.

Сторінка «Про нас»

Сторінка «Про нас» — це шанс розповісти аудиторії свою унікальну історію. І в цій історії акцент повинен бути на чомусь такому, що відрізняє заклад від інших.

Можливо, старовинні сімейні рецепти морозива. Чи ваш ресторан — улюблене місце якоїсь знаменитості. Хороша комбінація переконливого тексту та привабливих зображень повинні зробити свою справу.

Інтеграція з соціальними мережами

«Соціалізація» для сайту ресторану просто необхідна. На сайті потрібні лінки на ваші акаунти в соціальних мережах, а також кнопки для поширення контенту, щоб усі бажаючі могли поділитися, наприклад, гарними фото страв.

Користувачам сподобається можливість почитати відгуки інших клієнтів у соціальних мережах, взяти участь в обговоренні, переглянути новини про ваші нові страви чи заплановані заходи, і так далі.

Оптимізація для мобільних пристроїв

Останній у списку, але не за важливістю пункт — це ідеальне відображення сайту на мобільних пристроях. Багато користувачів шукають ресторани «на ходу», коли вже не знаходяться вдома. Пошук ресторанів також актуальний для мандрівників, а вони найчастіше покладаються саме на мобільні пристрої.