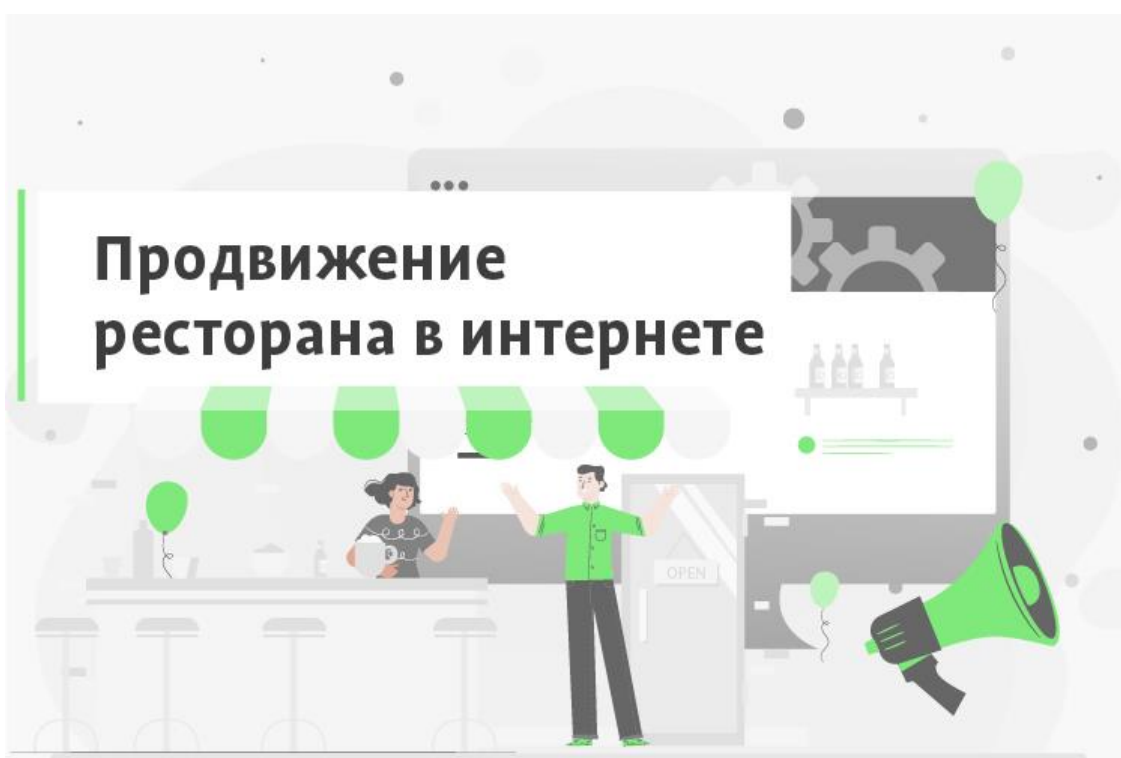


## Продвижение ресторана в интернете

Продвижение кафе в интернете – процесс сложный и трудоемкий, так как в этом сегменте рынка услуг немалая конкуренция, из-за которой многие предприятия общественного питания мало известны широкой публике. Правильно поставленная задача продвижения и маркетингового развития позволит сделать работу ресторана или кафе эффективной, привлечь новых клиентов и получать хорошую прибыль. Стоит сказать, что продвижение ресторана в интернете или кафе происходит практически одинаково с точки зрения маркетинга, так как целевая аудитория не особо отличается. Ключевым различием между кафе и рестораном является ценовой сегмент и класс заведения.



### Варианты раскрутки ресторана в Интернете

Раскрутка ресторана в интернете – это многоэтапная процедура, состоящая из нескольких методик продвижения. Первоначально составляется план продвижения кафе или ресторана (оптимальным решением в такой ситуации является обращение к профессиональным маркетологам, которые не только грамотно составят план, но и подберут стратегию продвижения). В плане необходимо учесть несколько параметров заведения – класс, целевую аудиторию, средний чек, месторасположение, кухня, возможность продажи еды на вынос и наличие программ лояльности. Основываясь на плане, используется ряд методов продвижения:

- Регистрация в приложениях, показывающих на картах, местоположение заведения. Для этого используются Google Maps, Google Бизнес, Maps me, 2gis, Яндекс-карты;
- Ведение блога, в котором будут размещены тематические SEO-оптимизированные статьи и видеоролики, позволяющие заинтересовать посетителей и привлечь трафик;
- Использование рассылки – SMS и e-mail, производимой автоматически. Это позволит информировать клиентов (случайных и постоянных) о специальных предложениях, акциях, проводимых мероприятиях;
- Применение гео-таргетинга, благодаря которому пользователь будет получать результаты поиска согласно его местоположению на карте. Используются Google AdWords, Яндекс Директ, Facebook Ads и ВКонтакте;
- Предусмотреть возможность онлайн бронирования столиков и заказов при помощи специально разработанного электронного меню и разработка собственного мобильного приложения (услуга не из дешевых, но эффективных). Привлечение клиентов в кафе происходит автоматически, так как они после просмотра и скачивания приложения становятся клиентами;
- Адаптивная верстка сайта, внутренняя и внешняя оптимизация, благодаря которым сайт работает быстрее и хорошо индексируется поисковыми системами;
- Ведение и продвижение страниц в социальных сетях – имеет смысл регулярно размещать посты, устраивать опросы и конкурсы (вариант недорогой, но позволяющий существенно увеличить число подписчиков, которые являются потенциальными клиентами). Рекомендуются использовать максимум соцсетей для привлечения клиентов в ресторан, причем посты могут быть самыми разнообразными, начиная от полезной информации, заканчивая фотографиями блюд. Соцсети помогают наладить обратную связь с посетителями, работать с претензиями и комментариями;
- Работа с сервисами по доставке еды на условиях партнерства – это позволит привлечь дополнительных клиентов и существенно расширить ЦА.

## Особенности эффективного продвижения ресторана в Интернете

Реклама кафе в интернете – это хороший вариант продвижения, но он не принесет положительного результата, если не подходить к раскрутке комплексно. Каждый из вышеперечисленных методов имеет свои особенности, достоинства и недостатки, но при этом если использовать только один или два, то о полноценном продвижении можно забыть. Практика показывает, что для эффективного продвижения заведений такого формата, необходимо не только один раз провести рекламную кампанию, которая на некоторое время повысит позиции ресторана или кафе в результатах выдачи поисковых систем, а постоянно работать. Многие владельцы ресторанов недооценивают возможности современного маркетинга, использующего различные методы, но при этом следует доверить процесс продвижения профессионалам.

## Воронки продаж в продвижении ресторана

Отдельного внимания при продвижении ресторана или кафе в Интернете заслуживает использование воронок продаж различного уровня, являющихся оптимальным инструментом анализа эффективности работы заведения. При помощи воронок продаж можно определить этапы, на которых теряются потенциальные клиенты, выяснить причины потери, провести полный анализ и подобрать маркетинговые инструменты, позволяющие вернуть клиентов и составить прогноз возможных потерь. Использование воронок продаж в ресторанном бизнесе заключается в том, что производится представление действий потенциального клиента, разбиваемое на несколько этапов, благодаря которым можно точно понимать, какому направлению продвижения следует уделить особое внимание для того, чтобы каждый потенциальный посетитель стал постоянным. При этом важно анализировать количественные и качественные показатели воронки постоянно – это позволит оперативно менять стратегию продвижения и привлекать новых клиентов.

## Цена и специфика продвижения в Интернете кафе или ресторана

Немаловажным моментом, который интересует всех владельцев заведений ресторанного бизнеса, является цена продвижения в Интернете. Точную стоимость никто не скажет, так как в каждом конкретном случае она рассчитывается индивидуально и зависит от нескольких факторов – от покупки ссылок, написания текстового контента, создания видеоконтента, контекстной и прямой рекламы. Важно понимать, что эффективная раскрутка ресторана или кафе не может стоить дешево, так как необходимо комплексное использование различных маркетинговых инструментов, каждый из которых привлечет свой процент клиентов.

Не стоит думать, что продвижение – это просто, наоборот – это масса мероприятий, направленных не только на повышение трафика на сайт ресторана или кафе, но и на то, чтобы каждый посетитель стал постоянным клиентом. Для того чтобы правильно и эффективно раскрутить и продвинуть предприятие ресторанного бизнеса, оптимальным вариантом является обращение к специалистам по маркетингу – это позволит достичь желаемого результата в минимальные сроки и существенно повысить доходность заведения.

## Об авторе



- Интернет-маркетолог / E-commerce эксперт
- Консультант в ЦРПП при правительстве Санкт-Петербурга
- Внешний эксперт по онлайн программам в АО «Корпорация Развития»
- Преподаватель курсов и индивидуальных программ по онлайн маркетингу
- E-commerce бизнес-тренер в федеральных и международных компаниях
- Опыт работы более 12 лет, 70+ российских и иностранных проектов
- Сертифицированный специалист по многим направлениям
- Автор статей для ведущих бизнес изданий

[Подробнее об авторе](#)

[Портфолио](#)

## Закажите бесплатную [консультацию](#)

и узнайте, как продвигать ваш бизнес эффективнее.