

# Особливості використання соціальних мереж у ресторанному бізнесі як ефективний інструмент маркетингу

Тетяна Білушак<sup>1</sup> Марія Кучеренко<sup>2</sup>

1. Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, Національний університет “Львівська політехніка”, УКРАЇНА, м.Львів, вул.С.Бандери, 12,  
E-mail: Tetiana.M.Bilushchak@lpnu.ua; mashasyper123@gmail.com

*We consider the peculiarities of using social networks as a tool of popularization of restaurant business. We characterize the practical aspects of using social networks.*

Ключові слова—соціальні мережі, соціальний маркетинг, рестораний бізнес, Facebook, Twitter, Instagram, Foursquare, GoogleAlerts.

Сьогодні соціальні мережі це не лише інформаційно-розважальний осередок чи місце для спілкування з друзями, знайомими, а є простором для надання інформації (рекламування) послуг, товарів [1-5]. Тому питання щодо особливостей застосування маркетингу в соціальних мережах є актуальним як для користувачів, так і для підприємств. Ресторанний бізнес України є привабливим для міжнародних компаній, тому соціальні мережі – це ефективний спосіб рекламування бренду. Однак сьогодні величезна частина ресторанів не використовують цю можливість. Є багато можливостей створити дієву рекламу для свого закладу, а саме: 1. *Робити ретвіти, відносити на записи людей про ваш ресторан в Twitter.* Використання інструментів управління соціальними медіа, таких як Hootsuite, дозволяє дізнатися думку відвідувачів про ваш заклад. Будь-яка згадка про ваш ресторан, бар, кафе в соціальних мережах - це швидка і ефективна тактика маркетингу; 2. *Викладати в мережу фотографію спеціального блюда або напою.* Зацікавте нових клієнтів, розмістивши фотографії меню або спеціальних напоїв на Facebook, у Twitter або в Instagram. Ваше фото може не тільки викликати зацікавлення до закладу, але й пробудити смакові інтереси інтернет-користувача; 3. *Запускати пропозиції в мережі Foursquare.* Робота Foursquare не вимагає особливих зусиль. Використовуючи покрокові інструкції, ви можете запустити власну пропозицію в мережу. Повідомте своїх гостей про промо-акції, розмістивши посилання на Facebook і Twitter; 4. *Пропонувати першим п клієнтам, який натиснув «Мені подобається».* Створіть статус в мережі Facebook, що пропонує безкоштовні закуски або подарунковий сертифікат першим п клієнтам, які натиснуть «Мені подобається» або залишать коментарі під вашим статусом. Таким чином, ви привернете своїх клієнтів, а їхні друзі побачать вашу пропозицію в своїх новинних стрічках в соціальних мережах; 5. *Пропонувати "секретний" пункт в меню, який доступний тільки для тих, хто згадує вас в Twitter і на Facebook.* Запропонуйте спеціальний пункт в меню, який доступний тільки для тих, хто знає секретний код. Клієнти згадує ці особливі слова (код) в Facebook або Twitter, а ви пропонуєте їм особливі страви і напої, не доступні для широкого

загалу. Це також допоможе спонукати Ваших клієнтів більш активно стежити за вашими оновленнями в соціальних мережах; 6. *Проводити опитування в Facebook*. Створення опитувальника в мережі Facebook займе всього кілька секунд. Задайте питання Вашим клієнтам і дайте їм можливість поділитись своєю думкою; 7. *Ділитися позитивним відгуками ЗМІ в соціальних мережах*. Якщо вас згадали в новинах, поділіться цією новиною з вашими шанувальниками; 8. *Підкреслити престиж співробітників*. Виділіть декілька хвилин на те, щоб відзначити співробітника місяця і поділіться короткою історією про досягнення цього співробітника з усіма працівниками вашого закладу; 9. *Створити запис в блозі*. Увійдіть в контакт з місцевими блогерами і запросіть їх на спеціальний вечір у вашому ресторані. Запропонуйте їм безкоштовну закуску або десерт і запитайте, чи не заперечують вони проти згадки про ваш заклад в своєму наступному матеріалі в блозі; 10. *Встановити програму GoogleAlerts*. GoogleAlerts-це простий і безкоштовний спосіб отримувати регулярні оновлення та оповіщення про те, що вас цікавить. Щоб бути ефективним лідером, ви повинні знати про всі новини та події, які цікавлять вас і ваш бізнес; 11. *Займайтеся не тільки продажем - висвітлюйте поточні події, діліться відео і фото*. Зробіть ваш заклад більш «людяним», і скоротіть розрив між вами і клієнтами; 12. *Провести конкурс*. Проведення конкурсу є відмінним способом збільшення продажів, а також створення позитивної атмосфери у вашому закладі.

Таким чином, інструменти популяризації ресторанного бізнесу у соціальних мережах призначені мотивувати, спонукати клієнтів до потрібних дій, а також є можливістю розширення сфери впливу, приросту кількості потенційних клієнтів та вихід на новий рівень інтеграції на взаємовигідних умовах.

## Література

1. Федущко С. С. Специфіка позиціонування послуг туристичної фірми у соціальних мережах / С. С. Федущко, Ю. Р. Бекеш // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Сер. : Інформатика, кібернетика та обчислювальна техніка. - 2014. - № 1. - С. 149-154.2. Білуцак Т. Роль інформаційно-комунікаційних технологій у роботі служби документаційного забезпечення управління / Т. Білуцак, М. Клепуц // Матеріали II Міжнародної наукової конференції «Інформація, комунікація, суспільство» (ICS-2013). - Львів-Славське : Видавництво Львівської політехніки, 2013. - С. 60–62.3. Peleshchyshyn A. Analysis and classification of historical-oriented Internet sources /A. Peleschyshyn, T. Bilushchak// Proceedings 5th International Academic Conference of Young Scientists “Humanities and Social Sciences 2015” (HSS-2015). - Lviv: Lviv Polytechnic Publishing House, 2015. - Electronic edition on CD-ROM., P. 200-202.4. Комова М.В. Співвідношенні інформації і смислу в контенті мас-медіа / М.В. Комова // Матеріали III Міжнародної наукової конференції «Інформація, комунікація, суспільство» (ICS-2013). - Львів-Славське : Видавництво Львівської політехніки, 2014. -С. 234-235.5. Голоцук Р. Інформаційно-рекламне забезпечення діяльності Видавництва Львівської політехніки у мережі Internet / Роман Голоцук, Оля Грицик // Матеріали I Міжнародної наукової конференції «Інформація, комунікація, суспільство» (ICS-2013). - Львів-Славське : Видавництво Львівської політехніки, 2012. - С. 86-87.