

# 10 niedrogich **SZTUCZEK** marketingowych

Dobre jedzenie i trunki to najlepsza reklama dla twojego lokalu, ale istnieją też inne sposoby na zwiększenie zysków. Będziesz potrzebować do tego czasu, ale za to niewiele pieniędzy.

## AGNIESZKA WIJAS

**D**obrej jakości produkt jest zawsze najlepszą reklamą. Jednak żaden właściciel restauracji czy baru nie może, zwłaszcza w dzisiejszych czasach, lekceważyć biznesowej strony gastronomii. Ten bardzo ważny aspekt obejmuje tworzenie skutecznych strategii marketingowych. W dobie kryzysu gospodarczego większość właścicieli restauracji nie może sobie pozwolić na ryzyko związane z inwestowaniem w drogie kampanie reklamowe. Współczesna technologia, ale i kilka dobrych rad od specjalistów, mogą im pomóc zareklamować ich biznes za niewielkie pieniądze (a nawet za darmo). Prezentujemy 10 strategii marketingowych o niskich kosztach, które gwarantują wypełnienie lokalu falą klientów przy minimalnym wkładzie finansowym.

### 1. Mailing

Kampanie e-mailowe są najlepszym sposobem na promowanie twojej pracy. Pamiętaj, że spersonalizowane wiadomości robią lepsze wrażenie niż zbiorowe. Razem z desernem i rachunkiem daj swoim gościom do wypełnienia ankietę satysfakcji klienta. W zamian za podanie adresu e-mail, należałoby im coś zaproponować (np. 10 proc. zniżki lub drobny poczęstunek). Po zdobyciu takich informacji, możesz być pewny, że nawet jeśli nie korzystają z mediów społecznościowych, będą z pewnością na bieżąco z prowadzonym przez ciebie biznesem. Możesz im wysłać newsy dotyczące restauracji oraz promocje, aby zbudować z nimi stałą relację. Nie zapomnij zebrać e-maili od

klientów, ale nie bombarduj ich wiadomościami. Wysyłaj im jedynie strategiczne ogłoszenia o ofertach specjalnych i zniżkach.

### 2. Aktualizuj WWW

Prowadź stronę internetową swojej kawiarni. Według najnowszych badań, 42 proc. konsumentów „zazwyczaj” używa internetu, żeby znaleźć lokal, który odwiedzi. To znaczy, że nie możesz zaniedbywać swojej aktywności online. Upewnij się, że klient może łatwo znaleźć na stronie wszystkie ważne informacje, takie jak godziny otwarcia, dane kontaktowe, menu oraz ceny.

Zadbaj o to, żeby twoja strona była czytelna, żeby się łatwo ładowała i żeby była przyjazna dla użytkowników.

### 3. Angażuj się w działalność charytatywną

Weź udział w jakimś wydarzeniu charytatywnym – może to być zbiórka na szczytny cel lub np. catering podczas wydarzenia o takim charakterze. W zamian, prócz osobistej satysfakcji, zyskasz rozgłos w prasie oraz szacunek klientów. Zadbaj o to, żeby wprzeć organizację cieszącą się dobrą sławą, i jeśli to możliwe, zaangażuj w to przedsięwzięcie również swoich klientów.

Dzięki temu zbudujesz więź sympatii i porozumienia, które sprowadzą ich ponownie w twoje progi.

### 4. Wykorzystaj swoje menu

Menu jest jednym z najlepszych narzędzi marketingowych, jakie masz w swoich rękach, ponadto kosztuje najmniej. Aby jak najlepiej to wykorzystać, umieść w strate-

gicznych miejscach dania generujące wysokie zyski. Klienci mają tendencję do zapamiętywania dwóch pierwszych i dwóch ostatnich pozycji z listy. W przypadku karty dwustronicowej patrzaj najpierw na środek, a później w lewo. Dania, które chcesz sprzedać, opisz obrazowo i kusząco. Być może klient nie przyjdzie do twojego lokalu z zamiarem spróbowania twojej wyjątkowej bruschetty, jednak zmieni zdanie, kiedy przeczyta, że została przyrządzona ze „świeżych pomidorów i tradycyjnej mozzarelli”. Doznania estetyczne mają również duże znaczenie. Zainwestuj w oprawę graficzną i wydruk menu.

### 5. Zorganizuj event w swoim lokalu

Jest wiele rodzajów imprez, które możesz zorganizować w swoim lokalu: od wieczornych koktajli, imprez tematycznych, aż po występy muzyczne lub kabarety, a nawet wydarzenia mające związek ze sportem. Organizując takie eventy w swoim lokalu, przyciągniesz do niego młodą klientelę, równocześnie wzbudzając zainteresowanie i entuzjazm stałych klientów. Zadbaj o to, żeby charakter imprezy pasował do profilu twojego lokalu. Zaprzyjaźnij się z innymi lokalami. Współorganizując jakiś event, zwiększasz zasięg reklamy i masz szansę przedstawić swój lokal szerszemu odbiorcy. Ponadto, jest to bardzo dobry sposób na obniżenie kosztów imprezy.

Angażując personel, jak i samych klientów w organizację imprezy i jej przebieg, zwiększysz ich entuzjazm. Im bardziej się zaangażują, tym więcej wniosą pozytywnej energii.



## 6. Przyciągaj tych, którzy dbają o zdrowie

Według przeprowadzonego ostatnio sondażu, 73 proc. konsumentów jedząc poza domem, stara się dokonywać zdrowych wyborów żywieniowych. Nie do każdego lokalu gastronomicznego pasują dania dietetyczne, zawsze jednak są sposoby, dzięki którym trafisz również do dbających o zdrowie: promuj „świeże” produkty.

Nawet jeśli dania w twojej restauracji są wysokokaloryczne, zamiana mrożonek na świeże produkty będzie wskazywać na zdrową kuchnię. Stwórz sekcję zdrowych potraw w menu.

Dodając dania dietetyczne, uczynisz menu atrakcyjnym dla większej ilości klientów. Promuj nowe, zdrowe wybory w twoim menu. Użyj tablic, ulotek oraz mediów społecznościowych, aby poinformować klientów o dodaniu nowych zdrowych dań do karty.

## 7. Nie pomijaj żadnej grupy społecznej

Studenci? Bezrobotni? Specjalna oferta niższych cen dla tych grup zaowocuje nie tylko zyskami, ale też dobrą reklamą.

Jeśli jedna osoba zje w twoim lokalu, przyjdą następni.

## 8. Nagradzaj zaufanych klientów

Stwórz system punktów i przyznawaj ich najczęściej w dniach, kiedy jest w twoim lokalu najspokojniej, utrzymując w nim ciągły ruch. Nagroda powinna być osiągalna.

Najlepiej, aby klienci otrzymywali małe wynagrodzenie za niewielkie sumy pozostawione w twojej kasie, co zachęci ich do dążenia do osiągalnego celu

## 9. Zapewnij usługę dostawy do domu

Dostawa do domu to usługa skierowana do szerokiej klienteli: do tych wszystkich, którzy nie mają czasu gotować, ale chcą zjeść w domu. Jest domeną fastfoodów, ale nie znaczy to, że nie może być wspieranym źródłem dochodów również dla innego typu lokali gastronomicznych. Nie

zaniedbuj strony internetowej. Ważne, żeby była ona czytelna – większość klientów zamawiających do domu zobaczy menu online. Zaoferuj klientom możliwość zamówienia online lub przez sms. Dzięki temu nie stracisz potencjalnej klienteli, która nie przepada za rozmowami telefonicznymi.

## 10. Rób promocje w ograniczonym czasie

Takie promocje przynoszą rezultaty, ponieważ motywują do bezwłocznego działania. Wypróbuj nowe lekkie dania, które zamierzasz dodać do menu. Podekscytuje to twoich klientów, zarówno tych starych, jak i nowych.

Dowiesz się przy okazji które pozycje mogą przynieść zyski, a z których należy zrezygnować. Oferty specjalne są najpopularniejszą strategią w promowaniu lokali gastronomicznych, ponieważ każdy chce oszczędzić. 🍷



*Agnieszka Wijas. Manager generalny firmy Bar-Academy z branży HoReCa. Od 2001 roku zajmuje się profesjonalnym doradztwem gastronomicznym. W swojej pracy skupia się na przygotowaniu klientów do otwarcia i prowadzenia lokalu gastronomicznego.*

R E K L A M A

# BAR ACADEMY

PROFESJONALNE DORADZTWO DLA GASTRONOMII

*Poznaj sztukę prowadzenia lokalu*

+48 786 867 602 | biuro@bar-academy.pl

www.bar-academy.pl