

Jak wypromować restaurację w internecie?

Wstęp

Jesteś przedsiębiorcą, który dopiero zaczyna swoją drogę z prowadzeniem lokalu gastronomicznego? A może stawiasz dopiero pierwsze kroki w świecie mediów społecznościowych, promocji i marketingu online? Jeżeli na jedno z tych pytań odpowiedziałeś twierdząco, ten podręcznik jest właśnie dla Ciebie.


Co w nim znajdziesz? Przede wszystkim podstawowe i najważniejsze informacje, które dotyczą promowania restauracji zarówno online jak i offline. Znajdziesz informacje o tym, jak łączyć te sfery ze sobą i co zrobić, by realne działania restauracji napędzały ruch w sieci, a ruch w sieci sprowadzał klientów do restauracji.

Co jest najważniejsze i powinno stanowić dla Ciebie podstawę wszelkiego działania? „Lajki” nie dadzą pieniędzy ani restauratorowi, ani promotorowi. To tylko jeden ze wskaźników, który informuje o tym, jak dużą sympatię i zainteresowanie budzi dany lokal. Wiele osób tak bardzo fokusuje się na zdobyciu kolejnych fanów, że zapominają o celu. Zapominają o odpowiedzi na pytanie: „Po co zdobywasz tych fanów?” To właśnie jest największy problem. Dlatego powtórzę raz jeszcze, a Ty dobrze zapamiętaj: Twoim celem jest sprzedaż. Ruch na fanpage czy innych profilach społecznościowych to tylko etap, który ma w końcowej fazie zaowocować klientami w lokalu.

Co jeszcze znajduje się w podręczniku? Każda platforma społecznościowa, na której warto pokazać swoją restaurację, została tutaj potraktowana osobno. Każdej poświęcono odrębny rozdział, który ma nie tylko wyjaśnić cel istnienia w danym miejscu, ale również, jak działać, by ta obecność była skuteczna i owocna.



Jak wypromować restaurację w internecie?



Co jeszcze znajduje się w podręczniku? Każda platforma społecznościowa, na której warto pokazać swoją restaurację, została tutaj potraktowana osobno. Każdej poświęcono odrębny rozdział, który ma nie tylko wyjaśnić cel istnienia w danym miejscu, ale również, jak działać, by ta obecność była skuteczna i owocna.


Poruszone platformy to Facebook, Instagram i LinkedIn. To obecnie najbardziej owocne i efektywne miejsca, ale i tłok robi się tam coraz większy. Co to oznacza? Nie wystarczy Ci już tylko obecność. Ta obecność powinna być „jakaś”. Powinna być wyróżniająca się, wyjątkowa, ciekawa i wciągająca. Najlepiej, jeżeli uda Ci się stworzyć jakiś viral. Wtedy jednym postem zdobędziesz popularność o niewyobrażalnym zasięgu. Stworzenie viralu to z jednej strony kwestia szczęścia (czasem się po prostu trafi), ale z drugiej, kwestia pracy i doświadczenia.

Widzisz, co zaczyna interesować Twoją społeczność, co jej się podoba i co ją wciąga. Mając te dane, tworzysz post, który odpowiada na potrzeby społeczności, a ta dzieli się nim dalej. Powstaje viral. Brzmi prosto? Niestety, to nie jest takie łatwe, ale nie jest też nieosiągalne. Jeżeli poważnie podejdziesz do rad, które znajdują się w tym podręczniku i masz trochę talentu, to z całą pewnością Twoje szanse na taki sukces wzrosną.

Na koniec znajdziesz jeszcze kilka ciekawych pomysłów na to, jak poprowadzić współpracę marketingową z blogerami. Blogerzy mogą być Twoim ogromnym sprzymierzeńcem, choć mogą również narobić Ci sporo bałaganu i problemów. Właśnie dlatego ważne jest, by przed podjęciem współpracy z blogerami, wiedzieć, jak się do tego w ogóle zabrać. Czy blogerowi proponować pieniądze za napisanie recenzji o lokalu, czy obiad mu w zupełności wystarczy? Czy bloger, który sam się „wprasza” do lokalu jest „gorszy” od zapraszanego? Jak ocenić zasięg i siłę oddziaływania danego blogera? To wszystko jest niezwykle istotne przy organizowaniu współpracy i warto się do tego odpowiednio przygotować.



Jak wypromować restaurację w internecie?



W ostatniej części pojawia się bonus. To rozdział, który dotyczy tworzenia nazwy lokalu gastronomicznego. Czy wiesz, że nazwa może Cię pociągnąć na dno lub wynieść na szczyty? Tak, sama nazwa może działać prawdziwe cuda. Oczywiście, jeżeli za fantastyczną nazwą nie pójdzie doskonała jakość, to sama nazwa nie udźwignie promocji lokalu. Jeżeli jednak w kuchni wszystko gra i wrze, to nazwa może być prawdziwym lewarem, który wyniesie Twoje działania ponad konkurencję. Właśnie dlatego przestudiuj ten rozdział dokładnie. Zobacz, jakie nazwy przyciągają, a jakie zniechęcają. Sprawdź, jakie są zasady tworzenia nazw lokali gastronomicznych, czego się wystrzegać, na co uważać, a co jest dla Ciebie doskonałą podpowiedzią.

Po każdym rozdziale znajduje się również miejsce na Twoje własne inspiracje. Przeczytany fragment wpłynął na Ciebie twórczo? Chcesz sobie zanotować pomysły, które właśnie wpadły Ci do głowy? Coś Cię zainspirowało? Na koniec każdego rozdziału znajdziesz miejsce, by wszystkie te pomysły spisać. To Twój podręcznik i zeszyt ćwiczeń w jednym. Dlatego korzystaj z niego w pełni. Rób notatki, zbieraj inspiracje i czerp wiedzę. Zobaczysz, jakie przyniesie Ci to efekty.

Podręcznik ma dać Ci podstawową wiedzę i kilka gotowych pomysłów do zastosowania po swojemu. Pamiętaj, że pomysły to tylko schemat. To, jaką treścią wypełnisz ten schemat, zależy tylko od Ciebie. Im większą kreatywnością się wykażesz, tym większy efekt osiągniesz. I jeszcze jedno. Obserwuj. Obserwuj reakcje swoich fanów i klientów. To oni powiedzą Ci, która ścieżka jest najskuteczniejsza i przyniesie Ci najlepsze efekty. Chyba właśnie o to Ci chodzi?

