

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ТА ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМ У ПРОСУВАННІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Огієвич В.А., Куниця К.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

У сучасному динамічному середовищі індустрія ресторанного бізнесу стикається з високою конкуренцією, що вимагає ефективних стратегій для залучення та утримання клієнтів. Соціальні мережі та онлайн-платформи стали потужними маркетинговими інструментами, які дозволяють ресторанам не лише рекламувати свої послуги, а й формувати імідж, підтримувати зворотний зв'язок з аудиторією та залучати нових гостей.

Дослідження показують, що такі соціальні мережі, як Instagram, Facebook та ТікТок, є ефективними каналами комунікації з потенційними клієнтами. Візуальний контент, зокрема фотографії страв, відео з заходів та інтер'єр закладу, викликає емоційний відгук та стимулює бажання відвідати ресторан. Крім того, завдяки використанню таргетованої реклами та аналітичних інструментів, можна точно визначити цільову аудиторію та ефективно донести до неї маркетингові повідомлення. Онлайн-платформи для бронювання столиків, доставки їжі та розміщення відгуків, такі як Google Maps, TripAdvisor, Glovo, Bolt Food, мають великий вплив на рішення клієнтів відвідати заклад. Наявність позитивних відгуків та високих оцінок підвищує довіру до ресторану та сприяє збільшенню кількості відвідувачів. Ефективна SMM-стратегія включає в себе аналіз цільової аудиторії, вибір відповідних каналів комунікації, регулярне публікування якісного контенту та активну взаємодію з підписниками. Співпраця з інфлюенсерами та блогерами також є важливим аспектом, який дозволяє розширити охоплення аудиторії та підвищити впізнаваність бренду [1-3].

Таким чином, соціальні мережі та онлайн-платформи є невід'ємною частиною сучасного маркетингу в ресторанному бізнесі, сприяючи підвищенню впізнаваності бренду, залученню нових клієнтів та зміцненню лояльності постійних клієнтів.

Література:

1. Іванова Л. О. Соціальні мережі як чинник посилення впливу маркетингу на лояльність клієнтів ресторанних закладів / Іванова Л. О., Вовчанська О. М. // Інтелект XXI. 2019. № 2. С. 38-44. URL: <https://repository.ldufk.edu.ua/server/api/core/bitstreams/8086110d-b6c4-4204-9a70-012e46653ce9/content>
2. Катерина Федорова. SMM для ресторану - Просування ресторанного бізнесу у соцмережах. Poster POS. URL: <https://joinposter.com/ua/post/smm-dlya-restoranu>
3. Денис Демчина. Соціальні мережі для ресторану: як створити успішну SMM-стратегію. Business Broker. URL: <https://business-broker.com.ua/blog/sotsialni-merezhi-dlia-restoranu-iak-stvoryty-uspishnu-smm-stratehiu/>