

Temat: Reklama w gastronomii.

Witam! Proszę przepisać notatkę (nadal czekam na notatkę z poprzedniej lekcji), proszę wykonać zadanie domowe (będą oceny) i przesać na adres: mbiesiadecka@wp.pl termin do 15 kwietnia. Pozdrawiam serdecznie MB

Zanim gość wejdzie do środka:

- **Szyld i...budynek** - podstawową reklamą naszego lokalu jest wygląd zewnętrzny budynku, jeżeli będzie on nieestetyczny, brudny i odrapany, to inne środki nie przekonają klienta, żeby wszedł do środka. Oprócz typowego szyldu na budynku można wprowadzić tzw. szyld typu semafor ustawiony na przeciw idącym przechodniom.
- **Karta menu przed lokalem** - wielu gości unika restauracji, w których nie ma zewnętrznej karty menu; często wolą najpierw zapoznać się z ofertą i cennikiem, zanim przekroczą próg lokalu.
- **Banery** - szyld kieruje klienta wprost do lokalu, ale najpierw trzeba pomyśleć o przyciągnięciu potencjalnego gościa w nasze okolice; dlatego banery mogą być rozmieszczone w całym mieście, a nawet poza jego granicami – przy trasie, ulicy, przystankach, w pojazdach komunikacji miejskiej, a także na lotnisku.
- **Ulotki** - chyba najpowszechniejsza i wciąż bardzo skuteczna metoda zachęcenia klientów do odwiedzenia lokalu; ulotka powinna zawierać zdjęcia przykładowych dań, wyeksponowaną nazwę i adres lokalu, krótką charakterystykę i – obecnie pozycja obowiązkowa – adres strony internetowej. Dodatkową zachętą może być umieszczenie na niej kuponu z niewielkim rabatem do wykorzystania w określonym terminie.
- **Reklama w radiu i telewizji** - pozwala dotrzeć do szerokiego grona odbiorców, jednak w przypadku niewielkich restauracji wystarczy ograniczyć się do lokalnej telewizji, radia czy prasy. Warto również pomyśleć o reklamie przed seansami kinowymi, szczególnie jeżeli nasz lokal znajduje się w pobliżu kina.

Kiedy gość przekroczy próg lokalu:

- **Personel** - pracownicy mający bezpośredni kontakt z klientem stanowią ważny element reklamy lokalu; wpływają na gością poprzez swoją postawę, stosowanie technik sprzedaży czy strój (który może zawierać logo lokalu albo element charakterystyczny, wyróżniający daną restaurację).
- **Informacje przy kasach** - spotykane w miejscach, gdzie klient od razu płaci za danie; przy kasie może się dowiedzieć o ofercie, promocjach, specjalnych okazjach itp.
- **Ekspozycja potraw** - czasami klienci sami nie potrafią sprecyzować, na co mają ochotę, ale łatwiej podjąć decyzję, kiedy zobaczą konkretne danie i poczną jego zapach; dlatego w lokalach przeznacza się przestrzeń na wyeksponowanie potraw – w witrynach, barmach, lodówkach, na paterach. Ważne, aby prezentowane danie było świeże i wyglądało apetycznie.
- **Ekran** - często wykorzystywane z racji możliwości swobodnej wymiany tekstu, wstawiania zdjęć, filmików itp., łatwo przyciągają wzrok.

- **Reklama audio** - emitowana w lokalu jako przerywnik pomiędzy utworami muzycznymi, może zawierać informacje o ofercie dnia, promocjach itp. Stosowana częściej w barach, lokalach szybkiej obsługi itp.
- **Mailingi i kampanie SMS-owe** - forma komunikacji, na którą klient musi wyrazić zgodę poprzez podanie adresu mailowego i/lub numeru telefonu.

- **Strona WWW** - obecnie trudno wyobrazić sobie poważny lokal, który nie posiada własnej strony internetowej. Ważne, aby layout był przejrzysty, przemyślany i atrakcyjny wizualnie. **Media społecznościowe** - , warto pomyśleć o utworzeniu konta na platformach takich jak: Facebook, Twitter, Instagram.

Zadanie domowe: proszę opracuj ulotkę reklamową dowolnie wybranego zakładu gastronomicznego.