



Стопански  
факултет

# Социално- икономически анализи

Книга 2/2016 (10)

Гергана Иванова  
Кристин Миленкова

## СРЕДСТВА ЗА ПРИВЛИЧАНЕ НА КЛИЕНТИ В НОВООТКРИТ РЕСТОРАНТ

### MEANS OF ATTRACTING CUSTOMERS IN A NEW RESTAURANT

**Abstract:** In this report we have presented strategies for attracting customers to a newly opened restaurant. The techniques may not work for every eating place because the clients are different and have various needs, preferences and interests. Therefore the desires of the clients must be identified. The selected means should have a good influence over the growth of the business.

**Key words:** restaurant, customers, attraction, means, clients

#### Въведение

Ресторантьорството е древна стопанска дейност. От древни времена главната задача на човека е да осигурява храна. Местата за хранене и развлечения играят важна роля в историята на човечеството още от появата на първите цивилизации. Те се появяват в най-различни форми като: ханове, гостилници, таверни и др.<sup>1</sup>

Днес най-разпространеният вид заведение за хранене е ресторантът. Започването на нов бизнес е вълнуващо начинание за всеки собственик или предприемач. За всеки ресторант е важно да привлича нови клиенти и да ги превърне в постоянни. Нужно е собствениците на ресторанти винаги да мислят за нови стратегии за привличането им.

Започването на ресторантьорски бизнес не е лесна задача. С всеки изминал ден се появяват нови и различни видове заведения и така бързо нараства конкуренцията между тях. За да се запазят клиентите, е нужно да се създават нови стратегии за тяхното привличане. Понякога се получава така, че много ресторанти се закриват две години след отварянето им, а дори и по-рано. Смята се, че една от най-честите грешки, че хората които откриват ресторант го правят такъв, какъвто харесват и не се съобразяват с желанията на потенциалните клиенти. Често пренебрегват актуалните тенденции в бизнеса, което впоследствие се оказва грешна стратегия. За да бъде успешен един ресторантьорски бизнес, трябва да има много добра маркетинг стратегия. За да се създаде подобна стратегия трябва да бъде съобразена с потенциалните клиенти.

Обект на проучването е ресторантът като популярен вид заведение за хранене. Предмет на изследването са средствата за привличане на клиенти в новооткрит ресторант. Цел на доклада е да предложи възможности за успешно промотиране на новооткрит ресторант.

#### 1. Фактори, определящи успеха на новооткрит ресторант

За да функционира успешно, един новооткрит ресторант, от значение са следните фактори:

- местоположение и достъпност на обекта;
- категория на обекта;

<sup>1</sup> За повече информация вж.: **Божинова, М., Л. Илиева.** Хотелиерство и ресторантьорство. В. Търново: Фабер, 2015.

- концепция за развитие на обекта;
- качество на предлаганата кулинарна продукция;
- цена на продукцията;
- нивото на обслужване;
- клиенти;
- конкуренти.

Новооткритият ресторант трябва да се съобрази с изброените условия и да ги анализира при разработването на своята стратегия за развитие. За да достигне потенциалните клиенти, трябва да бъдат избрани подходящи средства за популяризиране на дейността.

## **2. Средства за популяризиране на дейността на новооткрит ресторант**

Ето едни от най-успешните средства за популяризиране на дейността на новооткрит ресторант:

### *2.1. ИНТЕРНЕТ (INTERNET)*

Днес интернетът заема голяма част от ежедневието на хората. Почти няма дом, който да не разполага с интернет достъп. Дори вече заведенията за хранене и обществените места имат рутери с wi-fi. Това дава възможност на ресторанта да бъде популяризиран в интернет пространството и социалните мрежи.

### *2.2. ИНСТАГРАМ (INSTAGRAM)*

Това е един от най-популярните сайтове за споделяне на снимки. Тази социална мрежа много добре може да бъде използвана за популяризиране на заведения за хранене и развлечения, като ресторанти, барове, кафета, сладкарници и др. Хората, които използват Instagram, са предимно млади и хора на средната възраст. Той е ефективно средство за рекламана рестораньорския бизнес – хората сами поставят снимки на храна и споделят местоположението си, когато са в заведението. В страницата на ресторанта може да се качват снимки на различните ястия и специалитети. Възможностите за изява са много, важното е да се подходи креативно и творчески.

### *2.3. ФЕЙСБУК (FACEBOOK)*

Друга социална мрежа, която също е много популярна и ефективна за бизнеса, това е Facebook. Тя е една от най-полезните маркетингови инструменти, тъй като голяма част от хората прекарват времето си там. Тук възможностите са много по-големи – може да се публикуват снимки от партита в ресторанта, атрактивни снимки и клипове как се приготвят ястия и т.н. От важно значение е и планирането на рекламата с тези постове. Прекалено честата реклама на ресторанта може да не се хареса на някои клиенти. Затова не е нужно да се качват и публикуват по няколко поста на ден. Работещ е принципът “малко, но по най-добрия начин”, 1-2 публикации на ден са достатъчни.

### *2.4. МОБИЛНО ПРИЛОЖЕНИЕ*

Голяма част от населението в активна възраст ползва смартфон и таблет. Ресторантът може да се възползва от това и да създаде собствено мобилно приложение. Мобилното приложение трябва да бъде полезно и интересно за клиентите, но и да изпълнява маркетингови задачи. Мобилното приложение може да предлага функции като доставка по домовете само с няколко кликания. За това е нужно да се публикува менюто в приложението, а също така и цената на храните. Клиентите активно посещават тези ресторанти, чиято цена на кулинарната продукция и напитки е обявена публично и е достъпна за потребителите. След като менюто е качено в приложението, срещу всяко ястие може да бъде предоставена възможност за оценяване. Клиентите ще могат да гласуват за любимата си храна. По този начин ресторантът ще разполага с рейтинг на менюто си и ще знае кои са най-поръчваните храни. В Европа запознаването с менюто, цените и ястията се прави на входа в ресторанта. Статистиката показва, че около 80% от посетителите на ресторанти предпочитат първоначално да узнаят в интернет какви са цените, а след това да посетят заведението.

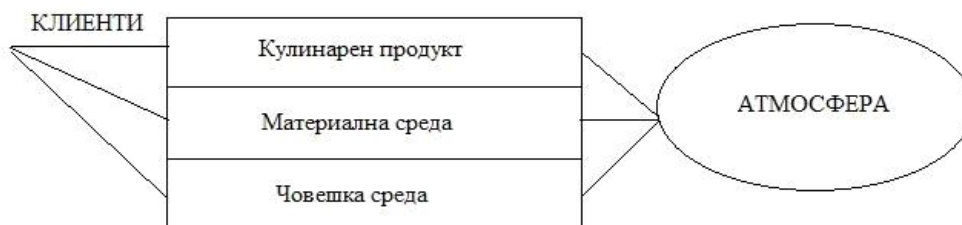
Друга функция на приложението може да бъде резервирането на маса, като се посочи ден, час, броят на хората, пушачи или непушачи (ако има такава опция). Така според резервацията персоналът избира най-подходящата маса за клиентите. Това спестява време на потребителите.

Независимо каква категория е ресторантът, е изключително полезно и изгодно той да бъде рекламиран в интернет, както и да използва специализирани мобилни приложения. Именно тези средства позволяват ефективно да се популяризират услугите на заведението и да се привлекат нови клиенти.

### 3. Дейности при стартиране/обновяване на ресторант

Ето три важни дейности, със значение за популяризиране на ресторантърските обекти:

➤ **ОТКРИВАНЕ** – от голямо значение е откриването на ресторанта. От него зависи интересът на бъдещите и потенциални потребители на заведението. Имиджът е набор от убеждения, идеи и впечатления, които поддържа в съзнанието си даден човек по отношение на определен обект.<sup>2</sup> Това са първите впечатления, които хората си създават и трябва да са положителни, за да се върнат. Хората, присъствали на откриването, може да получат подаръци и сувенири от ресторанта и карти за намаление на храни или напитки при следващо посещение. На фиг. 1 са представени факторите, които формират представата на потребителя за атмосферата в обекта, а именно съвкупността от трите елемента – кулинарен продукт, материална среда, човешка среда.<sup>3</sup> [1] Атмосферата е четвъртият елемент на ресторантърството.



**Фигура 1.** Фактори, формиращи потребителската нагласа в обекта  
(по Божинова, Илиева)

Атмосферата може да бъде гостоприемна, етична, празнична, предразполагаща, но може и да е безлична, равнодушна, даже неприятна и да няма връзка с категорията и концепцията на заведението за хранене. От голямо значение за избора на стратегия за промотиране има мениджмънта на обекта.<sup>4</sup>

➤ **ОБНОВЯВАНЕ** – за да привлече успешно повече клиенти в ресторанта, мениджмънтът трябва да извършва промени през определен период от време. Те могат да бъдат свързани с екстериора, интериора, кулинарната продукция, материалната база и др. Някои собственици на заведения пренебрегват тези фактори. Екстериорът е този, който формира първото впечатление на клиентите, а интериорът е този, който трябва да впечатли с елегантност, комфортност, тематичност. Недопустими са замърсяване, петна, захаяване и повреди по интериора, защото това уронва имиджа на ресторанта.

Материалната база трябва да бъде поддържана. Тя е отговорна за създаването на кулинарната продукция. Изисква се храната да е чиста и свежа и за тази цел уредите в кухненския блок, трябва да са в изправност и да бъдат почиствани редовно и при нужда заменени.

➤ **МЕРОПРИЯТИЯ** – организирането на концерти, културно-развлекателни мероприятия, банкети и представления на популярни групи, също са ефективни средства за привличане на потребители. В допълнение може да се организират дни на националните кухни, различни детски мероприятия и т.н. В деня на събитието може да се предлага специално изготвено меню за конкретния повод. Добра възможност да се увеличи интересът към ресторанта е организирането на тематични вечери. Хората обичат разнообразието, затова е възможно заведението да избере ден, в който да се сервира храна от определена държава. Освен тематична храна, ресторантът може да бъде украсен подобаващо и да се създаде обстановка, подобна на тази в избраната държава. Това може да се случва всяка седмица в определен ден. Може да се правят викторини или караоке вечери. Наблюдава се тенденция, висо-

<sup>2</sup> Илиева, Р. Маркетинг. Велико Търново: Абагар, 2008.

<sup>3</sup> Божинова, М., Л. Илиева. Хотелиерство и ресторантърство. В. Търново: Фабер, 2015.

<sup>4</sup> Пак там.

кокатегорийните заведения все по-често да организират подобни вечери. Събитията с благотворителна цел или с обща кауза също са добра идея за повишаване на посещаемостта.

Друго интересно мероприятие може да бъде готвенето пред посетителите. Откритата кухня е събитие, което би спомогнало за нарастването на интереса към обекта. Приготвянето на ястия пред очите на посетителите прави кухнята атрактивна. Готвенето пред гостите означава, че ресторантът са напълно отворен към тях.

Всеки човек обича да се чувства специален на своя рожден ден. Безплатен обяд, десерт или бутилка вино е чудесно предложение за посетителите в тези дни. В ресторанта няма да дойде само рожденикът, но и неговото семейство, и приятели и така повече хора ще разберат за комплиментите, които се правят към рождениците.

Изброените средства за популяризирането на новооткрит ресторант могат да бъдат приложени както самостоятелно, така и заедно, и да се търси по-голям успех. Според категорията, клиентите и концепцията на заведението, неговият собственик може да подбере и най-ефективните средства.

### **Заклучение**

Откриването на ресторант изисква последователни дейности, включващи използването на специални средства и подходи за постигане на успешен бизнес. Най-общо казано, тези дейности трябва да бъдат съобразени с категорията, потенциалните потребители и конкурентите. Прилагането на подходящи и правилни средства би довело до успешен ресторантьорски бизнес.

### **ЛИТЕРАТУРА**

1. **Божинова, М., Л. Илиева.** Хотелиерство и ресторантьорство. В. Търново: Фабер, 2015. // **Bozhinova, M., L. Pieva.** Hotelierstvo i restorantyorstvo. Veliko Tarnovo: Faber, 2015.
2. **Илева, Р.** Маркетинг. Велико Търново: Абагар, 2008. // **Pieva, R.** Marketing. Veliko Tarnovo: Abagar, 2008.
3. <https://www.americanexpress.com/us/small-business/openforum/articles/7-excellent-ways-to-attract-new-customers/>
4. <https://restaurantden.com/attract-customers-to-your-restaurant/>
5. <http://www.setupmyrestaurant.com/open-restaurant/attracting-customers.htm>