



семинар-практикум
ЛОКАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ

НОВОСИБИРСК

19-20 февраля 2012г.

ОРГАНИЗАТОР ПРОГРАММЫ
КК "Персонал-Центр"

*Представитель компании RESTTEAM в
Красноярске, Новосибирске, Томске, Кемерово,
Барнауле*



Контакты:
(3822) 42-68-68, 56-02-65, 21-96-69
seminar75@mail.ru
rest@personal-center.com

сотрем в порошок! за Вас!

О RESTTEAM

Более 10 лет тренеры команды **RESTTEAM** специализируется на оказании тренинговых и консультационных услуг компаниям, работающим в сфере ресторанного бизнеса. Практические отраслевые семинары, а также консалтинговые проекты регулярно проводятся в 25 городах России, Украины, Белоруссии, Казахстана и Латвии. Корпоративными заказчиками услуг были и остаются ведущие ресторанные компании страны.

Специализация компании и профессионализм работающих в **RESTTEAM** сотрудников, позволяют нам успешно осуществлять проекты для лидеров российского рынка. Мы знаем и любим бизнес, с которым работаем, именно это служит залогом доверия к нам со стороны наших партнеров. Со дня основания **RESTTEAM** заказчиками услуг были и являются как небольшие рестораны, так и всеми известные ресторанные сети, а также международные отельные брэнды.

СЕМИНАР-ПРАКТИКУМ «ЛОКАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ»

Программа **«ЛОКАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ»** - создана в 2005 году. Программа демонстрирует, как использовать внешнее окружение ресторана с максимальной отдачей. Является Ваш ресторан представителем сети или ведет свою работу в одиночку – в любом случае, эффективные инструменты локального маркетинга помогут Вам продавать больше!

О ЧЕМ ПОЙДЕТ РЕЧЬ:

Специалисты, проводящие программу **«ЛОКАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ»**, обладают опытом работы в ведущих российских и международных ресторанных компаниях. В течение 2-х дней работы на программе у Вас появится уникальная возможность убедиться в том, каких потрясающих успехов в продажах можно достичь за счет системной работы по развитию маркетинга ресторана.

НА КОГО ОРИЕНТИРОВАНА ПРОГРАММА:

Целевой группой программы являются Директора/Менеджеры ресторанов и ресторанных сетей и другие сотрудники, отвечающие за результаты работы ресторанов. Программа также может быть интересна Тренинг-менеджерам и HR-менеджерам, в чьи обязанности входит подбор и обучение руководящих сотрудников ресторанов.

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ПРОГРАММЫ И КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ:

Общее количество часов – 16

Время проведения – 2 дня с 10:00 до 18:00

Количество учебных часов – 13,5

Минимальное количество участников на 1 семинаре – 12 человек

Максимальное количество участников на 1 семинаре – 25 человек

ПРОГРАММУ ПРОВОДЯТ:



Вадим Михалицын

Тренер-консультант направления РЕСТОРАН и ОТЕЛЬ компании **Restteam**.

Начал карьеру в ресторанно-гостиничном бизнесе в **1997** году. Прошёл международный курс New Store Opening Seminar (Carlson Restaurant World Wide). Являлся действующим членом международной команды открытия ресторанов американской

сети TGI Fridays.

Опыт Вадима в сфере HoReCa, весьма обширен: работал на управленческих позициях в гостиницах Radisson Slavynskaya, Korston Hotel Moscow, Holiday inn lesnaya, также работал в московских отелях Sheraton Palace и Iris Congress Hotel.

Разрабатывал обучающие программы для сотрудников ресторанов и отелей (рядовые и управленческие позиции). Является автором курса «Искусство сервиса». В качестве спикера участвует в профильных конференциях индустрии Гостеприимства.

Персонально участвовал в подготовке более чем 3000 сотрудников ресторанов и 500 сотрудников отелей.

ПО ИТОГАМ ПРОВЕДЕНИЯ СЕМИНАРА, УЧАСТНИКИ:

- ✓ Узнают о преимуществах приобретения Гостей в качестве приверженцев
- ✓ Узнают, в чем состоят задачи локального маркетинга в ресторане
- ✓ Получат необходимые бланки и примеры анкет, для проведения исследований
- ✓ Узнают о важности контроля 4 групп стандартов
- ✓ Узнают о 9 маркетинговых зонах ресторана
- ✓ Получат инструмент контроля 9 маркетинговых зон (бланк чек листа)
- ✓ Получат инструменты решения конфликтов с Гостями
- ✓ Получат инструменты работы с очередью
- ✓ Узнают, какие требования необходимо предъявить к маркетинговому агентству, для проведения исследований
- ✓ Научатся проводить анализ текущей ситуации в ресторане
- ✓ Получат все необходимые бланки (для проведения исследований, анализа текущей ситуации в ресторане)
- ✓ Научатся составлять карту торговой территории своего ресторана
- ✓ Узнают об инструментах увеличения осведомленности Гостей о ресторане (реклама, почтовые и e-mail рассылки, PR и т.д.)
- ✓ Получат список маркетинговых мероприятий, для привлечения и увеличения посещений Гостей
- ✓ Как организовать и провести промоушен / акцию в ресторане
- ✓ Узнают, какие способы продвижения торговой марки существуют
- ✓ Получат все необходимые бланки
- ✓ Узнают, как правильно размещать рекламу внутри и снаружи ресторана
- ✓ Получат примеры рекламных материалов
- ✓ Узнают 4 правила мерчендайзинга ресторана
- ✓ Научатся составлять маркетинговый план
- ✓ Научатся рассчитывать рекламные акции (себестоимость, эффект от проведения и т.д.)
- ✓ Получат примеры POS материалов
- ✓ Получат инструменты контроля выполнения маркетингового плана

Раздаточный материал к семинару насчитывает более 200 страниц. В нем Вы найдете множество полезной информации, которую сможете использовать в работе уже на следующий день. Бланки для визуального анализа и проведения опросов Гостей, инструкция по составлению карты торговой территории, чек-листы контроля маркетинговых зон и даже пример маркетинг-плана ресторана — все эти инструменты окажутся в Вашем полном распоряжении!



ПРОГРАММА СЕМИНАРА:

Мероприятия по привлечению гостей.

- Каких гостей Вы хотите видеть в своем ресторане? Анализ целевой аудитории. Методы, подходы, выгоды, преимущества.
- Анализ текущей ситуации. Показатели работы ресторана. SWOT – анализ
- Анализ окружения – составляем Карту Торговой Территории
- Анализ каналов коммуникации и каналов распространения
- Разработка стратегии и тактики по достижению целей
- Разработка мероприятий по привлечению Гостей
- Планирование акций. Расчет эффективности и анализ проведенной акции

Внешние и внутренние каналы коммуникации.

- Наружная реклама.
- Работа со СМИ. Информационные поводы. Удачные и неудачные примеры привлечения СМИ.
- Интернет-продвижение – будущее или проходящая мода?
- QR-коды, gamification, геолокация, мобильный маркетинг – стоит ли применять в ресторанном бизнесе, а главное как?
- Работа в социальных сетях. Как превратить посещения в продажи. Основные ошибки работы в социальных сетях.
- Меню ресторана. Мероприятия по введению нового меню.

Лояльность гостей.

- Лояльность и приверженность. Слухи или реальность?
- Удовлетворенный гость. Нет страшнее «зверя»
- 3 ступени Лестницы Лояльности
- Превышение ожиданий Гостя.
- Программы лояльности Гостей. Российско-украинский опыт внедрения программ лояльности. Плюсы, минусы и «подводные камни».
- Как просчитать экономику внедрения программ лояльности. Стратегия выхода из программы.

Маркетинговые зоны и мерчендайзинг ресторана.

- 4 понятия мерчендайзинга в ресторане
- Маркетинговые зоны ресторана

Маркетинг-план

- Правила составления Маркетинг плана
- Маркетинговый бюджет
- Медиа-план и маркетинговый календарь