

ВУЗ

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
на тему:
«ТЕМА»

Выполнил:

Научный руководитель:

Актуальность исследования

Актуальность. Сегодня затраты заведений общественного питания несколько ниже, нежели у конкурентов, но и те цифры, которыми характеризуется отечественный маркетинг, говорят о том внимании, которое уделяется продвижению общепита. Отсюда следует, что проблема оптимизации стратегии продвижения в настоящее время сохраняют свою актуальность.

Цель и задачи

Цель – разработка рекламных инструментов для продвижения ресторана «Mze».

Задачи:

- 1) Дать общую характеристику предприятий общественного питания.
- 2) Описать процесс продвижения предприятий общественного питания.
- 3) Рассмотреть рекламные инструменты.
- 4) Дать характеристику ООО «Mze» и основных каналов продвижения продукции.
- 5) Провести исследование потребителей и их отношения к продукции.
- 6) Разработать стратегию продвижения ресторана на основе продукции.

Ресторан «Мзе»



SWOT-анализ

	Сильные стороны	Слабые стороны
Внутренняя среда	Strengths 1. Централизованные административные расходы 2. Централизованная закупка продуктов питания 3. Система KPI, аналитика показателей 4. Создание кадрового резерва, система мотивации сотрудников 5. Местоположение ресторанов 6. Привлечение звезд для проведения мероприятий 7. Проведение детских праздников	Weaknesses 1. Отсутствие квалифицированной рабочей силы на операционном уровне 2. Качество получаемой от поставщиков продукции 3. Логистика между ресторанами
Внешняя среда	Opportunities 1. Центральное производство 2. Организация школы для обучения персонала, заключение договоров с коллегами 3. Интеграция в регионы 4. Развитие новых форматов ресторанов	Threats 1. Сокращение доли рынка 2. Ограниченность в предложениях площадей в городе для открытия новых ресторанов 3. Импортные поставщики 4. Введение запрета на курение в общественных местах 5. Ужесточение требований по продаже алкогольной продукции

В качестве недостатков рекламной деятельности сайта стоит отметить

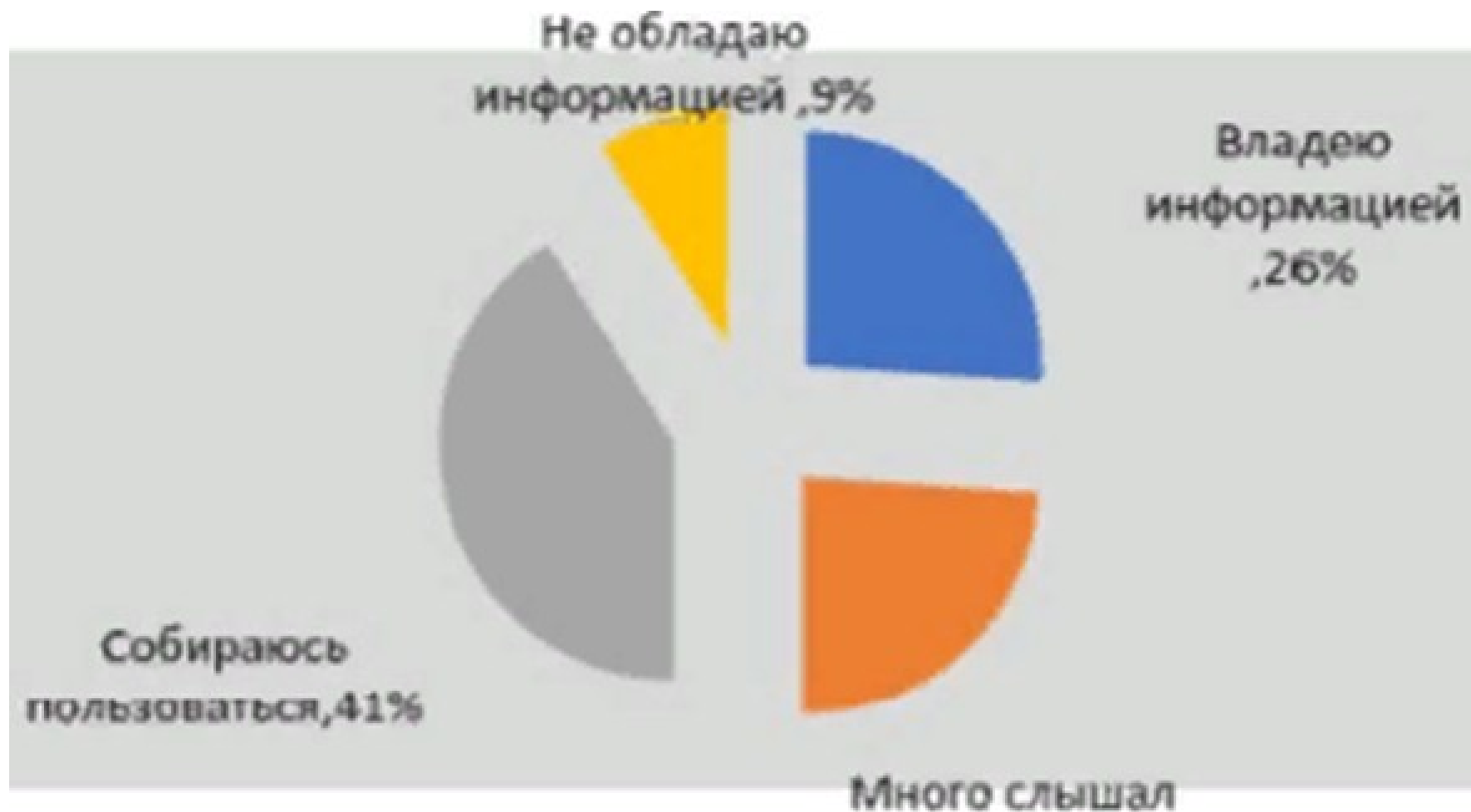
Отсутствие единой стилистики рекламных сообщений (фирменного стиля);

Отсутствие идеи продвижения, реклама носит информирующий характер.

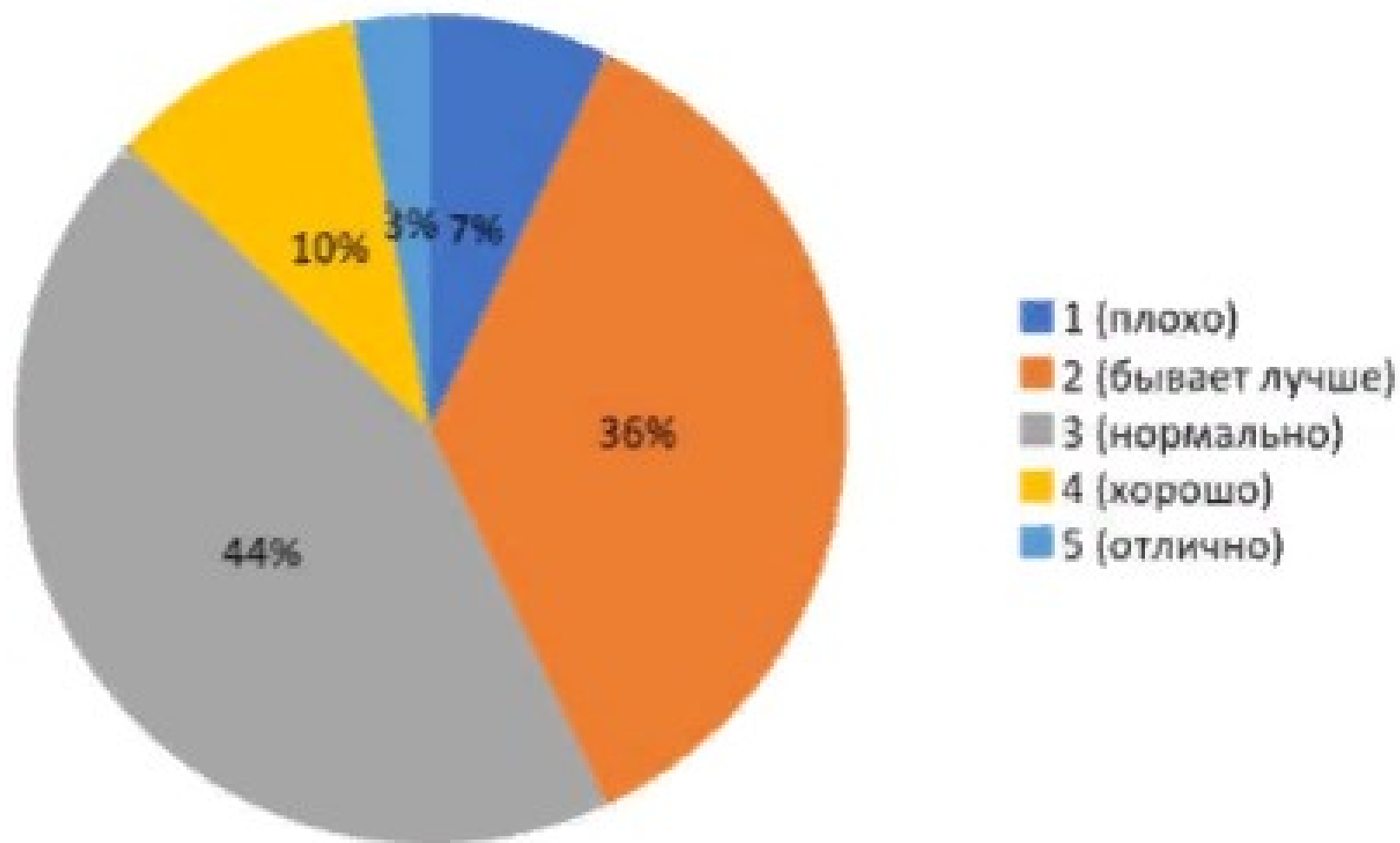
Отсутствие слогана.

Применение контента, который, хотя и может заинтересовать аудиторию, но не имеет ничего общего с рестораном.

Осведомленность потребителей



Оценка информативности предложений компании



Рекомендуемые мероприятия для рекламного продвижения кафе

Чтобы привлечь и удержать интерес гостей целесообразно проводить различные вечера.

Одним из важных направлений рекламной деятельности по созданию имиджа является создание полиграфической продукции.

Разработка и реализация медиа-стратегии.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!