

## ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ В РЕСТОРАНЕ CAFÉ DE PARIS

Интернет-реклама сегодня — это самая эффективная реклама, которая является неотъемлемой частью любой маркетинговой стратегии. Ресторанный бизнес, как и любая другая сфера деятельности, не является исключением.

Рассмотрим эффективность рекламы в сети Интернет на примере ресторана Café de Paris, который задуман как аналог французских ресторанов парижского типа с высоким уровнем обслуживания. Целями и задачами данного объекта общественного питания являются знакомство жителей Минска и гостей столицы с французской кухней, организация высокого уровня обслуживания гостей в соответствии со стандартами сервиса ресторанов и кафе европейского уровня.

Ресторан Café de Paris имеет свой web-сайт, через который привлекает внимание посетителей не только оригинальностью оформления, но и подробной информацией о ресторане. На сайте предоставлена возможность посмотреть меню (только brunch- и lunch-меню), фотографии заведения, заполнить форму для бронирования стола. Однако сайт сети Café de Paris имеет следующие существенные недостатки: отсутствуют основное меню, рекламы новых в нем позиций, а также нет раздела «обратная связь».

Основные наши рекомендации по улучшению сайта:

1. Дополнить сайт ресторана Cafe de Paris информационными ресурсами, дополнительно разместив интересные факты о французской кухне; истории создания блюд, а также видеобзоры: о новых позициях в меню; о любимых блюдах и напитках сотрудников ресторана; о поздравлениях гостей персоналом.
2. Дополнить сайт возможностью посмотреть отзывы других посетителей, прикрепить фото еды и оставить свои комментарии.

Кроме собственного сайта у ресторана Café de Paris есть аккаунты в Instagram, Facebook и TikTok. Число пользователей социальной сети TikTok в Беларуси в 2023 г. превысило 4,27 млн, что составляет 44,9% общей численности населения. Аудитория TikTok каждый квартал увеличивается стабильно почти на 430 тыс. Подавляющее большинство пользователей социальной сети TikTok — люди 13–17 лет. Чуть ниже показатель у категории 18–24 года — уже взрослые и платежеспособные. На третьем месте — 25–34 лет [1]. В этой категории находятся люди со стабильным доходом на уровне среднего и выше.

Так, TikTok превращается в площадку, которая отлично подходит для знакомства с потенциальными клиентами, продвижения бизне-

са и усиления его имиджа. TikTok-аккаунт Café de Paris имеет всего 570 подписчиков и 14,6 тыс. лайков. За промежуток с 1 сентября по 31 октября в TikTok было опубликовано четыре поста. Среднее количество лайков за данный период составило 20 лайков, что является низким показателем для количества подписчиков в 570 чел. [2]. Данная статистика говорит об отсутствии эффективного ведения TikTok-аккаунта ресторана.

Возможным предложением является актуализация контента публикаций для ресторана Café de Paris в TikTok, в том числе о процессе приготовления блюд, живой атмосфере кухни, сотрудниках, сотрудничестве с местными инфлюенсерами.

### **Источники**

1. TikTok у белорусов популярнее, чем Instagram — исследование [Электронный ресурс] // Myfin.by. — Режим доступа: <https://myfin.by/stati/view/tiktok-u-belorusov-popularnee-chem-instagram-issledovanie>. — Дата доступа: 09.11.2023.

2. TikTok ресторана «Café de Paris» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.tiktok.com/ru-RU/>. — Дата доступа: 10.11.2023.