

Секция «Связи с общественностью в коммерческих структурах»

Создание универсальной модели PR-консалтинговых услуг в сфере ресторанного бизнеса (на примере ресторанов ХМАО-Югры)

Убайдулаева Адэля Талгатовна

Студент (бакалавр)

Сургутский государственный университет Ханты-Мансийского АО, Сургут, Россия

E-mail: Ubaydulaeva.ad@mail.ru

Убайдулаева АТ

Студентка

Сургутский государственный университет, институт гуманитарного образования и спорта, г.Сургут, Россия

Ubaydulaeva.ad@mail.ru

Ввиду экономического кризиса, отразившегося в том числе и на ресторанном бизнесе, отмечается резкое повышение спроса на PR-консультирование в данной сфере. На сегодняшний день рынок ресторанных услуг является конкурентной средой, но большинство рестораторов, маркетологов используют однотипные методы продвижения. Потребитель быстро «насыщается» таким рекламным продуктом и удержать его становится трудно.

Углубленное интервьюирование управляющих ресторанного бизнеса, свот-анализ, метод наблюдения и анализа материалов СМИ и сети интернета в г. Сургуте показал, что независимо от того, с какими проблемами сталкивается ресторанный бизнес (55% - проблема с кадрами, 46% - отсутствие четкого понимания своей аудитории, 30% - просчеты в стратегии позиционирования или продвижения на рынке города), абсолютное большинство из них нуждаются в качественных услугах PR-консалтинга.

Разработанная нами и опробованная рабочая модель PR-консалтинговых услуг с опорой на брэндинг в сфере ресторанного бизнеса позволяет, на наш взгляд, избежать большинства трудностей и ошибок в позиционировании и продвижении. Данная схема включает исследовательский этап, концептуальный этап и программу продвижения. Мы апробировали данную PR-консалтинговую схему на 5 предприятий ресторанного бизнеса Сургута и получили данные - повышение посещаемости сайта, аккаунтов в социальных сетях, привлечена новая аудитория и интерес за счет увеличения публицитного капитала. Так же рестораторы отмечают более лояльное отношение клиентов и улучшение атмосферы в коллективе.

Полученные данные позволяют предположить, что схема PR-консалтинга в ресторанном бизнесе осуществляется с той же последовательностью, что и разработка бренда.

Источники и литература

- 1) Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд: Учебное пособие для студентов вузов/ А.Н. Чумиков. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 159 с. – (Серия «Учебник нового поколения»)
- 2) Котлер Филип. Основы маркетинга. Краткий курс. : Пер. с англ. - М.: Издательский дом "Вильямс 2004.
- 3) Марк М., Пирсон К. Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипов / Пер. с англ. под ред. В. Домнина, А. Сухенко. — СПб.: Питер, 2005. — 336 е.: ил. — (Серия «Маркетинг для профессионалов»).

Слова благодарности

Большое спасибо за возможность развиваться молодому специалисту! Люблю МГУ) Надеюсь поступить к вам на второе высшее!!