

# Marketing pro restaurace v covidové krizi

Současná situace nepřeje mnoha odvětvím, na které tvrdě dolehla opatření vlády. Ale asi nejvíc zasaženými jsou restaurace a další gastro provozy. Sám mám několik přátel, kteří provozují restaurace nebo bary a moc rád bych jim alespoň radou a zkušenostmi trochu pomohl. Věřím, že tyto rady mohou pomoci nejen mým přátelům, ale i dalším. A proto dávám k dispozici tento dokument.

Níže je soupis činností, které je vhodné dělat, aby restaurace získala více zákazníků. I když je mým oborem internetový marketing, dovolím si přidat i několik “neinternetových” tipů. Seznam je rozdělen na ty, které jsou zdarma a pak na ty, kde je potřeba investovat nějakou tu korunu. Ale i v případě placené propagace není potřeba vydávat horentní sumy, výše rozpočtu záleží na možnostech každého podniku. Snažil jsem se rady sepsat co nejjednodušeji a zbytečně nezabíhat do podrobností.

## Marketing na internetu

Marketing na internetu je široký pojem a mnoho nezkušených se jej bojí. A musím říct, že oprávněně. Přece jen při nesprávném nastavení placených kampaní se dá velmi snadno a rychle přijít o hodně peněz. Ale také tu jsou možnosti, jak dělat internetový marketing zcela zdarma a svépomocí. Tady je několik možností, které by v současné době měli provozovatelé restaurací a podobných gastro zařízení udělat.

## Ale než se pustíte do marketingu

Dejte si dohromady, co vlastně můžete svým zákazníkům nabídnout. Je potřeba se současnou situaci přizpůsobit a přijít třeba i s něčím novým. Nabídka poledních menu nebo vaření běžných jídel přes den ani nebudu zmiňovat. Ale co se zamyslet nad upravením nebo rozšířením nabídky.

## Rozšíření nabídky o:

- snídaně s sebou
- balíčky jídel na celý den (snídaně, svačiny, oběd, večeře)
- jídla pro různé druhy stravy (bezlepková, vegan, vegetarián, keto, atd.), případně pro speciální diety z důvodu zdravotního stavu (carnivore, žlučníkáři, atd.)
- speciální nabídka jídel pro děti
- speciální nabídka pro důchodce (např. včetně roznášky)
- roznášku/rozvážku jídel po okolí
- a určitě vás napadnou jiné druhy nabídky

## Akční nabídky

- sleva při objednání obědů na celý týden
- při objednání dvou jídel dezert zdarma
- výprodej obědových menu po 14. hodině
- toto jsou jen příklady a vás určitě napadne mnoho dalších možností

## Pojďme propagovat

Pokud máme výše zmíněné body nabídky rozmyšlené a smysluplně sepsané, můžeme se vrhnout na její propagaci. Ale přece jen pro jistotu se vrátím k termínu “smysluplně napsané”, zde je pár doporučení:

- vyhnul bych se nějakým urážkám na současný režim, na politiky, na kohokoliv...
- psát gramaticky správně
- nedělat zbytečné vykřičníky
- text napsat srozumitelně i pro méně chápavé :)
- zbytečně se nepouštět do dlouhých románů

## Kroky k lepší propagaci podniku

Tyto kroky nejsou zárukou, že se zvednou tržby o 10, 20, nebo 50 %. Ale pokud tyto kroky uděláme a budeme je následně dělat i pravidelně, ponese to své ovoce. Navíc jsou to věci, které nezaberou moc času a nejsou k nim potřeba žádné speciální dovednosti.

1. Sepsat upřímnou výpověď o současné situaci restaurace a požádat v ní o podporu své současné zákazníky, ale i ty budoucí. V dnešní době, i když se to mnohdy nezdá, pořád existuje lidská solidarita. A jsem si jistý, že mnoho ze stávajících zákazníků velmi rádo podpoří svůj oblíbený podnik.
2. K této výzvě sepsat i současnou nabídku podniku jako je polední menu, možnost objednání jídel a vyzvednutí u okýnka a podobně (viz výše v “Rozšíření nabídky” a “Akční nabídka”).
3. Tyto výzvu a nabídku dát na web podniku, tedy pokud jej má. Pokud ne, jednoduchý, ale funkční a plně dostačující se dá vytvořit za pár dnů.
4. Výzvu s nabídkou publikovat na facebookovém profilu restaurace, opět pokud jej má. Pokud ne, rozhodně doporučuji jej vytvořit. Zabere to jen pár desítek minut.
5. Dále výzvu sdílet na Facebooku i na svém soukromém profilu (pokud jej máme) a zároveň požádat rodinu, přátele, známé, aby ji sdíleli i oni. Opět jsem si jistý, že spousta lidí toto rádo udělá a informace o restauraci se tak dostane k více lidem.
6. Najít na Facebooku skupiny, kde se shromažďují lidé z okolí podniku a zde publikovat výše zmíněnou výzvu s nabídkou. Například pokud je restaurace v městské části Brno - Lesná, na Facebooku je minimálně jedna skupina, kam pravidelně a často chodí obyvatelé z této části Brna. A určitě některé z nich vaše nabídka zaujme.
7. Využít firemní zápisy na Google Firmy, [firmy.cz](http://firmy.cz) (od [seznam.cz](http://seznam.cz)) a další zápisy na oborových portálech (např.: [menicka.cz](http://menicka.cz), [menubrna.cz](http://menubrna.cz), [zomato.com/cs/brno/](http://zomato.com/cs/brno/), atd.). Na těchto zápisech, například na Google, se dají uveřejňovat novinky, které mohou zaujmout hledající na těchto vyhledávačích. Opět pokud podnik nemá tyto zápisy, rozhodně doporučuji udělat. Pak se bude podnik zobrazovat i v mapách, jak na Google, tak na Seznamu. Vytvoření profilu je zdarma a zabere opět několik desítek minut.
8. Využívat k propagaci nebo spíše ke komunikaci se zákazníky i další sociální sítě jako je například Instagram nebo nyní tak populární TikTok. Jen je potřeba myslet na to, že na sociální sítě jako je Facebook, Instagram i Tiktok chodí lidé se bavit. A proto i publikovaný obsah by měl být zajímavý, nenudný, třeba i vtipný. Není třeba zde dávat jen akční nabídku či aktuální denní menu. Mnohem více zaujme třeba vtipná fotka, že se kuchaři povedl extra velký řízek :) Díky

tomu pobavíme fanoušky, ti tento obsah budou třeba sdílet dále a opět se o podniku dozví více lidí.

## Možnosti placené propagace na internetu

- PPC kampaně na Googlu a Seznamu - díky regionálnímu cílení můžeme pomocí těchto kampaní oslovit lidi z okolí restaurace. Například pokud někdo hledá na Googlu frázi “restaurace” nebo “restaurace Brno Lesná” nebo “polední menu”, může se mu zobrazit naše reklama vedoucí na web restaurace. Je ale potřeba kampaně nastavit opravdu správně. Při špatném nastavení mohou PPC kampaně utratit spousty peněz. Proto je lepší nechat jejich tvorbu a správu na někom zkušenějším. Přece jen nechcete se zobrazit někomu, kdo hledá frázi “restaurace” nebo “polední menu”, ale přitom je fyzicky na druhé straně republiky.
- Placená propagace na Facebooku - obdobně jako v předchozím bodě tímto způsobem můžeme oslovit potenciální zákazníky z okolí. A opět je potřeba si dát pozor na správné nastavení takto vytvořených kampaní.

## Možnosti propagace v offline světě

Jasně, internet je v této době velmi důležitý. Ale rozhodně není dobrá zapomínat i na staré, dobré a hlavně vyzkoušené postupy, které i dnes mohou fungovat. Jako například:

1. Každému, kdo si u vás koupí jídlo u okénka, dát dárek v podobě slevy na další objednávku.
2. Oslovit místní obecní úřad, zda by mohl vaši nabídku prezentovat ve svém papírovém nebo internetovém zpravodaji, popřípadě jinak (obecní rozhlas,...).
3. Oslovit místní firmy s nabídkou stravy pro zaměstnance.
4. Vytisknout si letáky a ty roznést do schránek v okolí nebo je rozdávat kolemjdoucím. Leták může obsahovat slevu na první nákup. Pokud člověk díky této slevě na první objednávku přijde, je velká šance, že bude chodit častěji nebo pravidelně. Ale to už je na vašich komunikačních schopnostech :)

5. Udělat speciální nabídku pro důchodce. Tato skupina našich spoluobčanů to v současné době také nemá vůbec lehké a budou vděční za speciální nabídku pro ně. Třeba včetně roznášky. A věřte, že pokud budou spokojení, řeknou si to mezi sebou a třeba tak získáte další zákazníky.
6. Nabídněte dárkové poukazy nebo předplatné - zákazník si koupí poukaz, tím vás v této nelehké době finančně podpoří a přijde jej k vám využít, až bude situace lepší a podniky budou opět otevřené.

## Na závěr

Dokument by tak nakynul na desítky stránek a u jeho čtení byste určitě usnuli :) Tato doba je složitá a hodně náročná, pro hodně lidí. A pro vás jako provozovatele restaurací a gastro podniků ještě náročnější. Ale věřím, že i tato krize se dá zvládnout. A věřím, že i vy se s ní dokážete vypořádat. Ale bez pomoci to nepůjde. Proto vám alespoň touto cestou chci vyjádřit podporu a trošku pomoci. Jak jsem zmiňoval na začátku, snažil jsem se vše popsat co nejjednodušeji a proto tu chybí podrobnější návody, jak jednotlivé kroky udělat. Pokud budete mít jakékoliv otázky k tomuto tématu, ochotně vám odpovím.

Zdeněk Hrabálek

E-mail: [info@zdenekhrabalek.cz](mailto:info@zdenekhrabalek.cz)

Web: <https://www.provozujemeeshop.cz>

Web: <https://www.zdenekhrabalek.cz>