**ІНСТРУМЕНТИ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В ПРОСУВАННІ ЗАКЛАДІВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ**

**INTERNET MARKETING TOOLS IN THE PROMOTION OF CATERING INSTITUTIONS**

Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. кафедри маркетингу

Кірносова Марина Василівна

Здобувач бакалавріату Наніш Юлія Іванівна

Supervisor: PhD, Associate Professor Department of Marketing

Kirnosova Maryna Vasylivna

Bachelor Nanish Yulia Ivanivna

***Анотація:*** *Репутація ресторану визначається не лише якістю кухні, але й маркетинговою стратегією, яка сприяє створенню позитивного образу бренда. Перш ніж спробувати страви, люди повинні знайти заклад та захотіти провести у ньому час. Оскільки більшість цільової аудиторії активно використовує Інтернет, вони шукають місця для відпочинку та харчування, переглядаючи огляди, рекомендації та відгуки.*

***Ключові слова:*** *Інтернет-маркетинг, просування, аудиторія, заклад громадського харчування.*

***Annotation:*** *A restaurant's reputation is enhanced not only by its cuisine, but also by its marketing strategy, which contributes to the creation of a positive brand image. Before trying the dishes, people have to find the place and want to spend time there. In addition, the majority of the target audience actively uses the Internet, they search for places to relax and eat by looking at reviews, recommendations and reviews.*

***Keywords:*** *Internetmarketing, promotion, audience, cateringestablishment.*

Інтернет-маркетинг - це ключ до просування бренду, послуги чи продукту онлайн. Використовуються різні канали для залучення аудиторії.Цифровий маркетинг не обмежується лише рекламою, він націлений на активну взаємодію та комунікацію з аудиторією.

Інтернет-технології стали невід’ємною частиною життя людини. Навіть, одна з назв покоління 1995-2010 рр. народження - «digital natives», цифрове покоління. Це активні користувачі Інтернету та соціальних мереж в частковості. Вони народилися вже у цифровому світі, при його активному розвитку. Тому ці технології органічно поєднуються з їх життям. А у наступного покоління «альфа» (2010-2012 рр. народження) залучення цифрових технологій вже ще більше проявляється у житті та буде впливати й далі на їх споживацьку поведінку.[1]

Розглянемо використання цифрових технологій у просуванні закладів громадського харчування.

Email та SMS маркетинг надає можливість формувати базу даних відвідувачів та повідомляти їх про нові можливості, акції й пропозиції, що дозволяє залучити клієнтів для повторних замовлень. Цей метод є відносно недорогим, але ефективним. Головне — уникати перетворення розсилок на рутину. Для цього важливо надсилати повідомлення лише тоді, коли маєте що сказати, і бути максимально лаконічними.

SEO сайту спрямований на залучення користувачів, які шукають заклади в Google. Для цього потрібно оптимізувати сайт під релевантні пошукові запити, зокрема на пошукові фрази з вказанням локації (назви міста, району, вулиці тощо). Швидкий сайт з мобільною версією, унікальний та корисний контент, оптимізовані метатеги та якісний блог — важливі елементи стратегії SEO.

Соціальний медіа маркетинг (SMM) важливий для ресторанів через широке використання соціальних мереж користувачами різних вікових груп. Деякі клієнти навіть не цікавляться відвіданням сайту ресторану, а звертаються безпосередньо до його сторінки в Instagram або Facebook. Важливо забезпечити регулярну публікацію якісного контенту та налагодити ефективну комунікацію з аудиторією, включаючи реагування на запитання та критику у соціальних мережах, що може значно підвищити репутацію закладу. Створення вірусних постів дозволить користувачам безкоштовно поширювати їх, що приверне нових потенційних клієнтів.

Google Ads може бути швидким способом привернути зацікавлених клієнтів. Отримати перші результати від SEO може зайняти кілька місяців, а залучення клієнтів через соціальні мережі також вимагає часу. Контекстна реклама через Google Ads надає можливість налаштувати цільову аудиторію, забезпечуючи високий рівень прибутковості інвестицій.

QR меню стало популярним інструментом комунікації з відвідувачами, особливо під час пандемії COVID. Воно дозволяє доступатися до меню для сканування офлайн, а подальший досвід користувача розвивається онлайн. QR меню дозволяє оптимізувати процес обслуговування та звільнити персонал, що робить його важливим інструментом для ресторанів.

Отже,просування закладу в Інтернеті є необхідністю в умовах сьогодення. За допомогою інструментів цифрового маркетингу можна розширити аудиторію закладу, отримати лояльних споживачів, успішно налагоджувати комунікацію із ними,розвивати бізнес. Використання різноманітних інструментів інтернет-маркетингу, таких як email та SMS розсилки, SEO оптимізація сайту, соціальні медіа кампанії та контекстна реклама тощо, дозволяє створити високоефективну комунікаційну стратегію. Кожен з цих методів має свої переваги і може допомогти залучити увагу та збільшити клієнтську базу. Усі ці заходи дозволяють ресторанному бізнесу не лише привернути увагу нових клієнтів, а й підтримувати та розвивати відносини з вже існуючими, що відіграє ключову роль у формуванні позитивної репутації та успіху компанії.

**Список використаної літератури:**

1. Кірносова М. В. Проблема автентичності брендів в умовах цифрової трансформації суспільства. *Цифрова трансформація та цифрова економіка в умовах воєнного стану: аспекти інтелектуальної власності*. Збірник матеріалів V Всеукр. наук.-практ. конф. з проблем економіки інтелектуальної власності, 27 травня 2022р., Київ : Науково-дослідний інститут інтелектуальної власності НАПрН України, 2022. С 106-110.