

أهم سبع خطوات في الحملات الإعلانية الخاصة بالمطاعم

المقدمة:

يُعد التسويق الجيد من أهم عوامل نجاح أي مشروع، فهو الذي يصل بالمشروع إلى الجمهور المستهدف ويساعد على استقطابهم لتحقيق النجاح. ويصاحب التسويق الجيد خطط تسويقية جديدة مدمجة مع أفكار ترويجية للمطاعم من أجل اقناع الجمهور وجذب انتباهه خاصة عند دخول سوق مزدحم.

والأمر لا يتوقف مع التسويق على افتتاح المكان كمعظم الخطوات، فهو يصاحب المطاعم على مدار عملها ويتوجب خلق أفكار ترويجية لزيادة مبيعات المطاعم من خلال خطط تسويقية مستمرة تتناسب مع المكانة التي وصل إليها أي مطعم وكل مرحلة. ولعل التسويق الناجح في أغلب الأحيان، يكون التسويق المجنون الذي يحمل أفكارًا غريبة لجذب الجمهور وحثهم على تجربة ما يقدمه المطعم.

جدول المحتويات:

1. الربط بين التسويق الالكتروني والمطاعم.
2. كيف نزيد من مبيعات المطعم.
3. الحملة الاعلانية لتسويق المطعم.
4. أكثر الطرق فعالية في تسويق المطعم.

1.الربط بين التسويق الالكتروني والمطاعم:

لنقوم بتعرفة أن المطعم ما هو إلا منتج مثله مثل أي منتج , فإذا كان التسويق ناجح للمنتج فستنجح وإذا كان التسويق سيء فستفشل به, لنفترض أن كامل الأمور التسويقية جيدة وتحتاج للخطة لتبدأ بالعمل والتنفيذ, التسويق للمطعم هو ليس تجارة الكترونية, المطعم يحتاج من

ستة أشهر إلى سنة كخطة تسويقية, يجب عليك أن لا تتوقع حصد الأرباح من الشهر الأول, ويجب أيضاً أخذ بعين الاعتبار التكاليف الموضوعة في الميزانية لحساب تلك التكاليف التسويقية المترتبة خلال الأشهر أو السنة الأولى, قد يهمك الاطلاع على أهم ٤ خطوات لاحتراف التسويق على انستقرام

1. القاعدة الأولى:

لا تقوم بالتسويق لك عن أنك أطيب مطعم مثلاً, لكن قم بشهرة جودة الطعام المقدم.

1. القاعدة الثانية:

معرفة مدى تحمل منتجك للتصوير؟

بمعنى أن المنتج هل هو مرن أم لا عشان تعدل عليه وبخصائصه وهذا الشيء يتطلب منك تصوير وتسويق له بشكل كبير , من خلال هذه الحركة سوف تكسب عملاء من خلال التصوير.

1. القاعدة الثالثة :

استعن بخبير تسويق لإنشاء الحملات التسويقية على منصات السوشال ميديا.

1. القاعدة الرابعة:

تحلى بالصبر وخذ نفساً عميقا في تحملك للنتائج ساء كانت ايجابية أو سلبية لأن ذلك جزء من الخطة التسويقية لمطعمك.

ملاحظة: اختر المنصة الاجتماعية المناسبة لتسويق خدماتك وينصح في حال مطعم أن تختار منصة الانستقرام, اختيار المنصة يعود إلى تحديد الجمهور المستهدف والبلد الذي أنت فيه والثقافة المتبعة في البلد الذي تسوق له.



2.كيف نزيد من مبيعات المطعم:

يهتم ملاك المطاعم بالجانب الإداري أكثر من الجانب التسويقي. ظنا منهم ان الادارة الداخلية للمطعم هي الأهم ولكن هذا ليس صحيح. وذلك لأن طرق زيادة المبيعات في المطاعم متوقفة على تطبيق الشق الإداري والتسويقي سويا فى آن واحد. فكيف يمكن زيادة المبيعات من خلال المطعم فقط دون اتباع خطة تسويقية تجذب العميل الى المكان. ربما يملك المطعم الخبرة الكافية فى التعامل مع الزبون. ولكن ليس لديه زبائن نتيجة عدم تواجد خطة تسويقية لجذب العملاء. سوف نوضح اهم الافكار التسويقية واهمية تواجد خطة لزيادة جذب العملاء إلى المطعم, قد يهمك الاطلاع على المقارنة في بناء المتاجر الالكترونية

1.المسابقات والهدايا:

عمل المسابقات بين الحين والآخر من الأشياء الجيدة المحببة لدى الزبائن. والاحتفال بالمناسبات والأعياد العامة مع الجمهور بعمل عروض فى المناسبات وتخفيض الاسعار او توزيع هدايا على العملاء ليصبح مطعمك جزء لا يتجزأ من احتفاله بهذه المناسبات.

2.كوبونات وخصومات:

تعتبر من أفضل الأفكار التسويقية التى يعتمد عليها الكثير من المطاعم، لذلك يمكنك اتباعها مع زبائن المطعم أي الجمهور القديم واعطائهم كوبونات ونقط خصم خاصة بهم. بالإضافة الى عمل عروض مختلفة خاصة بالزبائن الجدد.

3.استخدم خريطة الموقع لعنوانك:

يعتبر إضافة مطعمك على خرائط جوجل من العوامل المؤثرة التي تسرع وتسهل من وصول الزبائن اليك دون عناء فهى من اهم الافكار المساعدة تسويقيا.

4.التدريب الاحترافي لفريق العاملين بالمطعم:

فريق العمل المحترف من أهم عوامل زيادة المبيعات عندما يشعر العميل بالترحيب والاحترافية فى التعامل، والحصول على ما يريد في الوقت المحدد. وعندما يشعر انه فى بيته الثاني هنا يكمن

النجاح وتوليد الرغبة لدى العميل بتكرار الزيارة الى مطعمك مرة أخرى مما يؤدى إلى زيادة نسبة المبيعات.

5.الاهتمام بخدمة التوصيل والطلب عبر الانترنت:

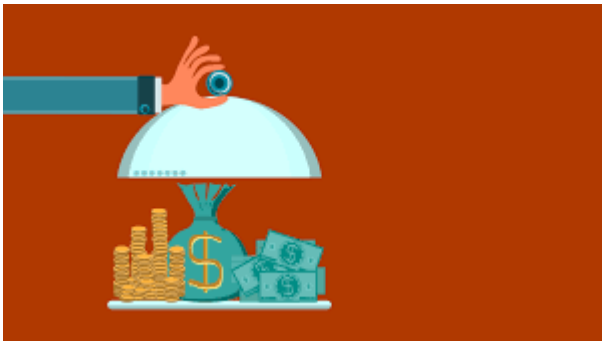
لا شك أن وصول العميل إليك عن طريق الانترنت اصبح اكثر الطرق انتشارا وأكثرها نفعا فى طرق زيادة المبيعات في المطاعم، كما يمكنه الوصول والطلب عن طريق:

- الصفحات الرسمية للمطعم المتواجدة على وسائل التواصل الاجتماعي.
- او من خلال تطبيق خاص يحمل اسم مطعمك يمكنك اغتنام هذه الفرصة وزيادة مبيعاتك بنسبة تصل إلى 20% عن طريق الاشتراك فى خدمة اطلب طعامك اونلاين من فودو والحصول على تطبيقك الخاص.

- السرعة في توصيل الطلبات هى من اهم العوامل التى تؤدى الى النجاح واكتساب رضاء العميل فيصبح من العملاء المتكررين مما يزيد المبيعات. توفر فودو ايضا تطبيق دليفرى بوى الذى يسهل عليك متابعة فريق خدمة التوصيل الخاص بك.

6.التجديد والاهتمام بقائمة المطعم:

- التجديد المستمر وإضافة أصناف جديدة الى قائمة الطعام بشكل دوري، هي إحدى طرق جذب انتباه العميل ويخلق الرغبة فى التجربة.
- فن تنسيق وتصميم قائمة الطعام من أهم الأشياء التى تلفت الانتباه للعميل ويوجد أفراد متخصصون فى إعداد قوائم الطعام.
- يمكنك وضع اهم الاصناف التى ترغب بالتركيز عليها وزيادة مبيعاتها فى الجزء العلوى يمين القائمة لأنه من اكثر النقاط التى تجذب انتباه الزبون.



3.الحملة الاعلانية لتسويق المطعم:

يختلف إنتاج إعلان واحد عن إنشاء حملة إعلانية مكثفة، فالإعلان الواحد لمنصة أو وسيلة إعلانية واحدة لن يحقق نتائج كافية على الأرجح، كما سيكلف أكثر بكثير من إنتاج مجموعة أفكار حملات إعلانية والتعاقد على نشرها على منصات ووسائل إعلانية مختلفة على فترة زمنية محددة، فالحملة الإعلانية تصل إلى جمهور واسع وتزداد احتمالية تكرار ظهورها للشخص نفسه، ما يعني نسبة أكبر في تحقيق الأهداف, قد يهمك الاطلاع على كيفية نجاح المتاجر الالكترونية

إليك بعض الخطوات الناجحة لإنشاء حملة إعلانية:

1.حدد أهدافك:

لتحديد الأهداف فوائد عديدة، منها المساعدة في تقييم نتائج الحملة فيما بعد بشكل فعال، والتأكد من السير على الخطة التسويقية الموضوعة وفقًا لجدول زمني محدد حتى الوصول لتحقيق الأهداف، والتأكد من مواءمة جميع جهودك والتأكد من أن فريق العمل على الطريق نفسه.

2.حدد الميزانية:

هناك حملات إعلانية كبيرة للغاية ويُنفق عليها ملايين الدولارات، وحملات إعلانية أخرى بميزانيات محدودة، وإذا لم تحدد ميزانيتك بدقة، فقد تنفق أضعاف ما يستطيع عملك تحمله. لهذا، فالتخطيط وتحديد الميزانية بحكمة يساعدك على تحقيق أهدافك بأقل تكلفة ممكنة، ويساعدك على اختيار الوسائط الإعلانية الأنسب.

3.حدد جمهورك المستهدف:

من هو العميل المثالي لمشروعك؟ سؤال في غاية الأهمية ويحتاج لإجابة مفصلة ودقيقة وناتجة من دراسات وأبحاث للسوق والجمهور المستهدف، فلا يوجد إعلان أو حملة إعلانية موجهة لجميع الناس، فلن يهتم الجميع بمنتجك أو خدماتك، ولكن يمكن تقديم حملة إعلانية لمجموعة متنوعة من الخصائص الديموغرافية للجمهور.

4.اختر الوسائل الإعلانية:

بعدما حددت جمهورك المستهدف وقسمته إلى شرائح وفقًا لخصائصه المختلفة، جاء الآن دور اختيار الوسيلة الإعلانية الأنسب لمخاطبته عليها لتحقيق أفضل نتيجة، وذلك وفقًا لاهتماماته المختلفة ومقدار تواجده عليها، مع مراعاة الميزانية التي حددتها في البداية، ومحاولة تقسيمها على الوسائل الإعلانية لتغطية معظم القنوات والوسائط التي يتواجد عليها جمهورك قدر المستطاع في حدود الميزانية.

5.أنشئ المحتوى الإعلاني:

وفي هذه المرحلة ستبدأ العمل الفعلي على محتوى الحملة الإعلانية من تصاميم مختلفة ومحتوى مكتوب ومسموع ومرئي وفقًا للوسائل والمنصات الإعلانية المختارة، وهنا لا بد وأن تراعي خصائص كل وسيلة إعلانية وطبيعة جمهورها، سواء في طبيعة التصميمات أو حجم الصور وطول الفيديوهات

المختارة وطبيعة النص المكتوب أو المنطوق المصاحب للفيديو أو الصور في الحملة الإعلانية.

6.أطلق حملتك الإعلانية:

حان الآن وقت نشر حملتك الإعلانية على المنصات والوسائل المختارة، مع مراعاة التوقيت الأنسب لنشر الحملة على كل وسيلة ومنصة إعلانية وفقًا لطبيعة الوسيلة والجمهور المستهدف، ولا بد من أن يتزامن النشر على كل المنصات في توقيت واحد، لتظهر الحملة الإعلانية بشكل مكثف للجمهور، فإذا اخترت الإعلان على شاشات التلفاز من ضمن وسائلك الإعلانية، فعليك اختيار التوقيت الذي يتركز فيه جمهورك أمام التلفاز واختيار الإعلان أثناء برامجهم المفضلة لتضمن وصول الإعلان إليهم.

7.تتبع النتائج وسجل الملاحظات:

لم ينتهي دورك عند نشر الحملة الإعلانية، ولكن عليك مراقبة مؤشرات الأداء الرئيسية وفقًا للهدف الموضوع في بداية حملتك، وهنا تحتاج لإنشاء التقارير بانتظام حتى تتمكن من الحصول على رؤية حقيقية حول التقدم والأداء، ويجب أن يكون لديك أرقام ثابتة تشير إلى ما نجح وما لم ينجح، بغض النظر عما إذا كانت حملتك قد انتشرت بسرعة أو تعثرت.



4.أكثر الطرق فعالية في تسويق المطعم:

1.قم بإنشاء هوية للمطعم والقصة الخاصة التي تأتي من الاسم والشعار والمكان:

كما ذكرنا آنفًا، فإن تدشين هوية للمطعم من اسم وشعار يرفع من جاذبية المطعم ويزيد من احتمالية تذكر الجمهور له باستمرار، وما يرفع من قيمة هذه الهوية القصة المصاحبة لها والتي دائمًا ما تبدأ بجملة تصبح جزءًا من المكان وقصته؛ فعلى سبيل المثال إذا كان هناك مطعم للوجبات السريعة يعتمد على توصيل الطعام فقط، فربما يستخدم شعارًا مثل "معاك في كل مكان" أو "معنا انسى الجوع". وهذه المقولة أو الشعار الخاص ستجعل الجمهور يتذكر المطعم بمجرد ذكرها، وبذلك فهي القاعدة التي تُبنى عليها العملية التسويقية إن صح التعبير, قد يهمك الاطلاع على كيفية التسويق عبر منصات التواصل الاجتماعي

2.وسائل التواصل الاجتماعي:

أصبحت شبكات أو وسائل التواصل الاجتماعي جزءًا لا يتجزأ من أي عملية تسويقية، لأن ما تقدمه من سرعة وصول للجمهور وآلية لاستهداف الفئة المطلوبة يتجاوز ما تقدمه الوسائل التسويقية

الأخرى لاسيما الكلاسيكية منها. وبذلك فإن أي خطط تسويقية للمطاعم من المفضل أن توفر أفكار لجذب الجمهور قبل عملية الافتتاح من خلال عبارات ترويجية جديدة ومبتكرة.

إن أهم وسائل التواصل الاجتماعي هي:

• الانستقرام:

ربما عند الحديث عن المطاعم، فإن انستغرام تعتبر المنصة الأمثل لما تقدمه من خيارات مساعدة، مثل سرعة الانتشار، إمكانية إضافة الصور، إضافة مقاطع الفيديو، أو حتى القدرة للوصول للجمهور المستهدف.

• فيسبوك:

الشبكة الأكثر انتشارًا في العالم، لكنها مناسبة في أسواق محددة أكثر من غيرها. وبالرغم من ذلك، فهي مؤثرة إلى أبعد درجة على نتائج المطاعم لما تقدمه من خيارات لإنشاء صفحات خاصة وإمكانية وصول المحتوى لأكبر عدد ممكن من خلال التفاعل على المنشورات أو حتى عند استخدامها للإعلانات.

• تيك توك:

سرعة انتشار رهيبة حققها تطبيق تيك توك خلال الفترة الماضية، ولعل آلية عمل التطبيق وخوارزميات الذكاء الاصطناعي فيه جعلا من إمكانية الوصول للجمهور أسهل.

• تويتر:

منصة مهمة لنشر وتسويق الوصفات المبتكرة والصورة المميزة، وهي منصة تمكن من استهداف بعض الفئات بطريقة مثرية.

ويجدر القول إن استخدام الوسوم "الهاشتاغ" في المنشورات على جميع الشبكات الاجتماعية، يُعد عاملًا أساسيًا للوصول إلى الجمهور المستهدف.

فعندما يكون هناك مطعم بيتزا، فمن الأفضل استخدام وسوم مثل "# بيتزا – #بيتزا-مارغريتا" وغيرها بما يتوافق مع والطعام.

3.طرح مسابقات عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

ترفع المسابقات من قيمة التفاعل في أي مكان، لكن على شبكات التواصل الاجتماعي يتضاعف هذا التفاعل، وهو ما يساهم في تسريع انتشار اسم المطعم، وبالتالي الوصول إلى أكبر قاعدة جماهيرية.

4.الإعلانات:

تساعد الإعلانات دائمًا في لفت نظر الجمهور، سواء الجمهور القديم وتذكيره بالمكان أو الجمهور الجديد من أجل استقطابه لأول مرة.

وتشمل الإعلانات عدة أنوع بين النوع المرئي، والمطبوع مثل اللافتات والإعلانات الورقية، وإعلانات شبكات التواصل الاجتماعي

5.أنشاء موقع الكتروني:

رغم أن معظم المطاعم حاليًا تركز على الشبكات الاجتماعية، إلا أن إنشاء موقع إلكتروني يرفع من قيمة المطعم أمام الجمهور، كما أنه يسهل على الجمهور الوصول إلى جميع الشبكات الاجتماعية من خلال تضمينها فيه، وإمكانية وصولهم إلى قائمة الطعام، وغيرها من الأمور.

وكذلك يضع وجود الموقع الإلكتروني فكرة في ذهن الجمهور بأن هذا المطعم يملك إمكانيات عالية، وبالتالي يعزز من قبولهم.

6.تحسين محركات البحث لدى الموقع:

إذا توفر الموقع الإلكتروني، فمن المهم النظر في قدرته على المنافسة في محركات البحث والوصول أسهل للمستخدمين من خلال تحسين الـ (SEO)، وهو ما يساعد الجمهور بالوصول مباشرة للموقع بمجرد البحث في جوجل.

ويمكن القول إن إضافة مدونة داخل الموقع للحديث عن الطعام والمطعم يساعد بوصول الجمهور أسرع من خلال محركات البحث.

7.بناء تطبيق خاص:

المطاعم الكبيرة أصبحت تطلق تطبيقاتها الخاصة، حيث أن تلك التطبيقات تساعد الجمهور على التعرف عما تقدمه المطاعم وأسعارها وتتيح إمكانية الطلب منها بسهولة عبر الإنترنت، وهي خطوة مهمة لاكتساب فئة جديدة ربما لا تفضل الذهاب للمطاعم نفسها.

8.توصيل الطعام:

تعزز خدمة توصيل الطعام من إمكانية استقطاب فئة من الجمهور – أولئك الذين لا يفضلون الذهاب للمطاعم. وهو ما يوفر زيادة بالمبيعات دون تقديم خدمات إضافية للجمهور عند حضورهم للمكان ويقلل الضغط على فريق العمل خاصة في فترات الازدحام.

9.الحصول على مراجعات حول المكان:

تشجيع الجمهور على كتابة مراجعاتهم حول المكان على شبكات التواصل أو جوجل يعني إثبات وصول الجمهور للمكان وتجربتهم وجبات مختلفة، وبالتالي يسهل على الفئة التي لم تجرب المطعم من تجربته.

10.الرد على المراجعات:

يعبر الرد على مراجعات الجمهور عن اهتمام المطعم بزبائنه وحرصه على تحسين تجربتهم باستمرار، وهو ما يشجع بجذب المزيد منهم.

11.إضافة معلومات خاصة بالمطعم على خرائط جوجل ومحرك البحث نفسه:

إضافة معلومات الموقع على جوجل يصادق على وجوده فعليًا خاصة عند إضافة معلومات المكان على خرائط جوجل، ما يجعل من وصول الجمهور للمكان أسهل.

12.التسويق ع طريق المؤثرين:

يُعد التسويق عبر المؤثرين من أحدث الطرق القوية للتسويق، فهو يعبر عن قصة تجربة حقيقية يراها الجمهور أمامهم، وبالتالي تنعكس ثقتهم بالشخص على ثقتهم ما يقدمه المطعم، ما يرفع من إقبال الجمهور عليه.

الخاتمة:

إذا كنت ترغب في الاستعانة بأي من شركات التسويق الإلكتروني و إعلانات سوشيال ميديا المحترفة يمكنك التواصل مع فريق بصمة محارف حيث نقدم لكم مجموعة من المتخصصين في خدمات تصميم المواقع الإحترافية وخدمات السوشيال ميديا والسيو، و العديد من خدمات التسويق الرقمي المتنوعة. سارع بالتواصل معنا عبر منصاتنا الرقمية المختلفة، أو قم بزيارة موقع بصمة محارف الرسمي على الإنترنت.

مقالات قد يهمك الاطلاع عليها عبر مدونتنا:

تصميم مواقع الانترنت.

تطوير تطبيقات الهاتف الذكي.

الدليل المبسط عن مفهوم التسويق بالمحتوى.

التسويق عبر محركات البحث.

© 2021 Digitsmark. All Rights Reserved.

