

Креативне меню як маркетинговий інструмент ресторану

В сучасному світі стрімкий розвиток ресторанного бізнесу неможливо не помітити. Зараз, щоб втриматися на цьому ринку, вже мало просто існувати, з'явилась гостра необхідність виділитися і дивувати. У клієнтів з'явився надзвичайно великий вибір, і чи обере він саме твій заклад, чи піде до конкурента, залежить від того, наскільки ти привернеш його увагу. Людині стало мало простого, це пропонують майже всі, вона хоче вражень. Для представлення товару в ресторані використовують меню. Через меню ресторани пропонують для споживачів повний перелік страв та напоїв, що подають в закладі. Відповідно, меню є засобом комунікації, через який ресторанне господарство презентує пропоновані страви та напої.

Зазвичай перше, що клієнт бачить перед очима після того, як сідає за стіл, це меню. І саме цей момент деякі ресторани та кафе використовують, щоб запам'ятися і полюбитися. Бо у більшості закладів меню має дуже простий стандартний вигляд та неясковий дизайн. Це чудова можливість виділитися, бо креативний підхід до будь-чого завжди може змінити правила гри.

Варіації таких меню закінчуються там, де закінчуються межі людського креативу. Вони можуть бути абсолютно різними, використовувати різноманітні кольори, фото, стилістичні оформлення та рішення. Саме меню може бути різних форм та складатися з різних матеріалів: паперу, картону, газетного паперу, їх комбінацій тощо. Також часто змінюються назви самих страв і напоїв, їх можуть доповнювати цікавими авторськими назвами, рідко змінювати повністю.

Деколи таке меню можна зустріти в онлайн форматі, це або копія фізичного меню, або окремо створений сайт із схожим чи таким самим дизайном. ЗРГ може використовувати як обидва варіанти меню, так і одне з них. Створення саме такого онлайн меню, хоча й потребує більше ресурсів, але має й більше плюсів. Один із них це універсальність, якщо будуть потрібні якісь зміни, замінити в електронному меню набагато простіше. Найбільший плюс у тому, що наявність креативного онлайн меню ще більше виділяє заклад серед конкурентів, адже більшість користуються типовими ресурсами для створення свого меню, які в подальшому мають абсолютно однаковий вигляд, і розрізнити їх буває дуже тяжко. А креативне меню одразу впізнається і викликає асоціації саме з цим закладом.

У цій ситуації головне баланс. Занадто заплутане та перенасичене меню може відштовхнути гостя. Важливо, щоб креативні ідеї доповнювали, а не перекривали зміст, щоб вибір страви був таким же простим, а вся інформація передавалася змістовно. Тому, якщо і створювати таке меню, то підходити до цього питання потрібно з повною відповідальністю і розумінням клієнта.

Займатися розробкою такого меню зазвичай довіряють професійним дизайнерам та креативним людям. Участь у цьому можуть брати також власник та персонал ЗРГ. Злагоджена та якісна робота над меню може дати саме той очікуваний результат.

При правильному використанні креативне меню це чудовий маркетинговий інструмент, його запам'ятовують та розповідають іншим. Воно стає «родзинкою» та причиною повернення гостя саме в цей заклад. Такі меню довше розглядають, приділяють їм більше уваги, що може збільшити середній чек.

Важливо розуміти, що креативне меню чудово працює разом із такою ж креативною подачею страв, дизайном інтер'єру та загальною концепцією закладу.

Меню з креативом здатне не лише прикрасити заклад, а й стати частиною його маркетингової стратегії. Воно працює як безперервна реклама, яка сама привертає увагу клієнтів. Люди фотографують його, діляться в соцмережах, залишають відгуки, і таким чином меню стає інструментом пасивного просування. Крім того, воно створює впізнаваний образ бренду, який вирізняє заклад серед конкурентів і формує у відвідувачів емоційний зв'язок із ним.

Список використаних джерел:

1. Колонтаєвський О., Гиря М. «Креативний маркетинг в готельно-ресторанному бізнесі», випуск 6 (145), 2018, С.50-53 URL: <https://eprints.kname.edu.ua/51920/1/5287-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-10660-1-10-20181221.pdf>
2. Устік Т. В. «Особливості креативного маркетингу в сфері готельно-ресторанного бізнесу». Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Менеджмент та маркетинг як фактори розвитку бізнесу». Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2024. Т. 1. С. 154-157.
3. Юрченко С. Колеснікова М. Черемська Т. «Сучасні підходи до розроблення меню закладів ресторанної індустрії», випуск 3, 2023.