

Применение инновационных PR-технологий для продвижения туристского продукта



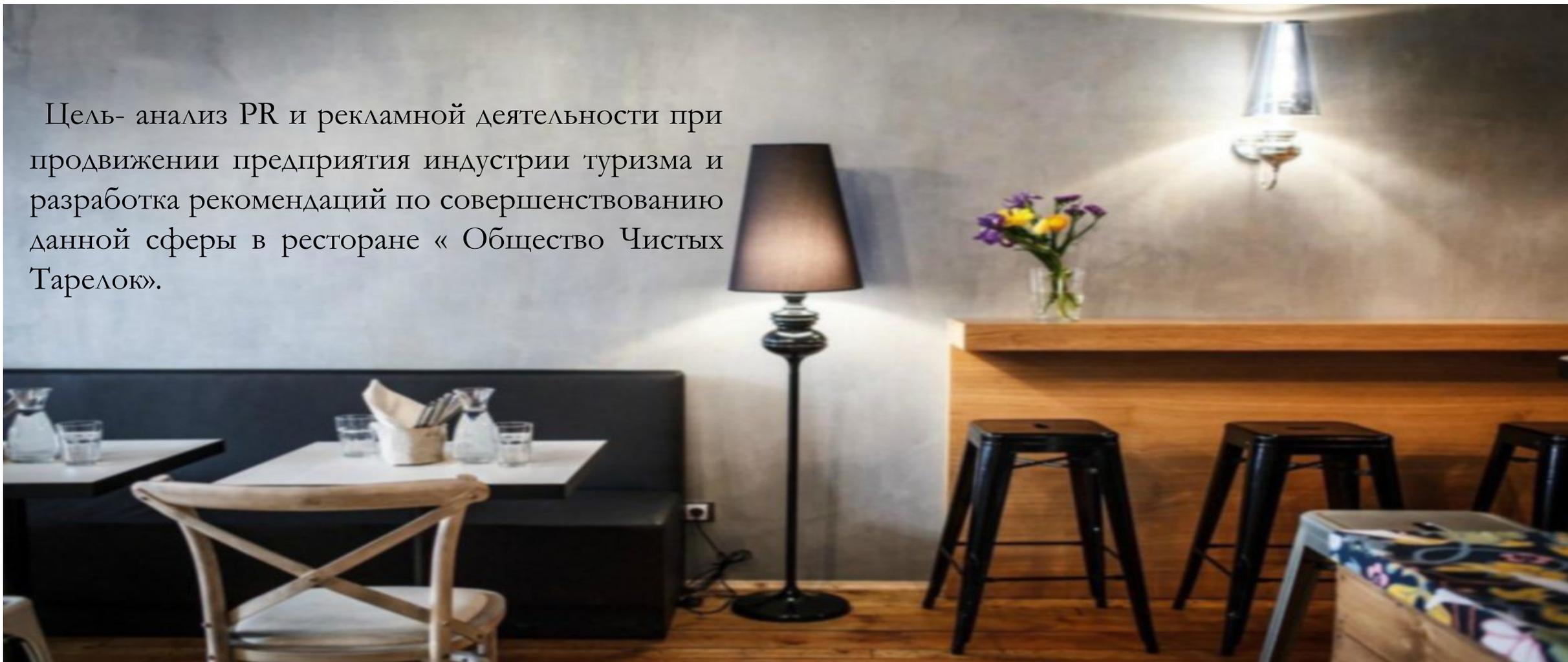
Студентка: Уткина Ксения Владимировна

Руководитель: докт. экон. наук, профессор,
Титов Антон Борисович

Группа: ТЗ-1401

Цели и задачи выпускной квалификационной работы

Цель- анализ PR и рекламной деятельности при продвижении предприятия индустрии туризма и разработка рекомендаций по совершенствованию данной сферы в ресторане « Общество Чистых Тарелок».





Задачи:

1. Изучить теоретические аспекты PR рекламной деятельности, этапы разработки программы грамотно выстроенной PR стратегии;
2. Изучить характеристику деятельности предприятия индустрии туризма «Общество Чистых Тарелок»;
3. Провести анализ конкурентной среды ресторана, изучить его потребительский сегмент;
4. Провести анализ проблем на предприятии индустрии туризма и найти пути их решения;
5. Провести анализ PR и рекламных технологий и разработать рекомендации по развитию PR и рекламной деятельности исследуемой организации.

Объект и предмет выпускной квалификационной работы

- **Объект** – ресторан «Общество Чистых Тарелок» (ООО «Общество Чистых Тарелок»)
- **Предмет** - PR- и рекламная деятельность в продвижении предприятия индустрии гостеприимства «Общество Чистых Тарелок».

Модель 7P

1. Product
2. Price
3. Physical Evidence
4. Process
5. People
6. Place
7. Promotion



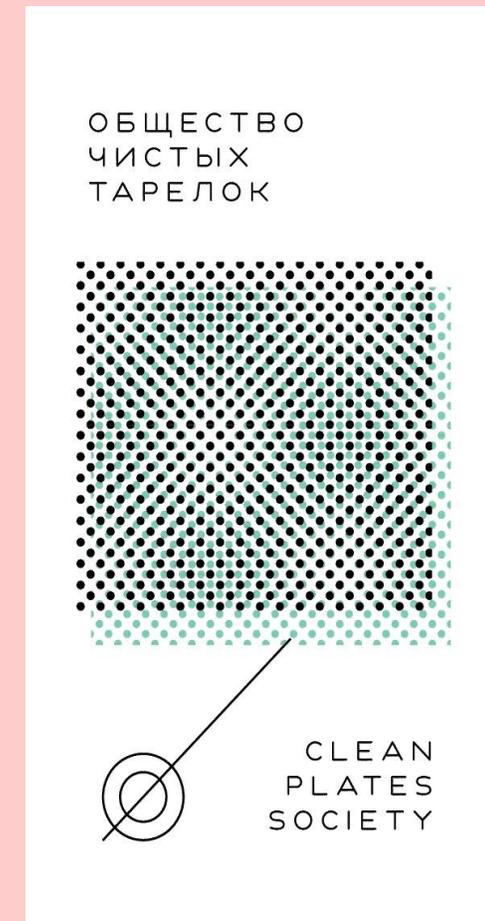


«PR- стратегия»

«PR-стратегия» - система, созданная для разработки и реализации строгого плана действий в рамках определенного проекта.

В PR-стратегии по продвижению ресторана можно выделить следующие основные направления:

- 1) Разработка концепции бренда самого ресторана;
- 2) Создание бренда шеф-повара и владельца ресторана;
- 3) Создание добавочных ценностей ресторана;
- 4) Проведение специальных мероприятий для привлечения внимания СМИ и потенциальных клиентов.





Поводы публикаций материалов в СМИ

Информационные	Смоделированные
Обновление сезонного меню, фестиваль национальной кухни, гастроли зарубежных шеф-поваров и т.д.	Информационно-развлекательные мероприятия, придуманные юбилейные даты, мифические события и т.д.





Миссия ресторана -
качество
предоставляемых
услуг нашим
рестораном всегда
должны превосходить
все ожидания гостя.

Ресторан «Общество чистых тарелок» — смелый эксперимент сообщества «Mishka».



Анализ конкурентной среды организации

Параметры	Ресторан «ОЧТ»	Ресторан «Пхали Хинкали»	Ресторан «Jerome»
Месторасположение	ул. Большая Морская, д. 28/13, лит.А	Большая Морская ул., 27	Большая Морская ул., 25/11, стр. А, эт. 1
Количество посадочных мест	70	100 (30 чел вместимость камерного зала)	70
Техническое оснащение ресторана	кондиционер, спутниковое телевидение, Wi-Fi, вход для людей с ограниченными возможностями, техническое оборудование для проведения мини конференций, пульт Dj, микрофоны	кондиционер, телефон, спутниковое ТВ, Wi-Fi доступ в Интернет	Кондиционер, Телефон, Телевидение, Бесплатный Wi-Fi

Кухня	Интернациональная (Паназиатская, Нордическая, Русская, Европейская)	Грузинская	Европейская, Итальянская
Залы	Один зал вместимость 70 человек	2 зала, камерный зал вместимость 30 чел	2 зала
Детская комната	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует
Парковка	Есть	Есть	Отсутствует
Наличие услуги продукции «на вынос», наличие службы доставки	Есть	Есть	Только при предварительном заказе
Средний чек без напитков	1000 рублей	650 рублей	1300 рублей



ОБЩЕСТВО
ЧИСТЫХ
ТАРЕЛОК


CLEANPLATESCAFE.COM
934 97 64

gorokhovaya, 13 saint petersburg
11^{am} to 1^{am} daily

гороховая, 13 Санкт-Петербург
с 11⁰⁰ до 1⁰⁰ каждый день



CLEAN
PLATES
SOCIETY



SWOT- анализ ресторана «Общество Чистых Тарелок»

Сильные стороны	Слабые стороны
<p>Хорошее месторасположение (центр Санкт-Петербурга, находится на одной из пешеходных туристических троп).</p> <p>Развитая собственная структура ресторана.</p> <p>Удобство подъездных путей</p> <p>Ресторан отвечает всем стандартам санитарно-эпидемиологических служб.</p> <p>Высокий уровень безопасности гостей.</p> <p>Комплекс дополнительных услуг</p> <p>Контроль руководства за качеством услуг.</p> <p>Система скидок и лояльности</p>	<p>Текущая текучесть кадров</p> <p>Неудовлетворительное знание иностранных языков персоналом.</p> <p>Недостаточный опыт работы у части персонала.</p> <p>Слабая реклама отдельных объектов (Кейтринг)</p> <p>Отсутствие достаточной информации о постоянных гостях и их систематизация.</p>

Возможности	Угрозы
<p>Развитие навыков, умений и квалификации персонала отеля.</p> <p>Развитие более продуманной бонусной программы для постоянных посетителей.</p> <p>Улучшение качества предлагаемых услуг и в перспективе повышение уровня ресторана</p> <p>Применение инноваций в деятельности ресторана.</p> <p>Расширение круга сотрудничества с различными корпоративными клиентами.</p> <p>Повышение уровня сервиса</p> <p>Возможность совершенствования и расширения ассортимента услуг.</p> <p>Повышение качества предоставляемых услуг</p>	<p>Сезонная загруженность ресторана.</p> <p>Сворачивание деловой активности по причине глобальных изменений внешней среды.</p> <p>Вход на рынок нового предприятия общественного питания вблизи ресторана.</p> <p>Обострение конкурентной борьбы.</p> <p>Изменение цен на услуги, используемые рестораном.</p> <p>Копирование конкурентами стратегии по обслуживанию.</p> <p>Изменение потребностей и вкусов гостей.</p>



Анализ проблем на предприятии индустрии туризма и пути их решения

1. Текучесть кадров
2. Сложные физические условия
3. Безразличие к работнику со стороны некоторых руководителей
4. Отсутствие мотивации и стимулирования сотрудника
5. Отсутствие необходимого количества квалифицированного персонала
6. Проблемы высшего образования и слабый уровень английского языка
7. Отсутствие проведения обучающих тренингов для уже работающих сотрудников
8. Слабая реклама отдельных объектов (Кейтринг)
9. Отсутствие достаточной информации о постоянных гостях и их систематизация.

Перспективы развития и решение проблем

- систему вознаграждения, материального и морального поощрения;
- обогащение содержания труда, повышение интереса к работе;
- развитие персонала, предоставление возможности профессионально-квалификационного продвижения, планирования карьеры;
- улучшение социально-психологического климата в организации благодаря изменению стиля управления, поощрению индивидуальной и групповой инициативы, творчества и саморазвития;
- активное привлечение работников к управлению трудовыми процессами и т.д.



Разработка рекомендации по улучшению PR –деятельности ООО

«Общество Чистых Тарелок»

- формирование четкой стратегии PR-продвижения;
- повышение эффективности коммуникации с целевыми аудиториями;
- Event – management;
- повышение системы лояльности;
- формирование позитивного имиджа;
- увеличение потока клиентов;
- увеличение количества упоминаний в СМИ.

После постановки задач PR- и рекламной деятельности были предложены основные тактические шаги:

- разработка более современного официального сайта ресторана ;
- поиск эффективных каналов коммуникации;
- разработка медиаплана;
- поддержание активной работы с потребителями в социальных сетях;
- организация специальных мероприятий, их PR- и рекламное сопровождение.



Спасибо за внимание

!

