



Негосударственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Санкт-Петербургский университет управления и экономики»

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

Связи с общественностью в
ресторанном бизнесе
(на примере сети
«Пиворама»)

НАУЧНЫЙ
РУКОВОДИТЕЛЬ:
канд.соц. наук, доцент
**Пуринова Галина
Константиновна**

ВЫПОЛНИЛ
студент группы **1743**
5 курса заочного
отделения
**ММММММММ Владимир
Сергеевич**

Санкт-Петербург, 2016



Актуальность темы исследования

В настоящее время **любую акцию**, используемую той или иной компанией для информирования реальных, либо потенциальных потребителей о своих услугах или себе самой, можно называть акцией **продвижения**.

Однако **проблема** здесь состоит в том, что помимо информирования клиентов должна быть решена **задача убеждения** их сделать выбор в пользу услуг именно этой компании.

Поэтому политику продвижения следует основывать на системно-комплексном подходе к поиску и реализации способов продвижения.



Цель, объект, предмет исследования

Цель исследования состоит в том, чтобы на основе анализа практики связей с общественностью ресторана ООО «Пиворама» как базисного субъекта сформулировать практические рекомендации по совершенствованию данного процесса.

Объектом исследования является PR-деятельность ООО «Пиворама».

Предметом исследования является роль связей с общественностью в продвижении ресторанного бизнеса.



Задачи исследования

1. Изучить научную и методическую литературу по теме исследования.
2. Раскрыть функциональные характеристики и виды PR-коммуникации.
3. Рассмотреть основное содержание продвижения в ресторанном бизнесе.
4. Охарактеризовать деятельность ООО «Пиворама» на рынке ресторанных услуг.
5. Проанализировать инструменты продвижения ООО «Пиворама».
6. Выработать направления совершенствования PR-деятельности ООО «Пиворама».



Степень разработанности проблемы

Тема исследования получила довольно обстоятельное развитие в современной литературе.

Различные аспекты PR находят свое отражение в работах отечественных и зарубежных авторов, таких авторов как: Абанина С.П. Блэк С., Бочаров М. П., Варкута С.А., Гундарин М.В., Кузнецов В.Ф., Милл Р.К., Синяева Т., Чумиков А.Н., Почепцов Г.Г., Шарков Ф.И. и других.



PR в ресторанном бизнесе

- ☐ создание «уникальности» образа того или иного заведения;
- ☐ организация позитивного общественного мнения в целях наиболее успешного функционирования предприятия и повышения его репутации;
- ☐ функция управления, способствующая установлению и поддержанию общения, взаимопонимания и сотрудничества между организацией и общественностью;
- ☐ все виды деятельности ресторана, направленные на поддержание или улучшение отношений с любыми внешними организациями и контактными аудиториями.



Ресторан Пиворама

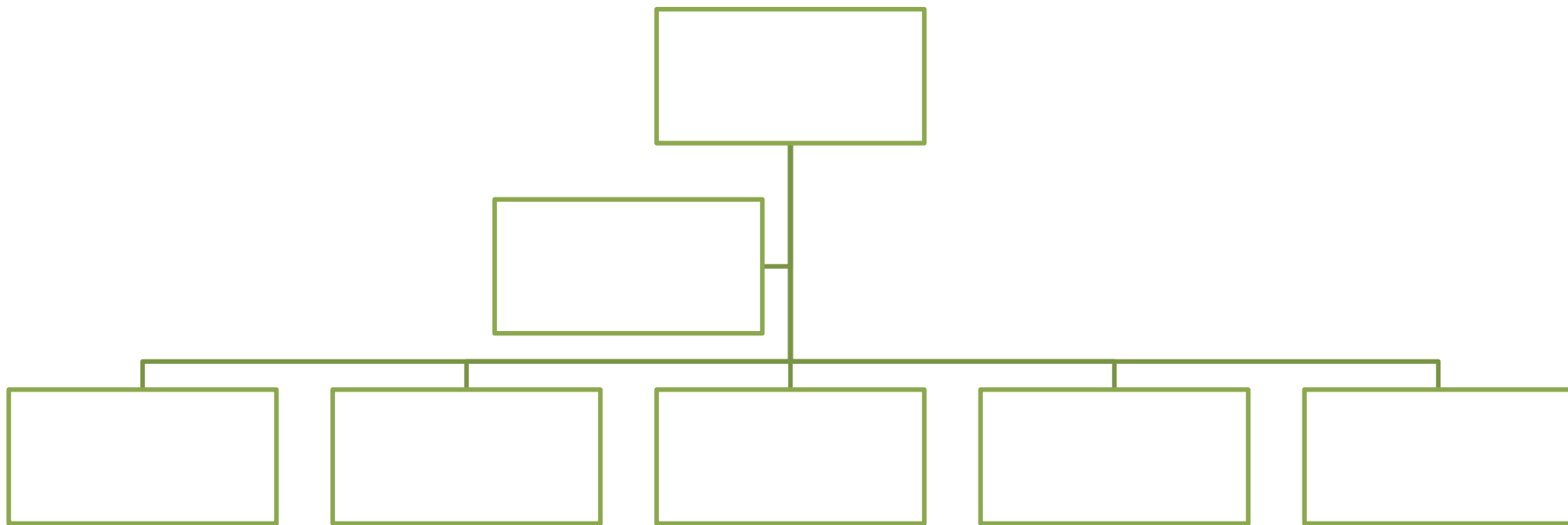
Концепция – предоставление услуг пивного ресторана населению наивысшего качества по конкурентным ценам, с серьезной кухней, правильной музыкой и знающим свое дело, заботливым персоналом.



В настоящее время функционирует 9 заведений, ежегодно увеличивается количество ресторанов на территории города.



Организационная структура



ООО «Пиворама» является крупной организацией использующей сетевую модель бизнеса. В штате компании находятся более двухсот человек. **PR-деятельность** осуществляют сотрудники **отдела маркетинга**.



Основные направления продвижения

- ☐ наружная реклама (рекламные щиты в метро);
- ☐ event-маркетинг;
- ☐ внутренняя реклама (сезонное меню);
- ☐ печатная реклама (флаеры);
- ☐ интернет- пространство (корпоративный сайт, реклама в социальных сетях).



Event-маркетинг

- ☐ **Концертные программы в ресторане с известными артистами (И. Корнелюк, Т. Буланова).**
- ☐ **Событие «Дисотека 80-х», которая пользуется популярностью среди потребителей ресторанной сети.**
- ☐ **Событие «Новогодний розыгрыш и поздравления от Деда Мороза».**
- ☐ **Корпоративные события – это открытие новых ресторанов сети или день рождения отдельных сетевых заведений.**



Дискотека 80-х



«Хватайте свои джинсовки и кислотные спортивные куртки, Пиворама закинет вас назад в 90-е!

5 февраля в 20.00 в Пивораме на ул. Белы Куна, 3 (ТРК "Международный") прогремит уже полюбившаяся всем Дискотека 90-х в Пивораме! Вспомним же те сладкие безбашенные времена, когда жвачка учила любви, а кассеты перематывали карандашом!

Вас ждут хиты Руки Вверх, Вируса и других "старых знакомых", веселые конкурсы с приятными призами и, конечно же, яркая атмосфера тех незабываемых лет. Если вы знаете, что нужно добавить в Инвайт, и угадаете мелодию Санта-Барбары с двух нот, то тогда Дискотека 90-х именно для Вас!



Корпоративные события



МЕНЮ БРОНЬ ДОСТАВКА

ЗИМНЕЕ МЕНЮ В ПИВОРАМЕ

←

... ЗИМА ...
НЕ ПОВОД ЗАМЕРЗАТЬ



ЗИМНЕЕ МЕНЮ

 Морковный торт со сливочным кремом Морковь, яйцо, сливки, мука, сливочное масло, сыр «Филадельфия», сахарная пудра, белый шоколад, топпинг, мята, цедра. 170г 210 руб. ЗАКАЗАТЬ	 Маковый торт с кокосовой стружкой Яйцо, сахар, мука, сливочное масло, грецкие орехи, колоко, крахмал кукурузный, ванилин, густенное молоко, кокосовая стружка, карамельный топпинг. 170г 210 руб. ЗАКАЗАТЬ	 Слоёный салат с куриным филе, грибами и сыром Картофель, морковь, шампиньоны, лук репчатый, куриное филе, сыр «Гауда», майонез. 240г 230 руб. ЗАКАЗАТЬ
 Грибы солёные со сметаной Грибы солёные, сметана, зелёный лук, красный лук, укроп. (В ресторанах подаются с рюмкой водки) 220г 250 руб. ЗАКАЗАТЬ	 Суп-гуляш с чесночной булочкой Антрекот (говядина), картофель, морковь, лук репчатый, перец болгарский, чеснок, растительное масло, паприка сладкая сушеная, томатная паста, кориандр, кинза, укроп, петрушка. Белая булочка с маслом сливочным и чесноком. 390г 250 руб. ЗАКАЗАТЬ	 Щи «Похмелье» с тостами из чёрного хлеба Квашеная капуста, курица, картофель, бекон, томатная паста, растительное масло, сметана, хлеб «Столичный», соус «Хрен», чеснок с маслом, зелёный лук. (В ресторанах подается со стопкой Хреноухи) 570г 250 руб. ЗАКАЗАТЬ



Интернет-пространство



Социальные медиа сегодня – эффективный канал для построения коммуникаций с обществом, управления репутацией компании, повышения стоимости бизнеса.

Количество подписчиков страницы сети ресторанов ООО «Пиворама» в «ВКонтакте» на данный момент 3751 человек, которые первыми узнают о событиях и акциях сети ресторанов.



Направления совершенствования PR-деятельности ресторанов

Пиворама

Сети ресторанов «Пиворама» необходимо усилить PR-коммуникации для удержания конкурентной позиции на рынке ресторанных услуг г. Санкт-Петербурга. Следует рекомендовать:

- ☐ продвижение услуг в социальных медиа,
- ☐ использование он-лайн презентаций ресторана,
- ☐ управление репутацией в сети,
- ☐ сайт как коммуникационная площадка с клиентами,
- ☐ событийный маркетинг,
- ☐ спонсорство и благотворительность.



Благодарю за внимание