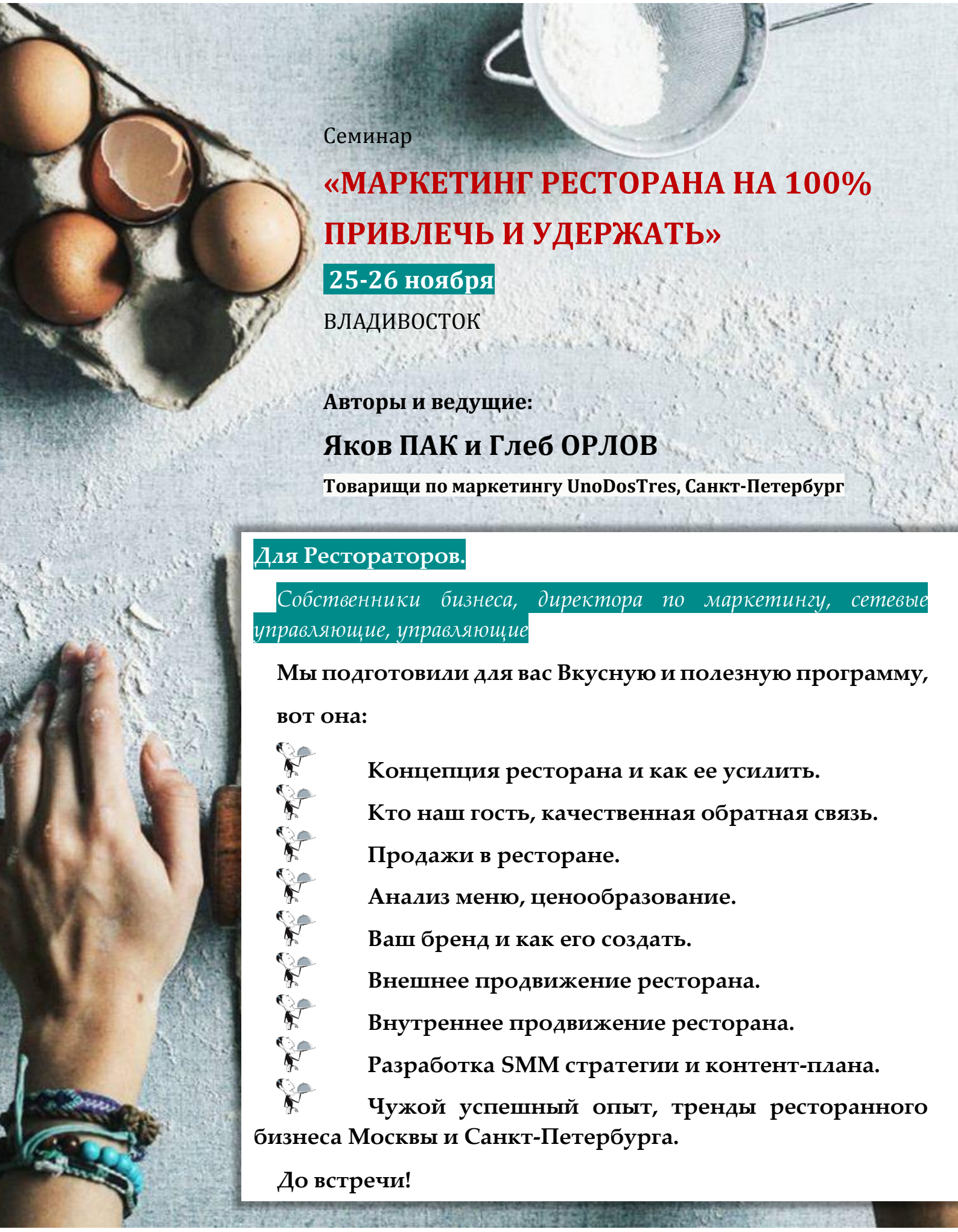
UnoDosTres
товарищество ресторатеров

КАРЬЕРА ФОРУМ
ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ



Семинар

«МАРКЕТИНГ РЕСТОРАНА НА 100% ПРИВЛЕЧЬ И УДЕРЖАТЬ»

25-26 ноября

ВЛАДИВОСТОК

Авторы и ведущие:

Яков ПАК и Глеб ОРЛОВ

Товарищи по маркетингу UnoDosTres, Санкт-Петербург

Для Рестораторов.

Собственники бизнеса, директора по маркетингу, сетевые управляющие, управляющие

Мы подготовили для вас Вкусную и полезную программу, вот она:

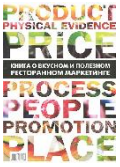
- **Концепция ресторана и как ее усилить.**
- **Кто наш гость, качественная обратная связь.**
- **Продажи в ресторане.**
- **Анализ меню, ценообразование.**
- **Ваш бренд и как его создать.**
- **Внешнее продвижение ресторана.**
- **Внутреннее продвижение ресторана.**
- **Разработка SMM стратегии и контент-плана.**
- **Чужой успешный опыт, тренды ресторанного бизнеса Москвы и Санкт-Петербурга.**

До встречи!

ЯКОВ ПАК, г. Санкт-Петербург.

Товарищ по маркетингу товарищества рестораторов [UnoDosTres](), *эксперт Ассоциации предприятий общественного питания Санкт-Петербурга, консультант по ресторанному маркетингу*.

- **Преподает маркетинг в бизнес-школе SVCH (Санкт-Петербурга).**
- **Регулярно выступает на крупнейших ресторанных форумах Gastreet International Show, PIR Expo, Рестопарк и др.**



- **Автор «Книги о вкусном и полезном ресторанном маркетинге» и десятков статей по маркетинговой тематике**
- **В качестве специалиста по маркетингу трудится в индустрии гостеприимства уже более 20 лет**
- Работал директором по маркетингу сети кофеен Идеальная Чашка
- Позднее возглавлял департамент экономики и маркетинга сети ресторанов Две палочки
- В настоящее время занимается консалтингом в области ресторанного бизнеса и ритейла
- В 2012 г. вместе с коллегами по ресторанному делу основал консалтинговую компания товарищество рестораторов UnoDosTres
- Сотрудничает с ресторанными холдингами и сетями Food Retail group, Шоколадница, сети пивных баров СПБ, Контакт-бар, сети ресторанов Market Place, Токио, Рататуй, сети суши-баров Суши вёсла, Mybox, холдинги Меркада груп, Madyar collection, AB restaurants, Zuma, ГК Вест, сеть грузинских ресторанов Супра и др.
- Организовал более 100 рекламных кампаний, исследовательских и консалтинговых проектов, связанных с разработкой концепций ресторанов и решением различных маркетинговых задач в ресторанном бизнесе.

ОБРАЗОВАНИЕ:

Российский государственный педагогический университет (Санкт-Петербург), изучал маркетинг в Государственной Академии управления (Москва) и Высшей школе экономики (Энсхеде, Нидерланды).

Facebook | Instagram

Глеб ОРЛОВ, г. Санкт-Петербург.

Товарищ по маркетингу товарищества рестораторов UnoDosTres. *Суммарный опыт в ресторанном маркетинге 10 лет. Основной фокус - разработка/корректировка концепций общественного питания, корректировка маркетинговой деятельности ресторанов, разработка коммуникационных программ*

- **Куратор направления маркетинг в бизнес-школе СВЧ (Санкт-Петербург)**
- **Преподаватель курса «ресторанный маркетинг» в бизнес-школе RMA.**
- **Спикер крупнейших ресторанных форумов (Gastreet, ПИР, Megustro и** т.д.)
- Работал директором по маркетингу в ресторанных группах Тритон, Penabar, Суши Мастер, Фудзи и т.д.
- Автор блога, посвящённого ресторанному маркетингу - restofaq.com, более 20 000 посетителей ежегодно.
- Организовал более 40 рекламных компаний и 31 консалтинговый проектов, связанных с разработкой концепций ресторанов и решением различных маркетинговых задач, в ресторанном бизнесе.

ОБРАЗОВАНИЕ:
Окончил СПбГ МТУ и СПбГУ Высшая школа менеджмента.
Facebook | Instagram

В ПРОГРАММЕ:

1 день

Глеб Орлов.

Кто такой современный ресторанный маркетолог? Функции, компетенции, взаимодействие.

- Зона ответственности маркетинга
- Ключевые навыки
- Эффективное взаимодействие с другими подразделениями

Яков Пак.

Как усилить концепцию действующего ресторана? (часть 1)

- Конкурентный анализ
- Концептуальный каркас
- Позиционирование бренда
- Определение рациональных и эмоциональных выгод

Глеб Орлов.

Как усилить концепцию действующего ресторана? (часть 2)

- Маркетинг-микс
- Ошибки в концепции
- Работа с точками контакта

Яков Пак.

Как принимать решения на основе цифр? Маркетинговая аналитика на службе маркетолога (часть 1)

- Количественные исследования – анкетирование и опросы
- Качественные исследования – фокус-группы и глубинные интервью
- Анализ внутренних данных продаж

Глеб Орлов и Яков Пак.

Общение со слушателями, ответы на вопросы.

2 день

Яков Пак.

Как принимать решения на основе цифр? Маркетинговая аналитика на службе маркетолога (часть2)

- Анализ структуры продаж ресторана
- ABC-анализ, Menu scoring
- Портфельный анализ: авторская модель BBMC
- Стратегия и тактика ценообразования

Глеб Орлов.

Каналы коммуникации и их эффективное использование

- Коммуникационная модель 4A

- Назначение каналов коммуникации
- Внутреннее и внешнее продвижение
- Разработка языка бренда

Глеб Орлов.

SMM стратегия для ресторана

- Разработка SMM стратегии
- Формирование контент плана

Яков Пак.

Тренды ресторанного бизнеса двух столиц!

- Куда движется рынок – перспективные направления
- Примеры наиболее интересных концепций

Глеб Орлов и Яков Пак.

Общение со слушателями, ответы на вопросы.

Ребята приглашают Вас на семинар

25-26 ноября 2019 года с 10:00 до 18:00

Место проведения:

Отель «Акфес-Сейо», пр-т 100 лет Владивостоку 103

(423) 2-300-490, 2-413-749,

nastya@kforum.ru, inna@kforum.ru, karimova@kforum.ru, elena@kforum.ru