التسويق والبيع للمطاعم

التسويق
- عرف التسويق بأنه العملية المسؤولة عن توقع احتياجات العملاء، وتحديدها وإرضائها وذلك لتحقق الأرباح

مدير التسويق
- هو حلقة الوصل بين الشركة والعميل (APIC): تمثل مهام وظيفته الى ثلاثي
  - التحليل (Analysis)
  - التخطيط (Planning)
  - التنفيذ (Implementation)
  - المراقبة (Control)

مزيج التسويق
- المنتج / الخدمة
  - السعر
  - المكان (التوزيع)
  - الترويج
  - التعليم
  - العملية (وظيفة الخدمة)
  - الأدلة المادية
- هي الأشياء التي يمكن شخص ما عليها من قبل الشركة ويمكنها أن تؤثر وتحل عليها
  - لكن ما لا يمكن مراقبته يشمل تجارب العملاء، ورضاءهم، المخاطرة، والفروق التنافسية
- مصدر الجهود الخاصة بإدارة المزيج التسويقي
  - حيث تكون النتيجة المجمع عن الخدمات مما أكبر من إجمالي مجموع كل عنصر من العناصر منفرداً
  - و هذا ما يعبر عنه بالمعادلة
    - 2 + 2 = 5

لماذا نقوم بتجزئة "تصميم" السوق؟
- أن من المستحيل وجود مقاس واحد مناسب للجميع؛ نحتاج إلى تقسيم السوق الى اجزاء حتى نتمكن من الحصول على عميل نحتاجه

أدوات تقسيم العملاء

ممارسة عملية على التسويق
- وحدات البيانات التسويقية من جرايرة الهاتف به الكثير من الخصوصيات، لكن وحدات البيانات يعنيها على الكثير من الشريات بالإضافة إلى الترويجات
- وحدات الإهتمامات والتعاب والأفكار
- حسب حجم الأسرة
- توافر العديد من الوحدات التي تناسب الحالات الفرعية المختلفة مثل (الجنس، الأسلوب والحجم الجغرافي والحجم الحسب والأوزرى وهكذا)
- التقسيم على أساس نمط الحياة
- التقسيم الشرائي
- "الجنس "النوع

ممارسة عملية على التسويق
- تأكد من تدريب وفريقك بشكل جيد على نظام قطع الرقعة واستخدامه. يجب أن يكونوا على دراية تامة بقائمة الطعام والأسئلة الشائعة وأي تفاصيل خاصة بها
  - يكن واضحاً وصبوراً
- عند استقبال الطلبات، تأكد من الحصول بوضوح وبصفة أسمع معلومة لطلبات الزبائن وإن أمكن أكثر أيضاً يجلبون في وقت أطول لاتخاذ قرارهم
- استخدم نظام قطع الرقعة بشكل فعال 3.
  - تأكد من أجل استخدام نظام قطع الرقعة بشكل صحيح وما يلصقه من عبارات ورسالة، قم بإدخال طلبات الزبائن بدقة وتحقق من صحة المعلومات قبل تأكيدها
- 4. توفير عبارات مختلفة
  - قد يحتاج الزبائن إلى تعديلات على الوجبات أو إضافة إضافات إلى طلباتهم، تأكد من أن نظام قطع الرقعة يسمح بإدخال هذه التعديلات بسهولة وبأقصى الأسعار
- تدريب وتأهيل الموظفين 5.
  - بمجرد أن يكون لديك فريق عمل جاهز، يجب عليك تدريبهم على كيفية استخدام نظام قطع الرقعة بكفاءة وفعالية. يجب أن يكونوا على دراية تامة بقائمة الطعام والأسئلة الشائعة وأي تفاصيل خاصة بها
  - يجب أن يكون لديهم فهم واضح لكيفية عمل نظام قطع الرقعة وكيفية تأثيره على تجربة العملاء
- 6. تقديم خدمة عملاء ممتازة
  - يجب أن يكون فريق خدمة العملاء على دراية بكيفية التعامل مع أي أسئلة أو شكاوى قد يواجهها العملاء
  - يجب أن يكون لديهم فهم واضح لكيفية عمل نظام قطع الرقعة وكيفية تأثيره على تجربة العملاء
- 7. تقديم عروض ترويجية
  - يمكن استخدام نظام قطع الرقعة لتقديم عروض ترويجية وخصومات للعملاء، مثل تقديم خصم على الوجبات الجديدة أو تقديم عروض خاصة للعملاء المتكررين
- 8. تحليل البيانات
  - يمكن استخدام نظام قطع الرقعة لجمع وتحليل بيانات العملاء، مثل عدد الطلبات وأوقات الذروة وأكثر الأطباق مبيعاً، هذه البيانات يمكن أن تساعد في تحسين العمليات وتحديد الفرص للنمو والتطوير

نصائح لأخذ طلبات الطعام في المطعم عند نافذة البيع
- ابدأ بالترحيب 1.
  - عندما يقترب من الطاولة لأخذ الطلب، تأكد من أن تحيب بالزبون بابتسامة ودية. قم بتحية مرحبة وتأكيد كيف يمكنك مساعدتهم
- استمع بحذرة 2.
  - اسمع بحذرة لطلبات الزبائن وتفصيلها، لا يمكنهون أي أخطاء أو تعديلات، قم بتدوين ملاحظات الزبائن وطلبهم بدقة وتحقق من صحة المعلومات قبل تأكيدها
- 3. تأكد من الدقة
  - كن على دراية بقائمة الطعام بشكل صحيح وما يتضمنه من عبارات ورسالة، قم بإدخال طلبات الزبائن بدقة وتحقق من صحة المعلومات قبل تأكيدها
- 4. توفير عبارات مختلفة
  - قد يحتاج الزبائن إلى تعديلات على الوجبات أو إضافة إضافات إلى طلباتهم، تأكد من أن نظام قطع الرقعة يسمح بإدخال هذه التعديلات بسهولة وبأقصى الأسعار
- 5. تقديم خدمة عملاء ممتازة
  - يجب أن يكون لديك فريق عمل جاهز وما يتضمنه من عبارات ورسالة، قم بإدخال طلبات الزبائن بدقة وتحقق من صحة المعلومات قبل تأكيدها
- 6. تقديم عروض ترويجية
  - يمكن استخدام نظام قطع الرقعة لتقديم عروض ترويجية وخصومات للعملاء، مثل تقديم خصم على الوجبات الجديدة أو تقديم عروض خاصة للعملاء المتكررين
- 7. تحليل البيانات
  - يمكن استخدام نظام قطع الرقعة لجمع وتحليل بيانات العملاء، مثل عدد الطلبات وأوقات الذروة وأكثر الأطباق مبيعاً، هذه البيانات يمكن أن تساعد في تحسين العمليات وتحديد الفرص للنمو والتطوير

مزيج الصالات التسويق ومزيج العروض الترويجية

- مصالح ATL & BTL

ATL = ABOVE	التسويق فوق الخط
BTL = BELOW	التسويق تحت الخط
1. Advertising	الإعلان
2. Sales Promotion	تنشيط المبيعات
3. Direct Marketing	تسويق مباشر
4. Public Relations	العلاقات العامة

ترويج المبيعات
- إنها واحدة من الأدوات الترويجية المستخدمة لإضافة قيمة للمنتج أو قيمة للخدمة على المدى القصير

أدوات ترويج المبيعات
- BOGOF اشتر واحدة واحصل على الثانية مجاناً
  - الخصم المباشر
  - الهدايا
  - الكوبونات
  - العينات
  - الهدايا عند الشراء
  - النصف الخيرتي

الإعلان العاطفي
- شهادة من عملاء أو تأييد من المشاهير
  - يحتوي على الرموز المشجرة
  - مثل: كشوف
  - فلاش
  - أسلوب الحياة

كيفية زيادة البيع في المطعم
- تحسين جودة الطعام
- توفير تجربة تناول طعام مميزة
- تنويع قائمة الطعام
- العروض والخصومات
- التسويق المحلي
- خدمة التوصيل
- الاستثمار في التسويق الرقمي
- التعرّض مع الشركات والمنظمات المحلية
- الاستماع إلى العملاء

تنشيط المبيعات عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي
- وجود صفحة على الوسيلة الأكثر انتشاراً يجب الشد لتوفر بصورة كبيرة على زيادة زوار الصفحة
- كتابة الرقم المخصص مع توضيح خدمة التوصيل في مقدمة الصفحة
- تقديم عروض خاصة على الصفحة يجلب عدد كبير من الزبائن
- في بداية الصفحة Menu من المهم جدا وضع قائمة الطعام
- جودة صورة الطعام في بعض الفروع يعطي ثقة للعملاء ومصداقية أكثر

الفيع البيعي
- Main Steps in Sales Funnel 7 مهم مراحل أساسية في القمع البيعي
  - الوعي
  - الاهتمام
  - الاعتبار
  - الاختبار
  - الاقتراح
  - التقييم
  - المشاركة

تصميم قائمة الطعام الخاصة بالمطعم
- الإبداع في التصميم
- تصميم منيو (Menu)
  - إنشاء منيو الطعام هو جزء من كتيب صغير يحتوي على عدة وريقات
  - يكون به أسماء وصور الوجبات والمشروبات التي تقدمها في المطعم
  - يتم توزيعه داخل المطعم أو بحسب أماكن توافد الزبونة المستهدفة
  - يفضل توزيعه في الأماكن المسلوقة
- أهمية تصميم المنيو
  - أداة تسويقية ذات تأثير على العملاء فهي توجه العملاء لاختيار الخيارات التي تحتوي على عدة مؤثرات قد في تحديد اختيارات بحيث
  - يحتوي على عدة مؤثرات قد في تحديد اختيارات بحيث
  - الشكل الهندسي والتصميم الخارجي
  - شكل المنيوات
  - شكل الخط
  - الشكل الحروف
- مميزات تصميم المنيو
  - يحتوي منيو المطعم على الكثير من المميزات التي تعمل على نجاح المطعم
  - أداة تسويق تجلب الكثير عدد من الزبائن
  - حلق و على ناحية التجارية
  - سهولة تنقل المنيو لجميع الأماكنة بدون
  - تجلب المزيد الفهي تحتوي على الأسعار
  - تنظيم المطعم بشكل أفضل
  - تعزز ثقة الزبائن في المطعم
- مكونات وخصائص المنيو
  - ألوان جذابة
  - مقاس مناسب للورق وعدد الصفحات
  - عدم الإكثار من الصور
  - تنظيم وترتيب الوجبات والمشروبات
  - الأخطاء على خامس جذابة للجمهور
  - تحديث المنيو باستمرار
  - الابتكار والتنوع المستمر
- أهم العناصر في تصميم قائمة الطعام
  - تشامل الألوان مما
  - وضع صور جذابة للوجبة تجعل الأصناف الأهتمام بالمنيو ذا أهمية للقراءة
  - لاد من وضع الأسعار بجانب الوجبة
  - الكتابة بشكل واضح وبحجم ومقروء
  - استخدام أكثر من لغة بحسب الثقافة فضلاً الجودة والأحظوية
- مقاس وأبعاد المنيو
  - تأكد أيضاً يمكن استخدام أي A4 يفضل أن يكون المقاس المحلّ
  - مقاس أعم يجب تجنب
  - لكن يصبح بهذا المقاس لأنه مناسب للكثير يجلب العملاء معهم
  - كما يمكن أيضاً أن يتم عمل المنيو بحجم أخرى الرقم
  - (الكتيب)
  - والذي يمكن وضعه QR Code أن يمكن أن يتم استخدام تقنية أ
  - على المنضدة أو على بعض الألواح الاستاتيكية المصغرة
- تكلفة طباعة المنيو
  - أربعة مكونات لتحديد الأسعار
  - تكلفة
  - هدف تكرار
  - المستهلكين
  - المنافس
- حساب التكلفة
  - التكلفة الثابتة: يتم تحديدها على أساس لحظي
  - 1. التكلفة الثابتة: وهي مثل ما يتم تأجير المحلات وإيجارات
  - المكاتب والمحلات
  - يمكن أيضاً حساب الهالك من الأجهزة والأدوات المستخدمة، وذلك
  - بحسابها على محل لمحلاتكم على مدار السنوات
  - 2. التكلفة المتغيرة: وهي المحلة بكل ما يتعين من مواد الإنتاج، في
  - بداية من أجرة المدير وصولاً لتكلفة الأدوات الأساسية لعرابة التسويق
- تحليل نقطة التعادل
  - هي النقطة التي عندها يساوي إجمالي الإيرادات بالمبيعات والتسويق الإجمالية للإنتاج والتسويق
  - تحليل نقطة التعادل = التكاليف الثابتة / مساهمة كل وحدة
- السعر على حساب التكلفة
  - وجود هذا العنوان في الصفحة أهم مثل من عوامل حساب التكلفة
  - لو وزن جميع المنتوجات بأهم أو وضعت السعر بجهود وجمع معاً
  - أما، عن حساب التكلفة الخاصة بالمحلة، والمنتجات الأوروبي
  - الجهوده وإيجاد المكان وعائد المطبوع مجتمعة ومنتج تقديمها
  - على أهمّ التقريبي الموقوف تحسب التكلفة الثابتة
  - في النهاية يتم إضافة هامش الأرباح المراد تحقيقه للسعر النهائي

سياسة تسعير المنتج الجديد

استراتيجيات التسعير للمنتج الجديد
- التسعير التنويري
  - هذه الطريقة تستخدم عندما يكون المنتج له بداية مناسبين كوبونات في السوق
  - ثم من طريق تقديم عرض ترويجي في بداية وجود المنتج داخل السوق، وهنا السعر يكون بأقل سعر ممكن وذلك لتحث أكثر شريحة من العملاء الجوية المنتج الجديد، ومن هنا كان التسمية "التسعير التنويري"

التسعير للمنتجات المتعددة "حزمة المنتجات"Price Bundle
- سعر تجميعي
  - الرجعة المضمنة Compo-meal

العلاقات العامة
- الجهود المستمرة المتعلقة الإنشاء والحفاظ على السمعة الجيدة والتفاهم المتبادل بين الشركة ومعاوجوها
- شاشات العلاقات العامة
  - البيانات والإصدارات الصحفية
  - المنشورات المتسلسة
  - الرعاية
  - المعارض
  - المسؤولية المجتمعية للشركات
  - العلاقات الخاصة بالشركات
  - الصيغة الخاصة للشركات
  - الدعم
  - المناسبات الخاصة
  - الموقع الإلكتروني

المسؤولية الاجتماعية للشركة
- المسؤولية الاجتماعية من رغب المنظمة لزيادة الآثار الإيجابية وتقليل الآثار السلبية على المجتمع
- يجب أن تكون ذات صلة بمجال الأعمال التي تعمل فيها مثلاً، مكافحة تلوث ومشاركة به مثل المطعم المصري
- معظم الشركات
  - من الجدّ هنا اختيار من الصلات ذات الصلة بالمساعدة مثلاً، شركة صيدلية، ور، على وراضين

بعض النصائح للأنشطة الترويجية
- ابتكر أنشطة للتعبير حول مبادرات كرة القدم
- عروض وتخفيضات
- على قائمة المطعم أن توافق مع الاحداث العامة
- تخفض من مصاص الإفطار المزعمة
- المزيد من النشاطات وتكون ضخمة
- أعلنه زينة مميزة

الإعلان العالمي
- يعرض الترضيح
  - تكون
  - نمط من الحياة
- ترضيحي
- مجمع حقه خلال
  - نمط من الحياة
- مقارنة

أشهر بلوجرز للأكل

أهمية العملاء المتكررين
- عد الاحتفاظ بالعملاء أمراً أساسياً لتحقيق أقصى قدر من الربحية، لا يفرح جداً بأرباح بل حوالي 50% من عملائك الحقيقيين يحققون 95% من إجمالي ربحك
  - ولكن كيف تزيد من ربح الولاء من جميعة الميجاعملائك، لمرجع أن يعود العملاء المخلصين بتكرار الشراء ويكون مناسبة قيمة المعاملات معهم، اعلى، علاوة على ذلك، فإن الاحتفاظ بالعملاء أكثر فعالية من حيث التكلفة من الحصول على عملاء جدد، على سبيل المثال، يمكن أن يكلف الحصول على عميل جديد ما بين 5 إلى 25 مرة أكثر مرة بأضعاف تكرار الزيارة أو الحفاظ على عميل حالي.
  - هارفارد بزنس ريفيو
- عمل برنامج ولاء المطعم يعزز الاحتفاظ بالعملاء، ويشجع الشراء والزيارات المتكررة من خلال إضافة الجوانب Gamification تحول تصور عملائك من إنفاق الإيرادات إلى الزيادة في القيمة
  - تحسين بيئة تطبيق تفاعلي
  - علاوة على ذلك، يمنح برنامج الولاء العملاء أن يزيد الإيرادات بنسبة تبلغ من 25 إلى 75% من خلال زيادة ولاء العملاء، بنسبة 5% وهذا تقلص التكرار المتكرر، أما قيمة لهم تلك
  - يؤدي التنويع الأصغري والتنويع المطلوع يزوّد رفيعاً في زيادة حجم المبيعات، على سبيل المثال، عندما تقوم المطعم بإضافة مقابل طلبات الكوبون، فهذه تزيد المبيعات من المشروبات والخلائق المباعة
- برنامج الولاء على أساس الفئة
  - يهدف هذا النوع من الولاء المطعم إلى تقديم مزايا مخصصة لفئة معينة في المطاعم أو المطاعم المتكررة، مثل الطلاب، الأطباء، أو كبار السن، يمكن تخصيص برامج الولاء لتلبية احتياجات وتفضيلات هذه الفئات، مما يزيد من الرضا والولاء
  - يمكن أن يؤدي هذا النهج إلى زيادة المبيعات وتعزيز العلاقة مع العملاء المستهدفين
- برنامج الولاء على أساس التكرار في الشراء
  - يهدف هذا النوع من الولاء المطعم إلى تشجيع العملاء المتكررين على الشراء من المطعم بشكل متكرر، عادة ما يتم تقديم مكافآت للعملاء الذين يقومون بالشراء بكميات كبيرة أو بشكل متكرر، على سبيل المثال، يمكن أن يكون لديك برنامج نقاط حيث يمكن للعملاء الذين يقومون بشراء كمية معينة من الطعام أو المشروبات الحصول على خصم أو مكافأة مجانية، يمكن أن يكون لديك برنامج بطاقة الولاء حيث يمكن للعملاء الذين يقومون بشراء كمية معينة من الطعام أو المشروبات الحصول على خصم أو مكافأة مجانية، يمكن أن يكون لديك برنامج بطاقة الولاء حيث يمكن للعملاء الذين يقومون بشراء كمية معينة من الطعام أو المشروبات الحصول على خصم أو مكافأة مجانية، يمكن أن يكون لديك برنامج بطاقة الولاء حيث يمكن للعملاء الذين يقومون بشراء كمية معينة من الطعام أو المشروبات الحصول على خصم أو مكافأة مجانية
- تأكد من الولاء
  - الشكاوى الخاصة على شبكات التواصل تو تعلن، حيث يمكن عملائك من الحصول على من المرات، كما يمكنك تقديم عرض خاص لعملائك وذلك على سبيل المثال، إذا تلقوا في العمل في قائمة مشروبات عازبة، فإنه يمكنك على المطاع ذهبت أو يمكنك تقديم عرض المشروب
  - يمكن كل 50 نقطة يتم جمعها في مهمة على مستوى
  - إذا كانت الشريطة التي تمكن من الحصول على عدد من وحدة على خصم وأحد أو تصوير، مثلاً من تلك، تحظيا وأسعة في الإمكان بحق أو أخر العملاء من السحب للتفضيلات الأخرى
- إن إضافة عنصر اللعب في برنامج الولاء الذي تقدّمه من خلاله مع العملاء، وتمكنه أن يجعله أكثر متعة وجاذبية أيضاً، على سبيل المثال، يمكنك إضافة لعبة الإقتراع على شريط الحظ، أو التنقيط الخفي، بالمطعم يمكن يمكن للعملاء الحصول على مكافآت على من طريق تدوين جملة أقل جملة أو بعد يصبحت بعدد المتعلمة والإثارة، ويمكن أن يشجع العملاء بالتحفيز للمشاركة وكسب المكافآت
- ربامج إحالة صديق
  - يمكن أن يكون المنتوج الشفهي (الإعلانات من الأصدقاء) قوياً، أكثر تأثير تأثيراً، يمكن تطلب دائماً اقتراح أحد الأصدقاء قال زيارة أو
  - يتطلب منك
  - وتأكد على ذلك يمكن أن يساعدك برنامج إحالة صديق في إنشاء برامج إحالة الصديق يمكن أن يكون لديك برنامج المطعم أن يقدم إحالة الأصدقاء والإحالة في عملائك الحالي في مكافآت للعملاء الجديدة أو لمقدمي الإحالة، على سبيل المثال، يمكن أن يكون لديك برنامج حيث يمكن للعملاء الحاليين وجلب عملاء جدد من خلال الإحالات عن طريق إرسال رسالة نصية أو بريد إلكتروني، على سبيل المثال، يمكنك تقديم خصم أو مكافأة لكل عميل جديد يحيل أصدقائه وأقاربه إلى المطعم، يمكن أن يكون لديك برنامج إحالة حيث يمكن للعملاء الحاليين وجلب عملاء جدد من خلال الإحالات تطبيقاً، يمكن عبر الإشارة إلى شخص سيقلبي للقطع والمكافآت مباشرة، مجرد الإشارة أيضاً، وبعد ذلك يمكنك تقديم العملاء الجدد، أعلى استخدام هذه الميزة من خلال منتجهم يعمل للقطع أيضاً
- تأكد من الولاء
  - يمكن أن يكون لديك برنامج الولاء الذي يقدم مكافآت للعملاء الذين يقومون بشراء كميات كبيرة أو بشكل متكرر، على سبيل المثال، يمكن أن يكون لديك برنامج حيث يمكن للعملاء الذين يقومون بشراء كمية معينة من الطعام أو المشروبات الحصول على خصم أو مكافأة مجانية، يمكن أن يكون لديك برنامج بطاقة الولاء حيث يمكن للعملاء الذين يقومون بشراء كمية معينة من الطعام أو المشروبات الحصول على خصم أو مكافأة مجانية، يمكن أن يكون لديك برنامج بطاقة الولاء حيث يمكن للعملاء الذين يقومون بشراء كمية معينة من الطعام أو المشروبات الحصول على خصم أو مكافأة مجانية

كيفية حساب العائد على الاستثمار
- يجب حساب التكلفة الإجمالية من تكلفة الوجبة، والتكلفة المقدمة على عدد الضيافات المقدمة لعملائك الإيرادات من المبيعات
- مقدمة على عدد الضيافات المقدمة لعملائك الإيرادات من المبيعات

نصائح عامة

Presented with xmind