

РЕСТОМАРКЕТИНГ: ОТ ХАОСА К СИСТЕМЕ

	1-й день		2-й день	
10:00-11:30	Кто такой современный ресторанный маркетолог? Функции, компетенции, взаимодействие. <i>Яков Пак</i>	• Зона ответственности маркетинга • Ключевые навыки • Эффективное взаимодействие с другими подразделениями	Как принимать решения на основе цифр? Маркетинговая аналитика на службе маркетолога (часть2) <i>Яков Пак</i>	• Анализ структуры продаж ресторана • ABC-анализ, Menu scoring • Портфельный анализ: авторская модель BBMC • Стратегия и тактика ценообразования
11:30-11:45	Перерыв		Перерыв	
11:45-13:15	Как усилить концепцию действующего ресторана? (часть 1) <i>Яков Пак</i>	• Конкурентный анализ • Концептуальный каркас • Позиционирование бренда • Определение рациональных и эмоциональных выгод	Каналы коммуникации и их эффективное использование <i>Глеб Орлов</i>	• Коммуникационная модель 4A • Назначение каналов коммуникации • Внутреннее и внешнее продвижение • Digital коммуникации • Разработка языка бренда
13:15-14:15	Обед		Обед	
14:15-15:45	Как усилить концепцию действующего ресторана? (часть 2) <i>Глеб Орлов</i>	• Маркетинг-микс • Ошибки в концепции • Работа с точками контакта	Удержание гостей – управление лояльностью <i>Яков Пак</i>	• Цели и принципы программы лояльности • Работы с CRM – системами • RFM – анализ • Работа с отзывами и обратной связью
15:45-16:00	Перерыв		Перерыв	
16:00-17:30	Как принимать решения на основе цифр? Маркетинговая аналитика на службе маркетолога (часть 1) <i>Яков Пак</i>	• Количественные исследования – анкетирование и опросы • Качественные исследования – фокус-группы и глубинные интервью • Анализ внутренних данных продаж	Тренды ресторанного бизнеса двух столиц <i>Глеб Орлов</i>	• Воркшоп по выбору наиболее перспективных трендов • Куда движется рынок – перспективные направления • Примеры наиболее успешных концепций