

## چک لیست بازاریابی رستوران

### 1. شناسایی مخاطب هدف

- سن مخاطب هدف مشخص شده است.
- سطح درآمد مخاطب هدف تعیین شده است.
- علایق و سرگرمی‌های مخاطب هدف بررسی شده است.
- مشکلاتی که مخاطبان می‌خواهند حل کنند، مشخص شده است.
- موضوعاتی که مخاطبان به دنبال آن هستند، شناسایی شده است.
- نوع محتوایی که مخاطبان دوست دارند دنبال کنند، مشخص شده است.
- کانال‌های ارتباطی مخاطبان شناسایی شده است.

### 2. تعیین هدف از بازاریابی

- هدف اصلی از بازاریابی تعیین شده است (جذب مشتری جدید، افزایش فروش، آگاهی از برند، و غیره).

### 3. آنالیز رقبا

- رقبای اصلی شناسایی شده‌اند.
- فعالیت‌های تبلیغاتی رقبا بررسی شده است.
- منوی رقبا بررسی و تحلیل شده است.

### 4. فعالیت در فضای مجازی

- وبسایت رسمی رستوران طراحی و بهینه‌سازی شده است.
- سئو محلی وبسایت انجام شده است.

- حساب‌های اجتماعی رستوران ایجاد و مدیریت می‌شوند.

#### 5. استفاده از شبکه‌های اجتماعی

- فعالیت مستمر در اینستاگرام انجام می‌شود.
- همکاری با بلاگرها و اینفلوئنسرها در اینستاگرام برقرار است.
- تولید محتوای ویدئویی و ترند انجام می‌شود.
- تعامل با مشتریان در شبکه‌های اجتماعی انجام می‌شود.
- فعالیت در ایکس (توییتر) به صورت مستمر انجام می‌شود.

#### 6. جذب رضایت مشتریان فعلی

- کیفیت غذاها بهبود یافته است.
- استفاده از مواد اولیه با کیفیت انجام می‌شود.
- کارکنان آشپزخانه آموزش دیده و توانمندسازی شده‌اند.
- استانداردهای بهداشتی و ایمنی رعایت می‌شود.
- بازخورد مشتریان جمع‌آوری و بررسی می‌شود.

#### 7. استفاده از نرم‌افزارهای مدیریت رستوران

- امکان رزرو میز آنلاین فراهم شده است.
- منوی دیجیتال برای مشتریان در دسترس است.
- باشگاه مشتریان راه‌اندازی و مدیریت می‌شود.

#### 8. ایجاد محیط دلپذیر و جذاب

- دکوراسیون مناسب و جذاب طراحی شده است.
- نظافت و بهداشت رستوران رعایت می‌شود.
- موسیقی و نورپردازی مطلوب استفاده می‌شود.

### 9. پیگیری و انطباق با تغییرات بازار

- استراتژی‌های بازاریابی به طور مستمر بررسی و به‌روزرسانی می‌شوند.
- تغییرات بازار و نیازهای مشتریان پیگیری می‌شود.