тамбовский подкаст

ТьФУД

про ресторанный бизнес

ТьFOOD – первое в Тамбове официальное подкаст-шоу о ресторанном бизнесе. Подкаст официально зарегистрирован обществом разговорного жанра, сайтом ВК и сервисом Яндекс.Музыка. Суммарный охват двух площадок более 20 миллионов пользователей. Тамбовской аудитории из них хватит на то, чтобы обеспечить постоянный поток гостей на несколько лет вперед. Остается сделать так, чтобы они узнали о лучших ресторанах Тамбова. И это должна быть не отталкивающая реклама, а честный, искренний разговор из-за кулис общепита.

Алгоритм подготовки к записи выпуска: договариваемся о записи интервью. В интернете находим отзывы. По ним составляем дополнительные вопросы. Находим прочую информацию о ресторане из открытых источников. Присланный текст от администратора используем для основы будущей описательной статьи на сайт. В тело статьи добавляем запись подкаста (для возможности прослушивания через сайт) и ссылки на сервисы. В статье ключевым словом должно являться название ресторана и название сайта русскими буквами. Рубрика: «ТьFOOD». Метки: «Подкаст» и «Рестораны Тамбова». На записи подкаста должны присутствовать автор подкаста, фотограф и копирайтер. Копирайтер делает анализ меню, общается с сотрудниками, с гостями, то есть собирает материал для будущей статьи. Статья и прочие публикации оформляются фотографиями с логотипом подкаста и сайта.

Интервьюируемым дается комплект из блокнота (на обложке логотип «ТьFOOD» и ссылка на сайт. А на первых страницах коммерческое предложение о проведении тренингов по обучению персонала), магнита с логотипом подкаста и визитки. Материалы раздаются с целью привлечь внимание к услугам по обучению персонала. Магниты могут раздаваться гостям ресторана и другим людям с целью продвижения подкаста.

Запись выпуска производится в ресторане в наименее шумном помещении. Локация не должна меняться. Интервьюер и интервент сидят радом друг с другом. Их речь должна быть направлена прямо в микрофон. Каждый следит за звуками «с», «з», «ц», «щ», «ч», «п», «б», «т», «д». Микрофон RODE NT их очень хорошо воспринимает. И исправить такие дефекты записи будет невозможно. Рядом должен стоять стакан воды, если пересохнут губы (они начинают «мякать»). Запись производится либо через ноутбук на Reaper, либо на iPad, через адаптер Lightning/USB 3 на Rode Rec. Желательно, чтобы в помещении были звукопоглощающие материалы или большое количество мягкой мебели. Ни в коем случае не записывать в середине комнаты и спиной к стене. Лучше расположиться спиной к одному углу и лицом к другому.

Участники должны поддерживать дресс-код. Каждый, кто участвует в помощи записи эфира или в организации тренинга от ResTeach, должен иметь бэйдж с логотипом и именем или значок с логотипом. Приветствуется единый стиль одежды (например, рубашки поло). Фирменные цвета: желтый, черный, красный.

После выхода выпуска подкаста, ресторан занимается его продвижением на своих страницах в социальных сетях. Сотрудники ресторана делают фотографии во время записи выпуска для историй. После выхода подкаста, делается репост в социальной сети ВК с выпуском подкаста или публикуется ссылка на подкаст. По желанию может быть выслан на почту выпуск в формате MP3 для дальнейшего размещения на площадках ресторана. Для продвижения могут быть использованы хэштеги: #resteach, #tfood, #тьфуд, #тьfood #ПодкастТамбов, #подкаст68, #рестич #РестораныТамбова.

Возможности для ресторана, которые открываются благодаря подкасту: открытость, как тактический ход; дополнительный PR-канал; дополнительная симпатия со стороны поисковых систем; преимущество перед конкурентами; качественная обратная связь; возможность проводить опросы в эфире и продвигать товары; генерируете новости.

По техническим вопросам: info@resteach.ru

Сотрудничество: avtrener@gmail.com

Instagram: @resteach

ВК: vk.com/resteach

Сайт: resteach.ru

ПРЕДЛОЖЕНИЕ РЕСТОРАТОРАМ

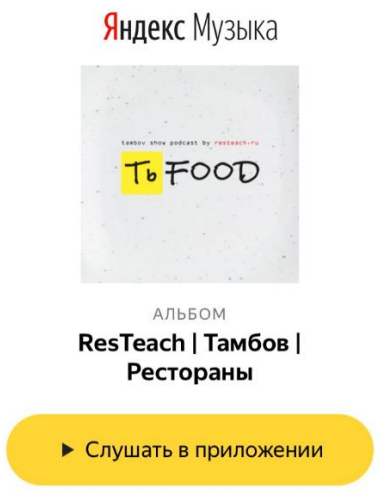
Добрый день! Меня зовут Александр Верещагин, я являюсь автором блога resteach.ru (обучение сотрудников предприятий общепита), подкаст-программы «ТьFOOD» и более 10 книг по практической психологии и менеджменту, выпущенных в ТОПовых издательствах России, Украины и стран СНГ.

Подкаст официально зарегистрирован обществом разговорного жанра и сайтом ВК. А также сервисом Яндекс.Музыка. Не лишним будет упомянуть, что мы являемся первыми в Тамбове, чья заявка была одобрена популярными площадками. Суммарный охват двух сервисов более 20 миллионов пользователей.

Тамбовской аудитории из них хватит на то, чтобы обеспечить постоянный поток гостей на несколько лет вперед. Остается сделать так, чтобы они узнали о вас. И реклама со скидками – не самый эффективный способ. Поэтому, я хочу предложить вам сотрудничество.

Запись выпуска подкаста с его размещением на всех популярных музыкальных сервисах и тематических площадках. Статья о вас и вашем заведении на сайте resteach.ru с профессиональными фотографиями. На запись эфира будет приглашен профессиональный фотограф. Приглашенный копирайтер от нас напишет статью-обзор на нашем и дружественных сайтах, например, baynbash.ru (с партнеркой Яндекс).

Что нам нужно для этого? Интервью с владельцем/управляющим, менеджером/шеф-поваром, официантом/барменом. Чем больше людей будет привлечено для интервью, тем длиннее и разнообразнее будет выпуск. В эфир попадут только интересные и полезные для слушателей моменты. Какие-то оговорки, что-то неправильно сказанное и ошибки будут вырезаны. Можете подготовить текст с историей вашего заведения или другой любой текст-представление. Запись производится будет на вашей территории. И это **бесплатно**, так как мы делаем подкаст, чтобы:



Обучать. Через подкаст передать людям знания ресторанного менеджмента. И повысить уровень сервиса. Ведь мы занимаемся обучением. И подкаст — лучший способ делать это бесплатно для сотрудников общепита и людей, которые хотят связать свою деятельность с этой интересное и многообразной сферой. Также подкаст будет являться дополнительным материалом к основной программе студентов.

Снизить текучку. Помочь людям в выборе наиболее подходящего для них места работы. Возможно, после прослушивания, вас завалят резюмудами лучшие работники региона. Как правило, хорошо там, где нас нет. И работники перебегают из одного заведения в другое. Благодаря подкасту, вы можете обозначить, кто вам нужен и расскажите основы отбора персонала.

Привлечь внимание. Показать слушателям и гостям изнанку ресторанного бизнеса без всякой показухи. А это уже само по себе будет привлекать к прослушиванию людей. Людям всегда интересно наблюдать за жизнью других, поэтому такой жанр не только не умрет, но и будет развиваться.

Ждем от вас наиболее удобные дату и время записи программы. Желательно для записи найти наименее шумное помещение. Так же может подготовить текст-основу для будущей статьи. Это упростит задачу нашему копирайтеру. И он четче донесет вашу идею. Главное – не пытайтесь расхваливать себя и свое заведение. Читатель должен найти информацию о себе, своих интересах и потребностях. Не используйте шаблонные фразы. Через текст покажите, что понимаете нужды читателя и можете решить его проблемы. Не забывайте про уникальность вашего заведения и профессиональную команду. Послушать прошлые выпуски можете на Яндекс.Музыка или в группе ВК. Хорошего дня!

P.S. И еще маленькая просьба — заранее договоритесь, кто будет участвовать в записи. Чтобы не было такого, что «я не хочу», «я не голосо-гигиеничная», «я ваще не знаю букав». Будем уважать время друг друга. Утешьте стеснительных детей тем, что подкаст — это живой разговор, а не интервью по тексту. По желанию, вы можете подготовить специальные дегустационные блюда. Фотограф сделает крутые фотки, а копирайтер — вкусный текст для сайта рестич.ру.

СТРУКТУРА ПОДКАСТА

Анонс. Несколько цепляющих отрывков из интервью. На фоне ритмичная музыка. Один выпуск – одна главная тема, которая должна прослеживаться на протяжении всего интервью.

Вступление: «В эфире подкаст-шоу «ТьFOOD» о ресторанном бизнесе Тамбова. Сегодня мы окажемся за кулисами ресторана [название] и узнаем [главная тема интервью].

Интересная информация о ресторанном бизнесе: статистика, факт, совет для гостей. Информация должна быть полезной и практической. И отражать тему выпуска. В дополнении может быть рассуждение о ресторане.

Интервью. Интервью с сотрудниками и руководителями чередуются. Сначала идут самые интересные вопросы и ответы. В конце идут самые полезные вопросы и ответы. Общая продолжительность этого блока не должна превышать 40 минут.

Рекламная вставка. Реклама может быть, как о проведении тренингов, так и о посещении ресторана. Реклама может быть и от сторонней организации, связанной с общепитом.

Заключение. Чем понравился ресторан? Чем отличается от других? Почему стоит стать его гостем? Какие плюсы у тех, кто работает в нем? «Подытожим… Хотите честную оценку? Приходите в гости, попробуйте еду, пообщайтесь с персоналом. Ваша оценка будет самой честной. И поделитесь ей на нашей страничке «Вконтакте»: ResTeach | Тамбов | Рестораны.

Бонус или призыв к действию. В качестве вовлеченности можно озвучить конкурс, розыгрыш или акцию. «Хотите попробовать себя в качестве ведущего подкаста в одном из выпусков? Мы можем предоставить вам такую возможность. Договоритесь с любимым заведением о записи подкаста. Мы приедем и поможем взять интервью. Но прежде вас обучим и дадим все материалы ведущего. И не забывайте, что мы первый официальный подкаст в Тамбове».

СТРУКТУРА СТАТЬИ-ОБЗОРА ДЛЯ БЛОГА

Заголовок и подзаголовок должны быть информативными, целенаправленными, интригующими и правдивыми. В заголовке могут быть использованы специальные слова: вы; этот; новый; прямо сейчас; быстро; легко; специальный; уникальный; наконец-то; любимый.

Основное ключевое слово (название заведения) помещается в заголовке и в первой части тела статьи. Второе ключевое слово (название подкаста или сайта) помещается в подзаголовок или заголовок второго уровня. В теле статьи обязательно должно содержаться слово «Тамбов».

В первом абзаце идет анонс статьи (ее краткое содержание). Анонс должен цеплять, чтобы появилось желание прочитать статью. Каждый последующий абзац расшифровывает подробности по степени убывания их значимости.

Статья должна отражать личное мнение автора, основанное на том, что «увидел», «услышал» и «попробовал». И в ней автор подводит черту, делает выводы выпуска подкаста. Стандартный объем статьи: от 3000 печатных знаков с пробелами до 6000. Фотографии разрешено прикреплять только авторские с логотипом сайта и подкаста. Цитаты использовать можно только при условии, что они были выписаны автором из достоверного источника.

Структура статьи должна состоять из трех частей: введение (основная мысль), основная часть (то же может быть поделена на три части) и заключение (вывод, подведение итогов). Статья вычитывается два раза и проверяется на уникальность и ошибки. Для этого можно использовать бесплатные онлайн сервисы, такие как «Главред» (находит в тексте стоп-слова: языковой мусор, рекламные и журналистские штампы, признаки плохого синтаксиса и канцелярит), «text.ru» (показывает процент уникальности текста, находит дубликаты и рерайты) и «Орфограммка» (проверит на ошибки и опечатки, предложит варианты исправления. Подскажет, как повысить уникальность и красоту текста, обратит внимание на неестественные или излишне частотные сочетания).

Можно использовать сравнение с другими заведениями при условии, что на сайте есть статьи про них или планируются. Тем самым делается ссылка на статью. Автор может рассказывать истории, связанные с этим заведением или блюдами и напитками, которые есть в меню. Оценка происходит по 10-ти бальной системе по критериям: встреча (первое впечатление); обслуживание; официанты; гостеприимство; атмосфера ресторана; стоимость блюд; качество продуктов; подача; расположение ресторана; отзывы посетителей; гардероб и охрана.

Создайте яркий образ автора, который будет прослеживаться через текст. Предложения должны состоять максимум из 11 слов. Используйте метафоры. Завладейте вниманием с первой секунды. Пишите только удобную правду. Недосказанность не есть ложь. Конфликтные ситуации никому не нужны. Не нужно умничать. Говорите яснее и понятнее, и люди будут считать вас специалистом. Не хвастайтесь, а рассказывайте интересные истории, где какие-либо факты о вас будут идти вскользь. Если хотите пошутить, то шутите над собой. Так вы расположите к себе людей своей открытостью.

В конце статьи должен быть призыв включиться в обсуждение и поделиться статьей.

ПАМЯТКА ДЛЯ НОВЫХ АВТОРОВ RESTEACH.RU

Сайт создан на CMS Wordpress. Благодаря плагину uLogin, новый автор входит в админку через любую социальную сеть. Вход происходит по адресу: resteach.ru/wp-admin/. Аватарка страницы автоматически становится аватаркой профиля на сайте. Не забывайте, что имя пользователя изменить нельзя. При регистрации через почту, автарка изменятся через сайт Gravatar. При регистрации необходимо указывать тот же самый E-mail.

Вся информация о себе редактируется в пункте «Пользователи – Ваш профиль». Заполняем данные имени и фамилии и указываем в «Отображать как» в порядке Имя и Фамилия. При указании ссылок на социальные сети необходимо придерживаться следующих правил:

E-mail указывается в формате: virtuacore2013@gmail.com
Сайт: http://baynbash.ru
Фейсбук: baynbash/
Твиттер: baynbash
Инстаграм: baynbash
Вконтакте: avtrener
Ютуб: channel/UC-3XO3HydH4IVH7iV_Ym6PA

Важно! Ссылки на личный Инстаграм и Вконтакте указывать нельзя. На остальные пункты можно указать личные страницы. По ним могут перейти заинтересованные вами читатели. Поэтому подготовьте страницу для продажи своих услуг, товаров, сверхспособностей по копирайтингу. Ваша страница – это ваша визитная карточка.

Для Инстаграм ссылка: resteach.ru
Для Вконтакте: resteach

Биография пишется от третьего лица. Для примера можете использовать три следующих описания:

1. Ведущий специалист в мире по построению отношений. Основоположник искусства пассивного влюбления Айлавинг. Благодаря своему богатому опыту может с одного взгляда определить, как долго пара встречается, сколько раз в неделю занимается сексом и когда расстанется.

2. Лучший бизнес-тренер Центрального Черноземья в 2018 году по версии журнала NMW. Автор более 10 книг по практической психологии, выпущенных в крупных издательствах России, Украины и СНГ. Автор блога об отношениях baynbash.ru и подкаста "ТьFOOD" от сайта resteach.ru

3. Человек, который помогает другим двигаться вперед и добиваться результатов. Эксперт в области повышения личной продуктивности. Действительный член ассоциации практических психологов. Автор множества статей и книг по саморазвитию. Среди его клиентов руководители компаний, политики и звезды шоу-бизнеса.

Статьи добавляются через пункт «Записи – Добавить новую». Производится настройка статьи в правом меню. Формат записи: Стандартный (Standart). Ставится галочка «На утверждении». Автор не должен публиковать статьи без проверки ее редактором. Рубрики: «ТьFOOD». Рубрика указывается всегда только одна. Метки: «Подкаст», «Рестораны Тамбова». Новые метки указываются с прописной буквы. Изображение должно быть альбомного формата. Примерное разрешение: 4932 x 2917. Обязательно указываем в «Alt» ключевое слово. Отрывок не вырывается из статьи, а пишется отдельно. Примерно 2-3 предложения. Редактор загружает выпуск подкаста в «Медиафайлы – Добавить новый». После загрузки, копирует ссылку и вставляет в «Аудиоверсия».

В статье должно содержаться одно из следующих ключевых слов: тьфуд, tfood, рестич, подкаст Тамбов, рестораны Тамбова, обучение персонала в Тамбове, работа в Тамбове в общепите, где в Тамбове поесть, кафе Тамбова.

Чтобы текст был наиболее интересен, его нужно разнообразить интересными фактами о ресторане, статистикой и юмором. В конце статьи добавляется информация о времени работе, адресе, среднем чеке, кухне и сайте.

После первого абзаца добавляется тег «Далее» (Shift+Alt+T). В статье желательно добавлять подзаголовки (заголовки второго и третьего уровней), содержащие другие популярные ключевые слова. Затем идет добавление информации в All in One SEO Pack (при условии его активации) в “Основные настройки” – заголовка, описания и ключевых слов (которые встречаются в тексте). Сохраняем статью. Происходит ее обновление. Переходим в “Социальные настройки”, добавляем заголовок, описание и изображение, которое должно прогрузиться из “Изображение записей”. Планируем публикацию статьи.

Не защищено resteach.ru/wp-admin/post.php

Resteach 3 0 Добавить

Привет, Александр Верещагин

Консоль
Massive Panel
Записи
Все записи
Добавить новую
Рубрики
Метки
Медиафайлы
Страницы
Комментарии
Внешний вид
Плагины
Пользователи
Инструменты
WPBakery Page Builder
Настройки
SEO

Переключиться на черновик Предпросмотр Обновить

Запись обновлена. Просмотреть запись

Документ Блок

Статус и видимость
Видимость Открыто
Опубликовать 08.08.2019 10:44
Формат записи Стандартный
Прикрепить наверх блога
Автор Алексей Пешков
Переместить в корзину

10 редакций

Постоянная ссылка

Рубрики
ТьFOOD
Алкогольные напитки
Без рубрики
Менеджмент
Тренинги
Добавить новую рубрику

Метки
Добавить новую метку
Подкаст
Рестораны Тамбова

Изображение записи
Заменить изображение
Удалить изображение записи

Отрывок
Написать отрывок (необязательно)
На днях мне посчастливилось посетить интересное место - Рок'н'Роллы в Тамбове. Здесь можно провести время с
Подробнее об отрывках

Обсуждение
Разрешить комментарии
Разрешить уведомления и обратные ссылки

Обзор суши-пицца бара Рок'н'роллы в Тамбове

На днях мне посчастливилось посетить интересное место - бар Рок'н'Роллы. Здесь можно провести время с друзьями, вкусно покушать, отдохнуть и расслабиться душой. Посидеть послушать лучшее из рока. Но как же бару Рок'н'роллы удаётся сочетать суши, пиццу, драйвовую музыку и секретный ингредиент? Сейчас расскажу и о сочетании, и о ингредиенте.

ПОДРОБНЕЕ

Где находятся?

Располагается суши-пицца бар на улице Советская 161, пересечении главной улицы Тамбова и улицы Чичканова, рядом с остановкой «Чичканова». Помещение арендуется в жилом четырёхэтажном здании. Парковка рядом. Помимо личного транспорта, до бара можно добраться и общественным транспортом.

Автобусы: 1, 1н, 11т, 13к, 14т, 18, 18а, 18с, 21, 28, 31а, 44, 50, 52, 55, 56, 57
Троллейбусы: 1, 3, 4, 8, 8м, 9, 10
Маршрутки: 31а, 34, 119э, 144

Знакомство

Прежде чем идти в какое-либо место, всегда стараюсь максимум узнать о нём. В этот раз я не изменил себе в этой привычке.

Владелец суши-пицца бара Рок'н'роллы по совместительству является и шеф-поваром! Не знаю как вас, но меня это поразило. Не часто хозяин, какого-либо заведения, лично что-то делает для посетителей. О многих руководителях даже персонал знает лишь то, что эти руководители просто есть.

Что мы всё: владелец, хозяин, да шеф-повар? Знакомьтесь, Игорь!

БРИФ ПРОДВИЖЕНИЯ ГРУППЫ RESTEACH | ТАМБОВ | РЕСТОРАНЫ

Бриф продвижения заполняется SMM-менеджером. Вопреки расхожему мнению, что менеджеру важны цели заказчика, необходимо понимание, что менеджер сможет привнести в проект. Благодаря брифу, заказчик определит видение менеджера и его творческую составляющую. Идеальные алгоритмы не дают идеальных результатов.

Каких результатов вы ожидаете от ведения группы?

- Размер группы и скорость ее роста? _____
- Через какое время вы ждете результатов и каких? _____
- Что для вас будет показателем эффективной работы? _____
- Каким вы представляете проект в идеале? _____

Каких конечных результатов вы ожидаете по следующим пунктам?

- Трафик на сайт: _____
- Рост подписной базы: _____
- Продажи: _____
- Рекламная кампания: _____
- Личный брендинг: _____

Опишите свое видение продукта:

- Назначение: _____
- Уникальность: _____
- Центральная тема: _____

Контент-план на неделю:

	08:57	11:30	13:51	16:56	17:52	19:05	21:00	23:50
Понедельник			Выпуск подкаста					
Вторник								
Среда					Статья-обзор с сайта			
Четверг								
Пятница				Фотографии. Анонс подкаста				
Суббота							Статья в группе	
Воскресенье								

Какие посты могут быть:

- Посты с авторскими видео, аудио
- Подборки авторских материалов
- Статьи
- Развлекательные: притчи, тесты, списки, загадки
- Брендированные мотиваторы, подборки картинок
- Новости компании / о продукте
- Акции, скидки, распродажи
- Реклама
- Информационно-познавательные (ценные для ЦА)
- Игровое взаимодействие с участниками группы
- Опросы на стене
- Серии постов
- Посты, стимулирующие просмотры альбомов, обсуждения
- Коммерческие посты
- Ценная информация + коммерческая часть

СОВЕТЫ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ДЛЯ АДМИНИСТРАТОРОВ

Не все советы обязательны, но в совокупности все действия значительно усиливают эффект самостоятельных усилий по раскрутке группы.

1. При репосте записи обязательно добавляем комментарий (это увеличит охват) с призывом к действию и пользой, которую получит пользователь:
    a) Подписывайтесь! Здесь мы делаем обзоры на рестораны и кафе Тамбова. Мы взяли на себя мучительный вопрос: «Куда сходить и что попробовать?» Всю информацию вы получите из первых уст. Экономьте время и здоровье – читайте обзоры.
    b) Подпишись и забудь вопрос: «Чем заняться в Тамбове?» Здесь жители Тамбова постоянно пишут обзоры на рестораны и кафе. Теперь недобросовестные рестораторы ответят за все. Если они вас не слышали, то в этой группе к вам прислушиваются!
    c) А вы знали, что в Тамбове есть образовательное шоу о ресторанном бизнесе? Первый официальный подкаст. Теперь вы можете узнать изнанку любого ресторана. Только напишите кто вам интересен – и мы его найдем!
2. При публикации подкаста, обязательно указываем ссылки на каналы Яндекс.Музыка и iTunes. И стимулируем подписчиков оставлять отзывы о заведениях в обсуждении:
    a) Все к прослушиванию! И не забывайте делиться своими мнениями о ресторанах и кафе Тамбова в нашей группе. Без ответа мы их не оставим. Выйдем на администраторов и заставим ответить за плохие отзывы.
    b) Слушаем новый выпуск подкаста! В среду опубликуем обзор на заведение. Хотите тоже писать обзоры? Пришлите нам в сообщения обзор в .docx на любое заведение. Совместно его доработаем и опубликуем на сайте под вашим именем.
    c) Нажимаем PLAY и 30 минут получаем качественный обучающий контент из уст администраторов и владельцев ресторанов и кафе Тамбова. Если вы были в этом заведении, то обязательно оставьте отзыв в обсуждении.
3. При публикации анонса подкаста с фотографиями, пишем примерный текст: «Записали крутой эфир с [Название]. Открыли новую дверь в понимание успеха ресторанного бизнеса. В записи принимали участие: [Имя] (должность)… В понедельник, как всегда, – подкаст (первый в Тамбове!), а пока фоточки: … [Краткая информация о заведении]. РН: [Имя].
4. Видео загружается напрямую на хостинг ВК. Это увеличивает охваты видео. Статьи (кроме обзоров) публикуются через инструмент ВК «Статьи». Незабываем комментировать записи и обсуждения. На все комментарии обязательно отвечаем. Комментирующие должны чувствовать, что их понимают, принимают и заботятся о них.
5. Во время записи подкаста делаются фото, показывающие закулисье этого процесса. Участники записи выкладывают это фото с примерной подписью: «С записи нового выпуска подкаста «ТьFOOD» от портала resteach.ru. Подписывайтесь на группу и будьте всегда в курсе новостей: куда сходить, чем перекусить, где отдохнуть, куда устроиться. Сделаем город лучше, и сервис, и еду!» И не забываем делиться новостями о проекте. Рассказывать о рабочих процессах в своих историях.
6. Записываем сториз, где делимся планами о записи выпусков или организации мероприятий. Ставим геолокацию, где может находиться заинтересованная аудитория или геолокацию заведения и популярные хэштеги в нашем регионе. Пытаемся максимально вовлечь людей в обсуждение.
7. Образовательные статьи публикуются в группе через инструмент «Статьи» раз в неделю. Но заранее выкладываются на сайте. При возможности публикуйте эти статьи по ссылке на своих страницах или отправляйте в личку заинтересованным в этой информации людям. Стимулируйте оставлять комментарии под статьей.
8. Лайкаем большую часть комментариев под постами в группе. Одобрение нравится людям.
9. Описание нашей аудитории:
    a) Тамбов. Мужчины и женщины от 18 лет, активно посещающие рестораны и кафе Тамбова или работающие в сфере общепита.
    b) Мы можем им предложить: бесплатный образовательный подкаст для тех, кто развивается в этой сфере (записать выпуск подкаста); обзоры заведений; статьи по маркетингу и менеджменту; тренинги для руководителей, персонала и гостей. Можем помочь с маркетингом и PR.
    c) Косвенные сегменты: организация мероприятий; фоторепортажи; копирайтинг для сайта; тайный покупатель; площадка для размещения вакансий.
    d) Клиенты интересуются в ВК: спорт; идеи для бизнеса; свое дело (пятница); саморазвитие; бизнес, успех, мотивация; здоровье; киномания; мой Тамбов; путешествия; ресторано; подслушано в Тамбове; психология; ресторанный маркетинг.

РАЗОГРЕВ РЕЧЕВОГО АППАРАТА

Перед интервью необходимо разогреть речевой аппарат. Гости интервью редко это делают. Поэтому знакомство лучше начать с полезных упражнений. Это поможет настроиться на позитивную волну и снять напряжение.

Мычание. Сначала мычим на одной ноте, потом раскачиваем этот звук между двумя нотами. Упражнение помогает активизировать работу груди и живота, а также снять голосовые зажимы и сделать голос более выразительным.

Надувание шарика. С потоком воздуха от диафрагмы на одной ноте произносим долгий звук «и». Делаем свободно, без скачков, до тех пор, пока хватает воздуха. Таким же образом произносим остальные звуки: «э», «а», «о», «у». Второй частью этого упражнения является надувание шарика через коктейльную соломинку. Упражнение поможет сделать голос ровным и сильным.

Скороговорки. Проговаривайте в медленном темпе скороговорки. Постепенно увеличивайте темп. Когда появятся в трудности в произношении, начните их проговаривать с карандашом в зубах.

Бык тупогуб, тупогубенький бычок, у быка бела губа была тупа.

Колпак на колпаке, под колпаком колпак.

Купи кипу пик, пик кипу купи. Купи кипу пуха, кипу пуха купи.

Краб крабу сделал грабли. Подал грабли крабу краб: сено граблями, краб, грабь.

Кукушка кукушонку купила капюшон. Надел кукушонок капюшон.
Как в капюшоне он смешон!

Все бобры для своих бобрят добры. Бобры берут для бобрят бобы. Бобры, бывает, будоражат бобрят, давая им бобы.

Забыл Панкрат Кондратов домкрат, а Панкрату без домкрата не поднять на тракте трактор. И ждет на тракте трактор домкрат.

На меду медовик, а мне не до медовика.

Волховал волхв в хлеву с волхвами.

Город Нерль на Нерли-реке.

У нас на дворе-подворье погода размокропогодилась.

Говорил командир про полковника и про полковницу, про подполковника и про подполковницу, про поручика и про поручицу, про подпоручика и про подпоручицу, про прапорщика и про прапорщицу, про подпрапорщика, а про подпрапорщицу промолчал.

На дворе дрова, за двором дрова, дрова вширь двора, не вместит двор дров, надо дрова выдворить на дровяной двор.

Карл клал лук на ларь. Клара крала лук с ларя.

Из кузова в кузов шла перегрузка арбузов. В грозу в грязи от груза арбузов развалился кузов.

Две реки: Вазуза с Гжатью, Вазуза с Гжатью.

Шли сорок мышей, нашли сорок грошей, две мыши поплоше нашли по два гроша.

Интервьюер интервента интервьюировал.

Орел на горе, перо на орле, гора под орлом, орел под пером.

Чтение вслух. Прочитывайте вслух отрывки, главы книг, пьесы, стихотворения при каждом удобном случае. Так вы не только улучшите дикцию, интонацию, эмоциональную окраску и правильность речи, но и увеличите словарный запас и научитесь легко и точно выражать мысли. При чтении, чтобы понять, как действительно звучит ваш голос, одну ладонь расположите у левого уха, другую – на расстоянии нескольких сантиметров у рта. В качестве примера можно использовать четыре отрывка из книги «Наука любви» Публия Назона Овидия:

Модные женщины так на модные зрелища рвутся:
Толпы красавиц текут, в лицах теряется глаз.
Все хотят посмотреть и хотят, чтоб на них посмотрели, –
Вот где находит конец женский и девичий стыд.

В винном пылу дозревает душа до любовного пыла,
Тяжкое бремя забот тает в обильном вине,
Смех родится в устах, убогий становится гордым,
Скорбь отлетает с души, сходят морщины со лба.

Нежели женщина станет противится ласке мужчины, –
Как ни твердит «не хочу», скоро захочет, как все.
Тайная радость Венеры мила и юнцу и девице,
Только скромнее – она, и откровеннее – он.
Если бы нам сговориться о том, чтобы женщин не трогать, –
Женщины сами, клянусь, трогать бы начали нас.

Что не готово, того не показывай взгляду мужскому –
Многих на свете вещей лучше им вовсе не знать.
Весь в золотых скульптурах театр – но вглядись и увидишь,
Как деревянный чурбан тоненьким золотом крыт.
К ним не дают подходить, покуда они не готовы –
Так, в далеке от мужчин, строй и свою красоту.

Чтении стихов помогает развивать эмоциональную окраску речи. Чтение прикладной литературы развивает дыхание. Некоторые предложения очень длинные, со сложными оборотами и словами, что нужно заранее определить где сделать вдох-выдох. В качестве примера можно взять два отрывка из книги «Толкование сновидений» Зигмунда Фрейда:

Некоторые авторы, не сомневающиеся в тесной связи содержания сновидения с бодрственной жизнью, обратили внимание на то, что впечатления, интенсивно владеющие бодрственным мышлением, лишь в том случае воспроизводится в сновидении, когда мышление до некоторой степени успело отодвинуть их на задний план.

Сюда относится утверждение Пильца, согласно которому наблюдается определенное взаимоотношение между временем сна и содержанием сновидений: в глубоком сне ночью репродуцируются впечатления последнего времени, к утру же наиболее ранние.

Упражнение для тренировки низкого дыхания, успокоения нервов и сосредоточению: «пшшшшш», «жжжжж», «ззззз».
Упражнение на придание голосу силы: «иии» (долгий звук д о тех пор, пока хватает воздуха», «эээ», «ааа», «ооо», «ууу».
Упражнение на освобождение лицевых мышц: губы трубочкой – слог «кью» и — «икс» – с растянутыми в улыбке губами.
Упражнение на расширение диапазона: «Краской крашу я карниз: вверх и вниз, вверх и вниз. Вот и выкрашен карниз».
Упражнение на снятие голосовых зажимов: эмоциональное пение на несуществующем языке.

ОБРАБОТКА ЗАПИСИ ПОДКАСТА

Первым делом мы избавляемся от шумов на заднем плане. Для этого используем плагин iZotope RX 5 De-noise. Выделяем фрагмент с шумом без голоса. Выбираем “Learn”, проигрываем и настраиваем оптимальный звук, используя ползунки “Tresholds” и “Reduction”. Удаляя шум, удаляется полезный сигнал. Поэтому, нужно быть осторожнее с такими плагинами реставрации.

Следующим шагом мы убираем ненужные низкие частоты до 60 Hz и снижаем те, которые слишком бубнят или свистят до 2000 Hz. 50Гц (сетевой гул) + разной интенсивности обертоны удаляются без жалости. Для этого используем плагин FabFilter Pro-Q 2. Главное правило – лучше что-то не убрать, чем убрать много.

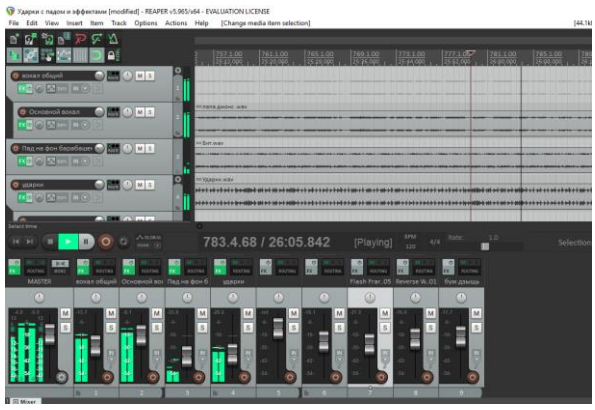
0 – 110 Гц – очистка вокала от низкочастотных шумов; 150 — 500 Гц – добавление интенсивности и полноты звучания; 1000 — 2000 Гц – избавление от эффекта «носового» характера голоса; 3000 Гц – добавление энергичности; 5000 – 7000 Гц – разборчивость, чёткость и эффект присутствия; 10000 – 15000 Гц – прозрачность, живость и лёгкость.

Затем убираем сибилянты, используя “De-Esser”. И выравниваем уровень звука, через компонент “Compressors” плагина iZotope Nectar 2. Если вылезли шумы, то можно их чуть сгладить любым шумоподавителем. Но при окончательном сведении, мы вернемся к чистке звука, через готовые шаблоны.

На данном этапе мы получаем ровную дорожку без скачков. Вырезаем ненужные моменты (вздохи, паузы и другие “артефакты”) в записи, то есть – “причесываем” ее. Конечный файл не должен превышать длительность в 35 минут.

Если запись производилась в слишком шумном помещении, то дополнительно применяем “De-reverb” и “Gate”. Сохраняем и переходим в готовый проект.

В проекте следующие дорожки: ударные (-27,2dB), пады (-23dB), эффекты (Sony Sound Effects Series) и вокал. На вокал навешаны следующие эффекты: De-Esser (на очень высоких частотах); EQ (с поднятием на 1186 Hz для лучшей разборчивости вокала в миксе); Compressor (с поднятием Gain), Saturation (Amount – 50%, Mix – 76,1%), FX (Modulate – Chorus, Send – 19,1%, Feedback – 12,4, Depth – 50), Limiter.



Сатурация насыщает сигнал ламповыми гармониками. Гейт убирает звук, когда нет полезного сигнала. Сильнее всего голос «свистит» в диапазоне от 4кГц до 6кГц

Можно использовать шаблон iZotope Nectar 2 – Voice Over & Dialogue – Intense Movie Trailer.

Для обработки барабанов используется шаблон iZotope Ozone 5 – House Master – EQ Enhance. Тот же шаблон используется для обработки падов. На мастер-трек накладывается плагин iZotope Ozone 5 с шаблоном “CD Master”.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ВЫПУСКОВ НА ПРОВЕРКУ ЗНАНИЙ

На случай, если возникнет неловкая пауза или по ощущениям, что что-то было упущено и тема не раскрыта полностью, можно воспользоваться следующими вопросами. Если вопрос был использован в каком-то из выпусков, то необходимо сделать пометку. Вопросы не должны повторяться.

Заранее необходимо определить тему выпуска. Не должно быть много чередующихся вопросов. Должен быть разговор. Например, в качестве темы можно обозначить: «Сегодня я решил сделать обход по нескольким кальянным и поговорить с кальянщиками на тему, как дешево заказать самый ароматный кальян?» Это одна тема. В другом выпуске можно озвучить тему самого бизнеса: «Минздрав одобрил запрет на кальяны в кафе и ресторанах. Попадут ли под этот закон кальянные? Если да, то что будут делать учредили? В качестве бонуса выпуска, поговорим о том, как выбрать кальян для дома. Имеет ли размер значение?»

- ☐ Как вы понимаете эту пословицу: если у тебя два хлеба, один продай и купи себе лилию? (Китайская). Порченый плод упадет раньше спелого. (Итальянская). Никто не знает о горшке больше чем ложка. (Анды). Трезвеннику неведом вкус холодной воды с похмелья. (Японская). Не сыпь яд тому, кого можно убить лакомством. (Индийская). В саду растет куда больше того, что посадил садовник. (Испанская). Самое опасное для жизни блюдо - свадебный торт. (Американская). Собаку съел, да хвостом подавился. (Русская)
- ☐ Какие проблемы обслуживания существуют в ресторанном бизнесе? Незнание меню. Неряшливость официантов. Разговоры сотрудников между собой в зале. Грязная посуда и посуда со сколами. Использование дешевого сырья на кухне и в баре. Отсутствие салфеток, зубочисток, соли и перца. Тараканы, мухи и муравьи.
- ☐ Опишите, что не допускается в стандарте внешнего вида менеджера. Галстуки эпатажных стилей. Чрезмерно удлиненные и короткие галстуки. Объемные трикотажные изделия, светы с высоким воротом и джемперы спортивного стиля, майки, спортивные футболки, шорты. Сандалии и спортивная обувь. Носки со спортивной символикой. Гольфы, носки с юбкой. Волосы длиннее ворота рубашки (для мужчин), прическа конский хвост (несобранные волосы). Пирсинг, татуаж, экстравагантный стайлинг. Длинные накладные ногти. Массивные браслеты, броские кольца. Крупная яркая бижутерия.
- ☐ Опишите стандарт внешнего вида официанта. Чистая и выглаженная униформа, бейдж с именем на левой стороне. Черные брюки, черные джинсы, черные плотные легинсы. Закрытая черная обувь. Допускается белая подошва. Длинные черные носки/чулки. Чистые коротко подстриженные волосы с аккуратной классической прической или с аккуратно собранной классической прической, естественных оттенков (для женщин). Чисто выбритое лицо с ухоженными усами и бородой. Естественные тоны макияжа. Чистые руки с коротко остриженными ногтями или чистые руки с маникюром, лак постельных тонов. Допускается обручальное кольцо и маленький нательный крестик без камней. Маленькие не висящие серьги без камней. Нейтральный запах либо легкий аромат парфюмерии.
- ☐ Как вы подготавливаете зал к открытию и закрытию? Проветрить помещение. Проверить столы и стулья. Проверить текстиль. Разложить салфетки, проверить спецовники (емкость для специй). Проверить чистоту посуды. Укомплектовать барную станцию бокалами. Провести брифинг. Сделать сервировку на следующий день. Проверить сроки годности.
- ☐ Что означает «накрахмаленная рубашка» и «накрахмаленная скатерть»? Ткань после стирки полощут в воде с растворенным крахмалом. Мягкий раствор используют для постельного белья. Крахмалят вещи для того, чтобы они держали желаемую форму и дольше оставались свежими и чистыми.
- ☐ Какие основные методы продаж вы знаете? Кивок Салливана (кивок головой, при перечислении блюд). Цепочка (основное блюдо – гарнир – соус – алкоголь). Метод Штирлица (выгодные позиции указываются в начале и конце). Альтернативное предложение (если блюдо в стоп-листе). Тейбл-тенты (акции на столах). Исключение из речи «не» (подталкивает к отрицательному ответу). «Горячие» продажи (гоу-лист по кухне и бару). Сопутствующие продажи (гарнир, соус, хлеб, напитки, десерт).
- ☐ Расскажите технику подачи блюд. Сначала проверить сервировку. Столовые приборы держат за боковую часть, ближе к краям. Большие тарелки запрещается переносить в руках. Большой палец не должен находится на краешке тарелки. Все блюда ставятся с правой стороны, правой рукой. Озвучивается название. Предупредить, что блюдо горячее. Пожелать приятного аппетита. «Могу ли я забрать тарелку?» Сервировать стол новыми приборами.
- ☐ Расскажите правила подачи напитков. Напитки обязательно выносятся на подносе. Время подачи напитка – не более пяти минут. Напитки ставятся с правой стороны от гостя, при этом произносятся их названия. Бутылку открывают при госте, этикеткой к гостю. Официант должен знать состав коктейлей. Подливать должен только официант. Чай и кофе подаются с правой стороны, чашку с блюдцем перед гостем, ручка повернута вправо. Ложка располагается на блюдце за чашкой на «три часа».
- ☐ Знаете ли вы 7 шагов сервиса? 1. Встреча гостя, знакомство с ним (плюс заказы на аперитив). 2. Принятие основного заказа. 3. Вынос аперитива и хлеба. 4. Выполнение основного заказа. 5. Чек-бек («Вам понравилось блюдо?») 6. Десерты и дижестивы. 7. Расчет гостя, прощание.
- ☐ Какие правила этикета в ресторане вы знаете? "Не приступай к еде, пока официанты не закончили подачу блюд и пока все гости не сели за стол". "Начинай с приборов, которые лежат дальше от края тарелки, с внешней стороны". "Не клади на стол предметы, которые не относятся к еде".
- ☐ Верно ли то, что шотландский виски (скотч) по правилам должен быть изготовлен из ингредиентов, произведенных в Шотландии и на шотландской территории? Да, даже смесь ячменного и зернового виски (бленд), чтобы носить наименование шотландской, не должна содержать ничего иностранного.
- ☐ Каким образом используется торф в приготовлении шотландского виски? Торф дает виски копченый аромат. Им топят сушилки для проросшего ячменя, когда прекращают его проращивание.
- ☐ Любой ли ячмень годится для производства виски? Ячменя в мире более 300 тысяч сортов, но для виски годятся всего два-три
- ☐ Знаете ли вы о правиле лимонной дольки? Если блюдо может улучшить сок из ломтика лимона, то оно будет идеально сочетаться с высококислотными белыми винами вроде совиньона блан или рислинга

- ☐ Назовите страны Нового Света. Почему они появились? США, Аргентина, Австралия, Чили, ЮАР, Новая Зеландия. В 1970-1980 во многих регионах качество вина было не стабильным. И пошли слухи, что за океаном делают приличные вина по низкой цене. Благодаря грамотному маркетингу, к нулевым годам все стали воспринимать вина Нового света как данность. А совиньон блан из Новой Зеландии даже копируют в Старом Свете, а не наоборот. В 2009 году Французский комитет советников по внешней торговле официально ввел в обиход понятие «Новый Новый Свет». В него войдут страны, которые к 2050 году могут поменять картину мировой винной торговли вином. Бразилия, Индия, Китай, Северная Африка, Восточная Европа. В этих странах сейчас развивается виноделие.
- ☐ Какие факты о пользе вина вы знаете? 1906 год. Немецкий профессор Нойбауэр публикует исследования роли вина в лечении диабета. 1939 год. Установлено, что в вине в больших количествах содержится витамин В. 1961 год. Профессор Маскелье опубликовал результаты исследований: полифенолы, содержащиеся в красном вине, снижают уровень холестерина в крови. 1991 год. Эрик Римм, доцент Гарвардского института здравоохранения, доказал, что умеренное употребление вина положительно сказывается на состоянии сосудов. 2003 год. Гарвардские ученые обнаружили, что два бокала красного вина в день снижают риск ишемического инсульта на 40%. 2005 год. Исландские ученые установили, что употребление красного вина снижает риск катаракты. 2010 год. Комитет по питанию при Минсельхозе США приводит результаты исследований, доказывающих, что среди людей, пьющих вино в умеренных количествах, риск развития диабета гораздо ниже.
- ☐ Что вы думаете о французском парадоксе? В 1992 году доктор Рено открывает французский синдром. У жителей Франции при высококалорийном рационе питания и обилия в нем жиров сравнительно низкий уровень сердечно-сосудистых и онкологических заболеваний. И причиной парадокса может являться употреблением французами красного сухого вина.
- ☐ Какая температура идеальна для приготовления эспрессо? 95°-95,5° – идеально. 94°-94,5° – кислый вкус. 96° – потеря вкусовых качеств. 96,5° – горький/жженный вкус.
- ☐ Как происходит чистка кофемашины? После чистки портафильтра, нужно приготовить «оросительную» порцию, которая подготовит металлическую поверхность к работе. Портафильтры нужно замачивать каждую ночь. Каждый вечер нужно снимать и очищать дисперсионные сетки-рассекатели, а также носики паровика и прочищать отверстия скрепкой.

ВОПРОСЫ ДЛЯ УЗКОТЕМАТИЧЕСКОГО ВЫПУСКА

Здравствуйте! В эфире первый официальный подкаст Тамбова «ТьFOOD», где мы говорим о ресторанном бизнесе. А на портале resteach.ru делаем обзоры на лучшие заведения общепита Тамбова и области.

Сегодня я в гостях у ресторана [Название], [адрес]. И в этом выпуске затронем важную тему – с чего начинается развитие карьеры в этой сфере? Почему, кто приходит в нее, уже никогда не уйдет? И кто так и останется всю жизнь официантом?

[Интервьюируемый]: «Здравствуй, Саш! Меня зовут [Имя]. Я являюсь управляющей этого ресторана. И сразу же отвечу на твой вопрос про карьеру».

А теперь зададим вопросы официанту [Имя]. И первый вопрос: «Расскажи о трудностях своей профессии. Хотя. Давай выделим 5 трудностей в профессии официанта. Итак, первое – …».

Каждый ли официант может вырасти до управляющего?

Может ли человек без опыта официанта прийти на руководящую должность?

За что вы можете уволить? Есть ли что-то такое, после чего сразу готовы повысить человека в должности?

Как вы подбираете персонал? С какими трудностями часто приходится сталкиваться?

Каким образом вы мотивируете своих сотрудников? Плохая мотивация лежит на вине руководителя? За что можете дать премию и за что оштрафовать? Создаете ли конкуренцию между сотрудниками?

Трудно быть руководителем? Что вы делаете, если сотрудник вас не слушается? Что делаете, если сотрудник имеет руководительские качества сильнее, чем у вас?

Готовы ли вы перейти в линейный персонал? В каких случаях?

Ваши ошибки, которые вы усвоили за свой опыт и никогда ни при каких условиях больше не совершите?

Если девушка работала официанткой или работает сейчас, то стоит ли ее вести на свидание в ресторан?

Каждый официант привносит в работу что-то свое. Что привносите вы?

Какое отношение с персоналом должно быть?

Что вы ни в коем случае не будете делегировать?

Кого бы вы взяли на работу: профессионала или энтузиаста? А кого выбрали бы на самом деле? Какие вопросы задаете на собеседовании? Стоит ли брать на работу бывших сотрудников?

С какими трудностями вы встретились в самом начале своей карьеры? Существует ли карьерный рост?

Кто будет лучшим руководителем у ресторана: мужчина или женщина? Какие плюсы есть у каждого пола в этой сфере?

Согласны вы с мнением, что власть не строится иерархически и любой сотрудник может подорвать уважение к руководителю?

Какое у вас образование? Почему решили связать свою жизнь со сферой общепита?

Как часто у вас бывает полная посадка? Чем вы развлекаете себе, когда полная тишина в зале?

Расскажите интересный случай из своей работы?

Какие плюсы вы видите у этого работодателя?

Что нельзя делать официанту?

Таким образом составляются вопросы для эфира подкаста и интервьюирования персонала. За один эфир можно опросить несколько человек и тем, а можно сконцентрироваться на одном сотруднике и одной теме. Эфир можно закончить цитатой, пожеланиями, выводом или фразой: «Меня зовут [Имя]. И в эфире был подкаст «ТьFOOD» от resteach.ru. Подписывайтесь, рассказывайте и посещайте правильные места».

ВОПРОСЫ ДЛЯ УЧРЕДИТЕЛЕЙ И УПРАВЛЯЮЩИХ

Как вы поняли, что готовы начать свое дело? Какой предыдущий опыт оказался самым нужным в построении своего бизнеса? Что посоветуете начинающим предпринимателям?

Какие правила и нормы чаще всего нарушаются? Какие проблемы бывают с проверками и различными органами?

Почему многие предприятия закрываются через год? Почему к ним не идут гости? Что вы используете в продвижении и привлечении гостей?

Большая ли у вас текучка? Есть идеи, как ее можно остановить и начать выращивать специалистов?

Вы контролируете все аспекты или касаетесь только одной какой-то части операционки?

Какие комплименты вы делаете гостям? За что можете дать скидку гостям?

Обучаете ли вы свой персонал? По каким направлениям? Чему бы вы их хотели обучить?

Какие проблемы бывают с гостями, которые приходится вам разрешать? Какие проблемы бывают с персоналом?

Какие планы по развитию? Чем ваш план отличается от других? Какова главная цель всего пути?

Кто ваш самый главный конкурент? Как вы к нему относитесь? Чем он лучше вас? Чем вы лучше его?

Что самое сложное в ресторанном бизнесе? Это ваш единственный бизнес?

Какие 3 совета вы дадите начинающим предпринимателям?

Как вы договариваетесь о проведении мероприятия с музыкантами и DJ? Работать с партнерами – это зло? Как вы улаживаете конфликты между собой?

Кто ваш идеальный гость?

Какое местоположение для ресторана не самое удачное?

ВОПРОСЫ ДЛЯ МЕНЕДЖЕРОВ И ШЕФ-ПОВАРОВ

В какие сезоны на что падают продажи, а на что поднимается?

Привлекаете ли вы гостей или это не входит в ваши обязанности?

Что вы скажите начинающим руководителям, у которых еще не было такого опыта?

Часто ли вы испытываете стресс? Как с ним справляетесь?

Проходите ли вы тренинги и мастер-классы для повышения уровня мастерства?

Каким должно быть идеальное меню?

Как вы боретесь с воровством?

Что лучше закупать в розницу, а что в опт? Какие полуфабрикаты вы используете?

Как вы боретесь с излишками и отходами?

Какой у вас функционал? Какие запреты есть в управлении персоналом?

Гость хочет заказать у вас банкет на 80 человек, но говорит, что ваши конкуренты предлагают арендную плату ниже, а также у них есть список бонусов для банкетов от 50 человек. Ваши действия.

Собираете ли отзывы у гостей?

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОФИЦИАНТОВ И БАРМЕНОВ

Какие инструменты продаж вы знаете? Каким образом делаете дополнительные продажи? Если гость попросит скидку, то откажете?

Говорят, что зачастую для клиента более важно оформление блюда, чем его вкус и качество. Согласны?

Попробуйте мне на словах продать запах мяса или запах Дайкири (светлый ром, сок лайма и сахар)?

Умеете ли вы разбираться в гостях? Какую типологию можете вывести исходя из своего опыта?

Гость требует себе скидку, которую вы не можете предоставить. Что вы будете делать?

Как вы будете действовать в ситуации, если гость предъявляет претензию к качеству идеально приготовленному блюду?

Почему в ресторанах ножи (сервировочные) всегда тупые? В каких случаях вы можете подать острый нож?

Нужно ли официантам обучаться хореографии?

Как правильно подобрать вино и еду? Какие основные правила можете дать?

ВОПРОСЫ НА ЗНАНИЕ КЕЙТЕРИНГА

Что входит в важную основу выездного ресторанного обслуживания?

Что делать, если что-то пошло не так? Сможете привести частые проблемы и способы их решения?

Что чаще всего используется в сервировке и украшении?

Часто бьется посуда? Ложки с ножами часто воруют? Где можно дешево купить хорошую посуду?

Как происходит процесс переговоров с клиентами?

3 совета для тех, кто хочет связать свою жизнь с выездными мероприятиями?

Когда спрос падает на услуги, а когда повышается на столько, что есть риск взять заказов больше, чем сможете организовать?

Без какого оборудования нельзя обойтись и на чем лучше не экономить? Как вы защищаетесь от аннулирования заказа?

ВОПРОСЫ НА ЗНАНИЕ СЕРВИСА

Исследование Национальной федерации независимого бизнеса и American Express показало, что чаще выживают компании, предлагающие высокое качество обслуживание, а не низкие цены. И больше половины предприятий закрываются в первые годы существования. Сможете объяснить, почему?

Сервис кроется в мелочах. Какие мелочи у вас создают атмосферу королевского сервиса?

В сфере услуг нужно постоянно находить новые способы угодить клиенту. Что вы делаете, чтобы у гостя возникло желание прийти еще раз к вам, захватив большую компанию (чтобы покушать и получить тот самый сервис)?

Как часто вы меняете испорченную мебель и предметы интерьера? Что может погубить бизнес?

Как быть всегда на шаг впереди конкурентов?

Что необходимо сделать, чтобы устроить такой вечер, который даже самые взыскательные клиенты будут долго вспоминать с изумлением и благодарностью?

В хорошей обстановке и с лучшим оборудованием приятнее работать. Что вы делаете, чтобы повысить комфорт в работе коллектива?

ПЛАН ПРОДВИЖЕНИЯ РЕСТОРАНА НА 7 ДНЕЙ

День 1. Понедельник. Выкладываете бекстейдж-фото со съемок (их должен был сделать кто-то из персонала). Делаете анонс предстоящего подкаста. В посте рассказываете: кто принимал участие, о чем говорили, что недосказали и описываете общие впечатления об этом опыте. □

В понедельник лучше рассказывать истории и не публиковать коммерческие посты, логические задачи и рекламу. Контент должен быть «легким» и мотивирующим. Ели вы до сих пор не определили желаемую для себя ЦА, то сейчас самое подходящее время.

Чтобы составить портрет ЦА, необходимо заполнить следующие пункты: 1. Пол; 2. Возраст; 3. Район жительства; 4. Семейное положение; 5. Образование; 6. Доход; 7. Род деятельности; 8. Интересы; 9. Проблемы ЦА (чего боятся и чего не хотят?); 10. Время активности ЦА в интернете.

День 2. Вторник. Сделать репост выпуска подкаста. К сожалению, на данный момент нельзя публиковать подкасты в группах, которые не подключены к подкастингу ВК. Если не любите репостить записи, то можете разместить ссылку на Яндекс.Музыка. Обязательно добавьте, чтобы люди делились мнениями и давали обратную связь. Это увеличит вовлеченность вашей аудитории. □

Вторник, среда и четверг являются самыми оптимальными днями для размещения рекламы. Молодежь активна в дневное и ночное время. Работающие люди активны за завтраком/обедом и в пути до/с работы. Считается, что лучшие часы с 7:00 до 12:00 и с 19:00 до 21:00.

День 3. Среда. Фотограф присылает профессиональные фотографии. Выкладываете в группе ресторана. Каждый, кто принимал участие в записи, выкладывает фотографии на своих личных страницах. Если на фото будут гости и на столе стоять блюда, то сделайте их краткое описание. Среда – хорошее время для интересных историй по принципу: ценная информация + коммерческая часть. □

Для продвижения могут быть использованы хэштеги: #resteach, #tfood, #тьфуд, #тьfood #ПодкастТамбов, #подкаст68, #рестич #РестораныТамбова. Геолокацию необязательно указывать на свой ресторан. Можно каждый раз указывать самые публичные места, например: «Рио Тамбов, Советская 99а».

День 4. Четверг. Выходит статья на сайте. Размещаете в группе ссылку на статью. Но также выкладываете часть текста, чтобы у подписчиков появилось желание перейти по ссылке и дочитать статью. Можете указать, с чем согласны в обзоре, а с чем – нет. И уточняете, что тем, кто подписан на группу, в течении недели даруется 10% скидка. □

В этот день стремитесь к максимальному взаимодействую с подписчиками. Публикуете: опросы, игры, авторские материалы, посты (стимулирующие просмотры альбомов и обсуждений), коммерческие посты (акции, скидки, распродажи, привлечение внимания к позициям меню).

День 5. Пятница. Делаете акционный день на одно блюдо или напиток. Не бойтесь делать комплименты гостям в виде супа, чашечки кофе, второго пива и т. п. В долгосрочной перспективе это все окупится с лихвой. Можно делать комплимент за фото-отзыв с указанием хэштега и геолокации. Но об этом нужно предупредить заранее в группе или сразу по приходу гостей. Официант так же должен спросить о выпуске подкаста и сказать, что послушать его можно в группе. Отзывы публикуете в сториз. □

В пятницу пользователи предпочитают: фото, короткие притчи, списки, интересные загадки, цитаты, развлекательные посты. В этот день недели люди не редко посещают общественные места. Смотреть видео, слушать музыку и читать полезные посты не всегда удается. В свободное время проведите анализ вашей страницы: 1. Лидирующие посты и посты-неудачники; 2. Общие черты в популярных постах; 3. Причины провальных постов; 4. Анализ конкурентов; 5. Брендинг персонала.

День 6. Суббота. Продумываете контент-план для своей группы. Для начала достаточно публиковать 1-2 поста с обзорами ваших блюд. Фото не должны быть профессиональными. Они должны быть живыми и настоящими. Обзоры должны вызывать эмоции. Так подписчики захотят прийти к вам в гости. □

Суббота – самый неактивный день. Вовлекать публику в обсуждения будет трудно. Контент, как в понедельник, должен быть «легким». Упор можно сделать на сториз. Идеи: 1. Итоги недели; 2. Показать рабочее пространство/производство; 3. Отзывы; 4. Анонс мероприятий; 5. Интересные факты; 6. Вакансии; 7. Акции на ближайшие дни; 8. Истории коктейлей/блюд; 9. Новости ресторана; 10. Простенький опрос.

День 7. Воскресенье. Планируете проведение мастер-класса по food-фотографии с участием блогера. Он покажет, как делать фотографии. Гости бесплатно создадут вам контент для репоста. И среди своих подписчиков укажут, где готовят такие красивые блюда. □

Ресторанам очень выгодно предоставлять площадку для мастер-классов фотографов, стилистов, бизнес-тренеров, бизнесменов и т. д. Для фрилансеров лучше предоставлять отдельные тихие места с розетками. Все эти люди – очень ценный ресурс для продвижения ресторана.

ОБУЧЕНИЕ В РАМКАХ ПРОЕКТА RESTEACH.RU

В рамках проекта resteach.ru мы организовываем тренинги по трем направлениям: тренинги для персонала; для руководителей и шоу-тренинги для гостей.

БЕСПЛАТНЫЙ ТРЕНИНГ

Прибыль – главная цель любого бизнеса. Хорошая реклама убивает бизнес, если в нем нет должного сервиса. Хороший сервис создают высококвалифицированные сотрудники. Но где им взяться, если текучесть персонала главная проблема ресторанного бизнеса? И эта проблема создает новую – нет прибыли. А если ее нет, то скоро не будет и бизнеса.

Деньги для бизнеса, как гормон роста. Без них бизнес не растет. В условиях конкуренции приходится постоянно лавировать. И первое, что делают рестораторы – снижают цены и делают скидки. Но помогает ли это? Не особо. А как же тогда без «лишних» денег на рекламу, маркетинг и прочее продвижение выйти победителем? Инвестировать в персонал. Делать акцент на сервис. Но не на тот, который стандартизирован, а которого не хватает людям.

Сколько ресторанов вы вспомните, в которых были восхищены тем, как вас обслужили? Таким рестораном должны стать вы. И приток гостей будет гарантирован. Люди будут приходить не из-за желания поесть, а потому что к ним будут относится как к важным персонам, со всей любовью, заботой и честностью. А нам всем этого не хватает!

Мы можем организовать обучение исходя из ваших запросов. Детально все обговорим, пропишем план обучения, составим методические пособия, рабочие тетради и дополнительные материалы для сотрудников. Но если вы сомневаетесь, то предлагаем вам организовать бесплатный часовой тренинг «СЕРВИС: искусство приветствия гостей на высоком уровне».

Наша цель превратить пассивного сотрудника в активного. Даже если он приходит раньше и уходит позже, то это ни о чем не говорит. Он может тратить свое время и ваши деньги на сплетни и распитие чаев. Сервис – это создание пользы для гостей. И она создается только определенными действиями.

ОБУЧЕНИЕ ДЛЯ ПЕРСОНАЛА

Как-то бармен опоздал на работу, а гости начали заказывать напитки. От обычного американо до сложных коктейлей. У менеджера были технологические карты, и он был подписан на каналы «Алкофан» и «ЕдимТВ». Регулярно изучал информацию об этом. Но, столкнувшись один на один с этим, растерялся. В хайбол перелил лёд из шейка. Не найденные ингредиенты заменил на другие. Не всем гостям пришёл по вкусу авторский подход. А все потому, что научиться навыкам из теории невозможно. Даже бармен не сможет профессионально продавать как официант, даже если проработал в этой сфере несколько лет.

Мы предлагаем вам провести обучение сотрудников не по теории. А исходя из вашей деятельности и позиционирования отточить нужные навыки. Единственное, что мы не сможем – научить тому, что сами не умеем. Даже, если у нас есть теоретический багаж. Теория будет в индивидуальных рабочих тетрадях. Но на тренинге мы полностью сконцентрируемся на упражнениях.

Большинство сотрудников не будут выполнять эти упражнения самостоятельно. Не будут читать книги. И не смогут заставить себя посвящать работе в свободное время.

Несмотря на полезность информации в интернете, она не адаптирована под определенное заведение. Есть немало обучающих курсов. Очень дорогих. Сотрудники, приходя на работу, начинают говорить «как нужно правильно работать». И не учитывают подход предпринимателя, корпоративную культуру, устоявшиеся традиции. Работа складывать не будет. Поэтому, лучше обучать сотрудников на месте. Мы учтём все пожелания и исходные данные. На их основе составим индивидуальную программу по следующим темам:

1. Актерское мастерство для официантов и барменов. Эмоциональное раскрепощение.
3. Навыки правильной коммуникаций. Развитие голоса.
4. Профессиональные навыки обслуживания. Техники основных и дополнительных продаж.
5. Развитие основных управленческих навыков для вступающих в должность менеджера.
6. Навыки запоминания меню и алкогольных карт с использованием нескольких методик.

Работать с профессионалами в своей команде всегда приятно. Тренинги для персонала выведут ваши продажи в ТОП. И вы утрёте нос конкурентам.

ОБУЧЕНИЕ ДЛЯ РУКОВОДИТЕЛЕЙ

Руководители, осваивающие новые компетенции и методы работы, приносят бизнесу уникальное конкурентное преимущество.

Работая с руководителями разных предприятий, мы отметили, что большинство из них не умеют организовать время персонала. Слишком долго выходят на связь. Попросту забывают об обещаниях. Не занимаются активной работой с ЦА в социальных сетях. Не видят стратегическое преимущество в организации мероприятий. И отказываются от идей, которые могут положительно повлиять на репутацию, трафик и продажи.

Немалая часть руководителей пришла из линейного персонала. Они завоевали доверие и авторитет. И их поставили на должность. Тут и начинаются проблемы от «как руководить друзьями» до «как повысить эффективность». Но самая главная проблема в том, что они не догадываются о многих методиках координации работы персонала и развития бизнеса. А кто, как не они должны заботиться об этом?

Цель нашего проекта: повышение уровня качества сервиса в заведениях Тамбова и области. И она достигается профессиональными руководителями. Обучаясь сами, они передают знания и навыки своим коллегам и подчиненным. Получается замкнутый круг. И уже без нашей помощи начнут восходить к вершинам те кафе и рестораны, в которые захочется постоянно ходить.

Мы можем предложить обучение по следующим темам:

1. Организация и управление временем. Целеполагание и планирование.
2. Контент-менеджмент. Писательское мастерство.
3. Личный брендинг и развитие экспертности.
4. Управление персоналом. Лидерство.
5. Составление эффективных тренинг-программ.

Исходя из ваших запросов и пожеланий, мы разработаем индивидуальную программу обучения. Только напишите – и мы начнём

ШОУ-ТРЕНИНГИ

Любые нестандартные мероприятия вызывают прилив обсуждений со стороны гостей и прессы. Делать лучше всех – проигрышная стратегия. Запоминаются отличные от других.

Тематические DJ-вечеринки (даже с дрянными девчонками) давно перестали привлекать людей. И новому заведению с чистой репутацией не получится этим к себе заманить. Потанцевали – разошлись.

Продуманная развлекательная программа создаст новый инфоповод для журналистов и блогеров. А хорошо организованная работа значительно увеличит средний чек.

Тренинг разработан таким образом, что полезные знания переплетаются с элементами шоу. А четко прописанный сценарий мероприятия учитывает все нюансы ресторанного бизнеса: не даст скучать гостям и не будет отвлекать от приема пищи.

Тренер ведет общение с залом и разбавляет серьезные темы юмором. А подобранное музыкальное сопровождение усиливает эффект от выступления. И все заканчивается бомбическим afterpaty, не дав публики устать от разговоров.

Организатор может внести свои коррективы в сценарий, изменить или дополнить, а также подобрать партнеров и спонсоров. Благодаря совместной работе организатора, тренера и DJ, мероприятие будут обсуждать даже те, кто на нем не был.

Автор программы детально изучил ресторанный менеджмент и event-маркетинг. Сценарий тренинга был написан после прохождения обучения в ресторанах и ночных клубах от официанта до управляющего.

Все участники тренинга смогут скачать дополнительные материалы и шаблоны. По желанию организаторов можно организовать выдачу сертификатов для оплативших участие и сотрудников ресторана. На сертификате размещается логотипом ресторана, тем самым сертификат превращается в рекламный продукт.

Event-фотограф сделает фотографии гостей, выложит на своих источниках со статьей-обзором мероприятия и ресторана. Нанятый видео-оператор сможет сделать динамичный трейлер с указанием в титрах места проведения.

Ну, что? Зажжем? Или подождем, когда это сделают конкуренты?

ЖУРНАЛ ИНТЕРВЬЮИРОВАНИЯ

№	Название	Участники	Материалы	Охват	Продажа	Комментарии
1	Тамбовское подкаст-шоу	Александр Верещагин	+	4К за неделю 32 л, 12 р		Зеленая, 13

РАСХОДЫ НА СУВЕНИРЫ

Дата	Наименование товара	Количество	Цена	Итого	Фирма	Комментарии
26.07.19	Значок 56 мм Магнит акриловый	3 5	90 руб 90 руб	720 руб	Уникум	ТЦ Айсберг ул.Советская 123

ОТЧЕТ ПО РЕКЛАМЕ И PR

Дата	Канал рекламы	Бюджет	Активность просмотры, комментарии, лайки	Новые подписчики	Кол-во продаж	Комментарии