

*Основополагающая цель любого ресторана – получение прибыли путем привлечения новых и постоянных гостей. Разработка гармоничного интерьера, приглашение профессионального шеф-повара и грамотное ценовое позиционирование, безусловно, играют значительную роль в становлении заведения, способствуют удержанию постоянных клиентов. Для привлечения новых посетителей будут незаменимы инструменты PR.*

*Нина Макогон, партнер Splendid agency, основатель блога FOODIKA.RU*

## СЕКРЕТЫ СОЗДАНИЯ САЙТА РЕСТОРАНА

В XXI веке Интернетом охвачены практически все сферы жизнедеятельности человека. Многие владельцы ресторанный бизнеса глубоко ошибаются, считая создание сайтов для кафе/ресторанов лишней тратой денег, отдавая предпочтение так называемому офлайну (размещение рекламных блоков в печатных изданиях и распространение листовок).

Помните, сайт ресторана – это бесплатная информационная площадка, с помощью которой вы доводите до сведения ваших гостей новости ресторана в том виде, в каком задумали. В

этой статье мы рассмотрим основные этапы создания сайтов для ресторанов:

1. Подготовительные работы.
2. Работа с подрядчиком по созданию сайта.

### ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЕ РАБОТЫ

Рекомендуется начать подготовку к созданию сайта за два-три месяца до открытия ресторана, чтобы у вас было время для внесения изменений в функционал, корректирования текстов и

т. д. Настоятельно не рекомендуется сначала открывать ресторан, а потом уже заниматься разработкой сайта, – это может негативно сказаться на репутации заведения.

А) Выбор доменного имени<sup>1</sup>.

Вам необходимо выбрать такое доменное имя, которое в идеале будет содержать название вашего ресторана. Потенциальный посетитель при прочтении вашего доменного имени должен понять, что он может получить, зайдя на ваш сайт.

Помните, если название вашего ресторана слишком длинное, то лучше придумать какой-либо краткий, хорошо звучащий вариант. Можно подобрать имя, которое не только указывает на название ресторана, но и имеет какую-то уникальность, присущую только вашему заведению (например, определенная кухня, расположение в регионе РФ).

Выбирайте такое доменное имя, при написании которого будет наименьшая вероятность того, что потенциальный гость при вво-

**РЕКОМЕНДУЕТСЯ НАЧАТЬ ПОДГОТОВКУ К СОЗДАНИЮ САЙТА ЗА ДВА-ТРИ МЕСЯЦА ДО ОТКРЫТИЯ РЕСТОРАНА, ЧТОБЫ У ВАС БЫЛО ВРЕМЯ ДЛЯ ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ В ФУНКЦИОНАЛ, КОРРЕКТИРОВАНИЯ ТЕКСТОВ.**

<sup>1</sup> Домен или доменная зона – это то, что размещено после точки в названии сайта, то есть .ru, .com, .info. Доменное имя – это определенный набор английских символов, цифр и дефиса, расположенных до точки (например, ribambelle.ru: ribambelle – это доменное имя, .ru – доменная зона). Исключением является регистрация доменного имени в кириллической зоне .РФ, в этом случае используются русские символы).

**Пример из жизни:**

Ресторан «Круаж» зарегистрировал сайт <http://www.kru-azh.com>, сложный для написания. Поэтому владельцы позаботились о том, чтобы при наборе в поисковиках словосочетания «ресторан круаж» сайт их ресторана выпадал первой строкой.

де адреса сайта ресторана допустит ошибку. Наибольшие проблемы возникают при написании русских слов латинскими символами. Наибольшие проблемы возникают при написании следующих символов: русский символ «к» можно написать как «k» или «c», символ «у» – как «u» или «y». Определенные трудности возникают при написании символов «sh», «zh», «j», «q», «x». Кроме этого, существует путаница при использовании в доменном имени цифр.

*Совет: Если при вводе доменного имени есть большая вероятность допустить ошибку, то зарегистрируйте также и домен с ошибкой.*

В последнее время очень многие владельцы доменных имен в зоне .ru регистрируют имя еще и в кириллической зоне .рф. В дальнейшем один из доменов можно использовать как основной, а с других сделать перенаправление на основной.

Б) Второй этап работы с доменным именем – это регистрация, которую должен произвести владелец бизнеса, доверенное лицо или проверенная IT-компания. Не рекомендуется доверять этот этап непроверенным компаниям, так как в этом случае безопасность и принадлежность сайта именно вам не гарантированы.

Вам необходимо отправить заявку на регистрацию уникального

доменного имени регистратору, например, в RU-CENTER. Проверить, свободен ли домен, можно через сервис whois на сайте nic.ru. Вы просто регистрируетесь на этом сайте, проверяете, свободно ли доменное имя в доменной зоне .ru, регистрируете сайт и оплачиваете покупку банковской картой (или электронными деньгами, как вам удобно). В случае если доменное имя, которое вы планировали зарегистрировать, занято, рекомендуем придумать производные. Стоимость доменного имени обычно варьируется у регистраторов от 200 до 500 рублей в год.

Не рекомендуется также размещение сайтов на доменах второго уровня с использованием бесплатных конструкторов сайтов (типа: narod.ru, wix.com, worldpress.com и др.) – это подрывает репутацию заведения.

Если вы не хотите в один «прекрасный» день потерять свой домен, то рекомендуется регистрировать доменное имя на личный паспорт ответственного лица/владельца бизнеса и исключить ошибки в написании персональных данных.

*Совет: Ежегодно вовремя оплачивайте и продлевайте делегирование ваших доменов.*

В) Обычно регистраторы сайтов типа nic.ru, reggi.ru и т. п. являются хостинг-провайдерами<sup>2</sup>. Для упрощения работы бухгалтерии рекомендуем регистрировать доменное имя и заказывать хостинг у одной и той же компании.

Г) Подготовка материалов.

Проведение фотосессии блюд (и интерьеров, если возможно) для использования их на сайте.

Д) Выбор компании подрядчика или фрилансера для изготовления сайта.

The screenshot shows the website for Dastarkhan, a restaurant specializing in Central Asian and Russian cuisine. The page features a large image of a woman in traditional dress serving food. The contact information is as follows:

- Адрес: Казахстан, Алматы, Ленинский проспект дом 00
- Телефоны: 222-11-44, 8-922-777-5888
- E-mail: [dastarkhan@almaty.ru](mailto:dastarkhan@almaty.ru)
- ICQ: 200-999

The menu section is titled "О компании" and lists the following items:

- 1 Главная (Ифо о компании)
- 2 Меню (обычайная доставка на дом и в офис)
- 3 Напитки
- 4 Кейтеринг (обслуживание банкетов и фуршетов)

There is also a section for "Кейтеринг" with a small image and text: "В собственности нашей компании находится внушительная база современного высокоскоростного оборудования для кейтеринга."

Источник: [www.st.fl.ru/users/roman\\_zeml](http://www.st.fl.ru/users/roman_zeml)

<sup>2</sup> Хостинговая компания (хостер, хостинг-провайдер, веб-хостер, HSP (Hosting Service Provider)) – компания, предоставляющая услуги по размещению оборудования, данных и web-сайтов на своих технических площадках (хостинг).



## НИНА МАКОГОН

Член Leaders club International, более пяти лет работает в сфере разработки пиар-стратегий для продвижения ресторанов в Москве. Начала карьеру в Группе компаний Аркадия Новикова, через год работала ассистентом в известном гастрономическом агентстве Splendid. Спустя некоторое время заняла должность управляющего партнера. Развивает новое направление по подбору персонала для ресторанов класса премиум в Москве и регионах.

В мае 2013 года был создан проект FOODIKA.RU – блог о женщинах-рестораторах, гастрономических фестивалях и новостях в сфере ресторанного бизнеса.

**info@foodika.ru**

Существует большое количество компаний, которые оказывают услуги по разработке сайтов, есть даже те, которые специализируются только на ресторанном бизнесе. Рекомендуем изучить рынок и отзывы ваших коллег/знакомых, портфолио будущего подрядчика.

После того как выбор сделан, необходимо подписать договор, при этом важно учесть следующие моменты:

- 1) оговорить точное количество дизайн-макетов сайта, которые вам обязан представить подрядчик (не менее двух);
- 2) все разработанные макеты являются вашей собственностью, и компания-подрядчик не имеет права использовать готовые макеты в собственных целях;
- 3) установить четкие периоды исполнения заказа и прописать условие о взимании неустойки за несоблюдение сроков.

## РАБОТА С ПОДРЯДЧИКОМ ПО СОЗДАНИЮ САЙТА

После выбора компании подрядчика или фрилансера для изготовления сайта требуется подписать договор на оказание услуг.

В тексте договора обратите внимание на следующие пункты:

1. Результаты труда исполнителя принадлежат заказчику – сайт, домен, хостинг должны принадлежать вам.
2. Исполнитель обязан представить 1–3 дизайн-макета сайта, из которых вы выбираете наиболее понравившийся.
3. После проведения всех необходимых работ и начала работы сайта исполнитель представляет полноценную инструкцию по управлению сайтом. К тому же заказчик, согласно договору, имеет право вносить изменения в готовый сайт, и исполни-

тель обязан устранять ошибки и недочеты только после удаления всех багов (ошибок).

4. Помимо изготовления сайта подрядчик может оказывать услуги по написанию текстов для сайта. Позаботьтесь о том, чтобы передать всю необходимую информацию заранее (описание общей концепции ресторана, количество посадочных мест, адрес, телефон, биография шеф-повара).

Приложением к договору должен служить бриф на создание сайта, в котором заказчик указывает все пожелания к сайту, в частности:

### *Пример из жизни:*

*Ресторан премиум класса на Рублевском шоссе изначально зарегистрировал домен bellini.pro, так как название ресторана «Беллини» достаточно распространено в РФ и доменное имя bellini.ru уже было занято. Такое решение значительно увеличивало бюджет ресторана на продвижение в Сети из-за доменной зоны .PRO. Приглашенное агентство по продвижению сайтов ресторанов порекомендовало придумать производное название и зарегистрировать домен belliniresto.ru, так как сайт рассчитан на аудиторию с определенной территориальной принадлежностью (только Россия) и доменная зона .RU является «домашней». В результате посещаемость сайта увеличилась в разы фактически без вложений в продвижение сайта.*



Источник: [www.evbenj.ru/](http://www.evbenj.ru/)

1. Укажите четкую структуру сайта: все разделы и подразделы.

Мы рекомендуем следующую структуру:

- о ресторане (подразделы: интерьер, информация о ресторане, новости);
- виды меню (основное меню ресторана, меню бизнес-ланчей, барное меню и пример банкетного меню);
- сведения о шеф-поваре/шеф-кондитере (если есть что рассказать о шеф-поваре, его опы-

те работы и поученных им наградах);

- контакты (адрес, телефон, онлайн-форма бронирования стола, схема проезда).
2. Укажите не менее двух сайтов ресторанов, которые, на ваш взгляд, являются идеальными.
3. Укажите специальные функции, например «поделиться в социальных сетях», «онлайн-заказ столика» и т. д. Таким образом, ваш сайт начнет «продавать».
4. Укажите пожелание по созда-

нию интуитивно понятной панели управления сайтом, что позволит вам быстро и самостоятельно опубликовывать новости ресторана на сайте.

5. Укажите ваши пожелания по типу платформы сайта. Мы рекомендуем воспользоваться бесплатными платформами типа wordpress, Joomla и т. п.

6. Укажите, что все работы по разработке нового сайта ресторана должны вестись на хостинге вашего подрядчика, чтобы посетители сайта не видели «полуфабрикат» сайта.

Итак, вы заключили договор с подрядчиком, стороны обменялись оригиналами документов, предоплата внесена (не более 30% от стоимости услуг исполнителя)... Далее необходимо установить «заглушку» на сайт (указать, что сайт находится на реконструкции, представить телефоны для связи). Данный пункт часто игнорируется заказчиками ввиду неопытности, что может стать причиной потери ваших первых лояльных гостей, способствовать упущению маркетинговых предложений по кросс- и промопродвижению, маркетингу и т. д.

Стандартный срок изготовления сайта составляет от одного до трех недель, поэтому рекомендуем начать работу по разработке сайта как минимум за месяц до момента открытия ресторана.

## КОММЕНТАРИИ ЭКСПЕРТОВ

**МАКСИМ ВИТОШИНСКИЙ,**  
управляющий бара «Клава»

– В современном мире сайт должен быть простым и понятным. Он должен быть легким, без разных флешей, доступным для клиентов. На нем обязательно должно присутствовать

меню с ценами. Фотографии интерьеров, подробная схема проезда как на машине, так и пешком. Легко находимые контакты заведения, информация о шеф-поваре и о концепции заведения.

На сайте вашего ресторана не стоит реализовывать ваши фанта-

зии в виде анимационных картинок. Например, чтобы попасть в меню, гость сайта должен пройти по стрелочке, убить полицейского и найти ключ. Это очень сильно раздражает, и человек вряд ли еще раз зайдет на сайт вашего заведения, а позже вряд ли появится и в самом ресторане.

Сайтом должны заниматься как минимум два человека. Дизайнер (который поддерживает ваш сайт, следит, чтобы все работало, и не допускает на нем ошибок) и менеджер, который, собственно, занимается контентом и наполнением вашего сайта. Он же и ведет общение с дизайнером.

Так как «Клава» входит в группу ресторанов «Семифреддо Групп», то у нас есть человек, который занимается общим сайтом всех ресторанов нашей сети. Когда у нас происходят какие-то изменения в меню, ими занимаюсь я. Всю информацию о наших событиях мы сейчас выкладываем в нашей группе facebook, за которую отвечает отдельный человек.



#### **ЕЛЕНА ХРЕНКОВА,**

*руководитель проектов коммуникационного агентства «Лонгмедиа»;*

**<http://longmedia.ru>**

– По-моему мнению, наполнение сайта – работа командная. В агентстве есть человек, ответственный за оперативное размещение новостной информации на корпоративной странице в социальной сети. Но концепция и оформление страницы обсужда-

*Маленький бар «Клава» на Патриарших – самое веселое и уютное место в пределах Садового кольца. Самая компактная летняя веранда во всем городе. «Клава» еще один проект «Семифреддо Групп» с Евгением Миттой, в котором мы продолжаем развивать тему взаимодействия современного российского искусства и питетейных радостей!*

ются совместно всеми сотрудниками. Это помогает эффективно доносить информацию о нашем агентстве до аудитории соцсетей. Что касается корпоративного сайта, то его разработкой занимались дизайнеры, а вот обновляет его человек, ответственный за данные действия, по согласованию с руководством.



#### **АЛЕКСАНДРА ЯМЩИКОВА,**

*PR-менеджер проекта «Галерея Сергея Туманина»*

– Корпоративный сайт в наши дни – это один из весомых факторов, по которому вас оценивают потенциальные клиенты. Как говорится, «встречают по одежке», а в эру IT-технологий «встречают» по стильному дизайну, актуальному контенту и доступной информации, имеющейся на вашем ресурсе. Поэтому очень

важно, чтобы поддержкой сайта занимался человек, который знает актуальные запросы пользователей, как использовать данные из этих запросов при написании статей, как грамотно разместить контент, фотографии и пр. Поэтому часто компании нанимают сторонние организации с целью создания максимальной эффективности для своего интернет-ресурса, и я считаю это обоснованным. Наиболее действенной, думаю, должна стать работа в паре человека из организации, который разбирается в сфере деятельности компании и может подготовить максимально интересный и насыщенный информацией контент для целевой аудитории, и человека, который эти данные может грамотно разместить в соцсети. В нашей компании мы тоже используем такую практику: архитекторы готовят материалы, а PR-менеджер выкладывает информацию на сайт. Такое взаимодействие дает хороший результат – сайт содержит актуальную и достоверную информацию, интересную для пользователей.