

## СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОБУДОВИ ІМІДЖУ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

**Пенкіна Н.М.**, канд. техн. наук, доц.  
**Скриннік В.І.**, PhD з харчових технологій  
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Створення позитивного іміджу для організації виявляється більш вигідним та менш часомістким процесом, ніж коригування спонтанно сформованого негативного образу.

З урахуванням популярності соціальних мереж багато підприємств ресторанного господарства активно працюють над підтримкою свого іміджу в цьому середовищі. Основні способи побудови і підтримки іміджу закладів ресторанного бізнесу через соціальні мережі включають:

Моніторинг відгуків і побажань клієнтів: відстеження та вивчення відгуків та побажань клієнтів, і при необхідності впровадження змін. Відповідь на масові звернення може підвищити рівень задоволення клієнтів.

Висока якість послуг: якість обслуговування та грамотний фірмовий стиль є основою успіху, низка стратегій взаємодії та інші інструменти залишаються неефективними при поганому рівні обслуговування.

Презентація: презентація нових товарів і можливість тестування підвищують лояльність користувачів та підтримують інтерес до компанії.

Для підвищення іміджу заклади ресторанного господарства в соціальних мережах мають дотримуватись до таких принципів:

Максимальна відкритість: ділитися відкритою та правдивою інформацією.

Увага до кожного користувача: піклуватися про кожного клієнта, що зміцнює імідж компанії як турботливої про своїх клієнтів.

Увага до кожного повідомлення: реагувати на повідомлення та запитувати користувачів.

Робота з негативними відгуками: відповідати на негативні відгуки та вирішувати проблеми відкрито і конструктивно.

Зміцнення іміджу компанії – це постійний процес, і для досягнення успіху важливо оточити себе професіоналами, які ефективно підвищують репутацію бренду.