

# Turystyka kulinarna w Grecji- wpływ gastronomii na rozwój branży



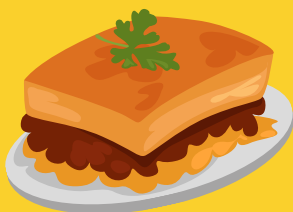
W tradycyjnej kuchni greckiej wykorzystuje się głównie:



- owoce morza,
- bakłażany,
- pomidory,
- oliwa z oliwek,
- oliwki,
- różne rodzaje ryb i mięsa,
- ziarna,
- feta.

Najbardziej popularne Greckie  
potrawy:

- Souvlaki,
- Moussaka,
- Dolmades,
- Taramosalata,
- Horiatki,
- Spanakopita,
- Fasolatha,
- Koulouri,
- Loukoumades,
- Baklava.



## *Feta - skarb greckiej kuchni*

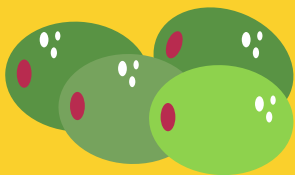
feta „białe złoto” Grecji, jest jednym z najważniejszych produktów eksportowych i być może najbardziej rozpoznawalnym greckim jedzeniem na świecie .

Ser feta jest produkowany z mieszanki pasteryzowanego mleka owczego z mlekiem kozim



## *Grecka oliwa*

Oliwa z oliwek uważana jest za jeden z najzdrowszych olejów na świecie. Ma nieskończoną ilość zastosowań w kuchni jako dopełnienie diety śródziemnomorskiej. Kuchnia grecka ma bardzo długą historię i od zawsze wykorzystywała Oliwę z oliwek. Już w starożytnej Grecji, dieta była niezbyt bogata w mięso, a Oliwa z oliwek zastępowała tłuszcze zwierzęce. Szczególnie ta kuchnia charakteryzuje się bardzo szerokim zastosowaniem Oliwy z oliwek, która znajduje się niemal w każdej potrawie greckiej.



## Mussaka

zapiekanka przygotowywana na bazie bakłażana, pomidorów oraz mielonego mięsa; danie popularne w kuchni greckiej. Górną warstwę dania stanowi sos beszamelowy posypany żółtym serem.



## Souvlaki

popularna mięsna potrawa grecka typu szaszłykowego, znana w licznych odmianach.



## Baklava

Baklava to deser spotykany nie tylko w Grecji, ale popularny również w Turcji, Bułgarii i na Bliskim Wschodzie. Grecką baklavę przygotowuje się z ciasta filo, przekładanego warstwami drobno posiekanych orzechów włoskich, pistacji lub migdałów, wymieszanych z cukrem lub miodem. Całość jest zapiekana, a następnie krojona na mniejsze kawałki i zalewana syropem zrobionym z wody, cukru i soku cytrynowego.

# Kuchnia grecka

Kuchnia grecka jest uznawana za jedną z najsmaczniejszych kuchni świata. Dominują w niej śródziemnomorskie smaki, zdrowe produkty, proste przepisy oraz nietypowe przyprawy. Cechami charakterystycznymi kuchni greckiej jest szerokie zastosowanie oliwy z oliwek, baraniny i różnego rodzaju

warzyw



Sztuka kulinarna cechuje się zastosowaniem niewielkiej ilości składników. Ilość składników, którymi operowali greccy kucharze, była zdecydowanie mniejsza, niż w innych regionach świata, aczkolwiek nie przeszkodziło im to w stworzeniu różnorodności kulinarnej

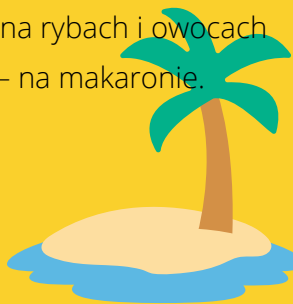
Najpopularniejszymi składnikami potraw są: oliwa z oliwek, wino, pszenica, liście winorośli, czosnek, ryby, zioła, papryka, pomidory, orzechy, migdały i ser feta.



Grecy byli od zawsze uznawani za mistrzów przygotowania potraw z ryb i owoców morza. Do najprostszych należały ryby smażone na oliwie i z dodatkiem sera oraz ziół. Wiele przepisów zakładało też wykorzystanie ryb suszonych i mrożonych. Z mięs na stołach królowała przede wszystkim baranina, ale było to dość sporadyczne. Mięso pojawiało się raczej od święta, na co dzień Grecy bazowali na darach morza i warzywach. Nie bez powodu Grecję uznaje się za kraj, który sałatkami stoi. Słynna sałatka grecka to tylko jedna z niezliczonych propozycji podania warzyw



Kuchnia grecka z pewnością nie może być traktowana jako całość, gdyż na zwyczaje kulinarne składa się tradycja wielu regionów, w tym Attyki, Krety, Peloponez czy Wysp Jońskich. Każdy z tych regionów miał własne zwyczaje i najchętniej wykorzystywane produkty. Przykładowo dania z Krety cechują się bardzo dużą ilością przypraw oraz szerokim wykorzystaniem wieprzowiny, natomiast potrawy z Wysp Jońskich bazują głównie na rybach i owocach morza oraz – co ciekawe – na makaronie.



# Culinary tourism in Greece- the impact of gastronomy on the development of the industry



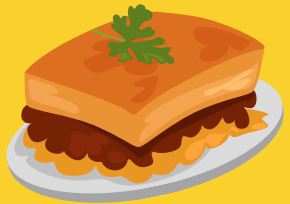
Traditional Greek cuisine uses mainly



- seafood,
- eggplants,
- tomatoes,
- olive oil,
- olives,
- Different kinds of fish and meat,
- beans,
- feta.

The most popular Greek dishes:

- Souvlaki,
- Moussaka,
- Dolmades,
- Taramosalata,
- Horiatki,
- Spanakopita,
- Fasolatha,
- Koulouri,
- Loukoumades,
- Baklava.



## *Feta - a treasure of Greek cuisine*



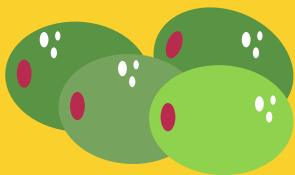
Greece's feta "white gold" is one of the most important export products and perhaps the most recognizable Greek food in the world.

Feta cheese is made from a mixture of pasteurized sheep's milk with goat's milk



## *Greek oil*

Olive oil is considered one of the healthiest oils in the world. It has an endless number of uses in the kitchen to complement a Mediterranean diet. Greek cuisine has a very long history and has always used olive oil. Already in ancient Greece, the diet was not very rich in meat, and olive oil replaced animal fats. Especially this cuisine is characterized by a very wide use of olive oil, which is found in almost every Greek dish.



## Mussaka

casserole prepared on the basis of eggplant, tomatoes and minced meat; a popular dish in Greek cuisine. The top layer of the dish is béchamel sauce sprinkled with cheese.



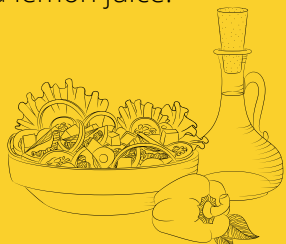
## Souvlaki

a popular Greek meat dish of the shashlik type, known in numerous varieties.



## Baklava

Baklava is a dessert found not only in Greece, but also popular in Turkey, Bulgaria and the Middle East. Greek baklava is made of phyllo dough, layered with layers of finely chopped walnuts, pistachios or almonds mixed with sugar or honey. The whole thing is baked, then cut into smaller pieces and poured over with a syrup made of water, sugar and lemon juice.





# Greek cuisine

Greek cuisine is considered to be one of the tastiest cuisines in the world. It is dominated by Mediterranean flavors, healthy products, simple recipes and unusual spices. Characteristic features of Greek cuisine are the extensive use of olive oil, mutton and various types of vegetables



Culinary arts are characterized by the use of a small amount of ingredients. The amount of ingredients used by Greek chefs was much smaller than in other regions of the world, although this did not prevent them from creating culinary diversity

The most popular food ingredients are: olive oil, wine, wheat, grape leaves, garlic, fish, herbs, peppers, tomatoes, nuts, almonds and feta cheese.



The Greeks have always been recognized as masters of the preparation of fish and seafood dishes. The simplest of fish were fried in olive oil and with the addition of cheese and herbs. Many recipes also assumed the use of dried and frozen fish. The meat on the tables was dominated mainly by mutton, but it was quite sporadic. Meat appeared rather on holidays, the Greeks relied on the gifts of the sea and vegetables on a daily basis.

There is a reason Greece is considered to be a country with salads. The famous Greek salad is just one of the countless suggestions for serving vegetables



Greek cuisine certainly cannot be treated as a whole, as the culinary customs are made up of the tradition of many regions, including Attica, Crete, the Peloponnese and the Ionian Islands. Each of these regions had its own customs and the most frequently used products. For example, dishes from Crete are characterized by a lot of spices and a wide use of pork, while dishes from the Ionian Islands are based mainly on fish and seafood, and - interestingly - on pasta.



# Ο γαστρονομικός τουρισμός στην Ελλάδα – η επίδραση της γαστρονομίας στην ανάπτυξη του κλάδου



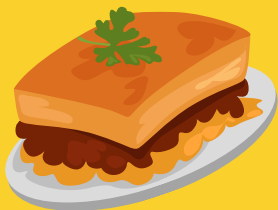
Η παραδοσιακή ελληνική κουζίνα χρησιμοποιεί κυρίως



- θαλασσινά,
- μελιτζάνες,
- ντομάτες,
- ελαιόλαδο,
- ελιές,
- Διαφορετικά είδη ψαριών και κρέατος,
- φασόλια,
- φέτα.

Τα πιο δημοφιλή ελληνικά πιάτα:

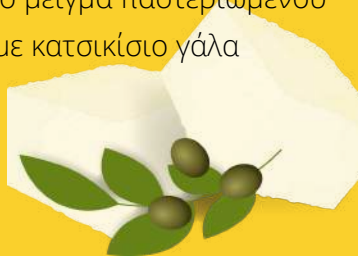
- Σουβλάκι,
- Μουσακάς,
- Ντολμάδες,
- Ταραμοσαλάτα,
- Horiatki,
- Σπανακόπιτα,
- Φασολάθα,
- Κουλούρη,
- Λουκουμάδες,
- Μπακλαβάς.



# Φέτα - ένας θησαυρός της ελληνικής κουζίνας

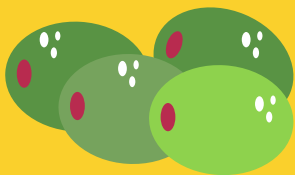
Η φέτα της Ελλάδας «λευκός χρυσός» είναι ένα από τα σημαντικότερα εξαγωγικά προϊόντα και ίσως το πιο αναγνωρίσιμο ελληνικό φαγητό στον κόσμο.

Η φέτα παρασκευάζεται από μείγμα παστεριωμένου πρόβειου γάλακτος με κασικίσιο γάλα



## Ελληνικό λάδι

Το ελαιόλαδο θεωρείται ένα από τα πιο υγιεινά έλαια στον κόσμο. Έχει αμέτρητες χρήσεις στην κουζίνα για να συμπληρώσει μια μεσογειακή διατροφή. Η ελληνική κουζίνα έχει πολύ μεγάλη ιστορία και πάντα χρησιμοποιούσε ελαιόλαδο. Ήδη στην αρχαία Ελλάδα, η διατροφή δεν ήταν πολύ πλούσια σε κρέας και το ελαιόλαδο αντικατέστησε τα ζωικά λίπη. Ειδικά αυτή η κουζίνα χαρακτηρίζεται από την πολύ ευρεία χρήση του ελαιολάδου, το οποίο βρίσκεται σχεδόν σε κάθε ελληνικό πιάτο.



## Μουσάκα

κατσαρόλα παρασκευασμένη με βάση τη μελιτζάνα, τις ντομάτες και τον κιμά. ένα δημοφιλές πιάτο στην ελληνική κουζίνα. Η πάνω στρώση του πιάτου είναι σάλτσα μπεσαμέλ πασπαλισμένη με τυρί.



## Σουβλάκι

δημοφιλές ελληνικό πιάτο με κρέας τύπου shashlik, γνωστό σε πολλές ποικιλίες.



## Μπακλαβάς

Ο μπακλαβάς είναι ένα επιδόρπιο που συναντάται όχι μόνο στην Ελλάδα, αλλά και δημοφιλές στην Τουρκία, τη Βουλγαρία και τη Μέση Ανατολή. Ο ελληνικός μπακλαβάς είναι φτιαγμένος από ζύμη φύλλων, στρωμένη με στρώσεις από ψιλοκομμένα καρύδια, φιστίκια Αιγίνης ή αμύγδαλα ανακατεμένα με ζάχαρη ή μέλι. Ολόκληρο ψήνεται, μετά κόβεται σε μικρότερα κομμάτια και περιχύνεται με σιρόπι από νερό, ζάχαρη και χυμό λεμονιού.

# Ελληνική κουζίνα

Η ελληνική κουζίνα θεωρείται μια από τις πιο νόστιμες κουζίνες στον κόσμο. Κυριαρχείται από μεσογειακές γεύσεις, υγιεινά προϊόντα, απλές συνταγές και ασυνήθιστα μπαχαρικά. Χαρακτηριστικά γνωρίσματα της ελληνικής κουζίνας είναι η εκτεταμένη χρήση ελαιολάδου, προβάτου και διαφόρων ειδών λαχανικών

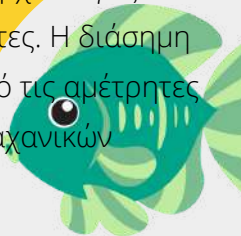


Οι μαγειρικές τέχνες χαρακτηρίζονται από τη χρήση μικρής ποσότητας συστατικών. Η ποσότητα των συστατικών που χρησιμοποιούσαν οι Έλληνες σεφ ήταν πολύ μικρότερη από ό,τι σε άλλες περιοχές του κόσμου, αν και αυτό δεν τους εμπόδισε να δημιουργήσουν γαστρονομική ποικιλομορφία

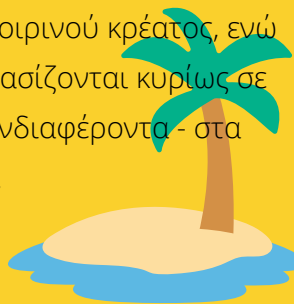
Τα πιο δημοφιλή συστατικά τροφίμων είναι: ελαιόλαδο, κρασί, σιτάρι, αμπελόφυλλα, σκόρδο, ψάρι, βότανα, πιπεριές, ντομάτες, ξηροί καρποί, αμύγδαλα και φέτα.



Οι Έλληνες ήταν πάντα αναγνωρισμένοι ως δεξιότεχνες στην παρασκευή ψαριών και θαλασσινών. Τα πιο απλά ψάρια τηγανίστηκαν σε ελαιόλαδο και με την προσθήκη τυριού και βοτάνων. Πολλές συνταγές υποθέτουν επίσης τη χρήση αποξηραμένων και κατεψυγμένων ψαριών. Στο κρέας στα τραπέζια κυριαρχούσε κυρίως το πρόβειο κρέας, αλλά ήταν αρκετά σποραδικό. Το κρέας εμφανιζόταν μάλλον στις γιορτές, οι Έλληνες βασίζονταν στα δώρα της θάλασσας και στα λαχανικά σε καθημερινή βάση. Υπάρχει λόγος που η Ελλάδα θεωρείται χώρα με σαλάτες. Η διάσημη ελληνική σαλάτα είναι μόνο μία από τις αμέτρητες προτάσεις για σερβίρισμα λαχανικών



Η ελληνική κουζίνα σίγουρα δεν μπορεί να αντιμετωπιστεί συνολικά, καθώς τα γαστρονομικά έθιμα αποτελούνται από την παράδοση πολλών περιοχών, μεταξύ των οποίων η Αττική, η Κρήτη, η Πελοπόννησος και τα Ιόνια νησιά. Κάθε μια από αυτές τις περιοχές είχε τα δικά της έθιμα και τα πιο συχνά χρησιμοποιούμενα προϊόντα. Για παράδειγμα, τα πιάτα από την Κρήτη χαρακτηρίζονται από πολλά μπαχαρικά και ευρεία χρήση χοιρινού κρέατος, ενώ τα πιάτα από τα Ιόνια νησιά βασίζονται κυρίως σε ψάρια και θαλασσινά και - ενδιαφέροντα - στα ζυμαρικά.



# Jak reklamować biznes gastronomiczny



Wybór odpowiedniej grupy wiekowej jest kluczowy do dostosowania właściwej metody reklamy. Przykładowo aby reklamować restaurację z jedzeniem typu fast food reklama powinna być kierowana do młodszej grupy odbiorczej.

Reklama w social mediach pozwala zwiększyć swój zasięg i dotrzeć do jak największej grupy odbiorczej.

Jest również bardziej powszechna i zdecydowanie tańsza niż tradycyjne środki reklamy typu: plakaty, bilbordy oraz ulotki

Gdy restauracja wygląda zachęcająco lub wyróżnia się czymś charakterystycznym na tle innych restauracji oraz lokali jest częściej wybierana oraz jest bardziej charakterystyczna.







### **Co można zrobić by reklamować biznes gastronomiczny online**

- Strona internetowa, profil w social mediach
- Interaktywna forma budowania relacji z klientami np. warsztaty online, gotowanie na żywo.
- Zwiększenie zasięgów poprzez organizację konkursów z nagrodami za np. udostępnienie postu
- Pronowanie instagrama
- Strony na facebooku

### **Co można zrobić by reklamować biznes offline**

- Reklama w gazecie
- Zostawianie ulotek w miejscach najczęściej uczęszczanych przez wybraną grupę wiekową
- Akcje promocyjne
- Kupony
- Wizytówki



**Jak prowadzić Fanpage restauracji - 5 najważniejszych kroków**  
Prowadząc działania w obszarze marketingu cyfrowego dla branży gastronomicznej (i nie tylko), należy zwrócić uwagę na szereg elementów, które mają wpływ na końcowy sukces produktu lub usługi:

**1. Przygotuj się. Stwórz plan i nakreśl wstępny harmonogram prac, który będzie matrycą dla dalszych decyzji oraz operacji (pamiętaj o wskaźnikach mierzenia postępu Twoich celów).**

**2. Pokaż się. Obecność firmy w mediach społecznościowych, na bieżąco aktualizowana strona internetowa czy zoptymalizowana wizytówka w Google Maps to nieodzowne części biznesu w XXI wieku.**

**3. Bądź aktywny. Reaguj na opinie i komentarze (także te negatywne), wychodź z inicjatywą, nie pozwól nudzić się klientom. Nawiąż relację z odbiorcami, słuchaj ich.**

**4. Wszystko jest pod Twoją kontrolą. Obserwuj, testuj różne rozwiązania. Odrzuć nieskuteczne sposoby promocji i implementuj te, które w Twoim przypadku przynoszą najlepsze rezultaty.**

**5. Skorzystaj z wiedzy i umiejętności doświadczonych specjalistów, którzy doskonale wiedzą, co zrobić, żeby rozkręcić Twój biznes.**

**Co jest najważniejsze w kawiarni lub restauracji, by przyciągała klientów, którzy będą z zadowoleniem do niej wracali? Być może sądzisz, że jakość serwowanego tam jedzenia? Rzeczywiście, trudno byłoby uznać, że jakość potraw jest bez znaczenia – przeciwnie, są one bardzo, bardzo ważne (dlatego nie ma sensu oszczędzać np. na jakości składników, bo prędzej lub później się to zemści**



**Ile kosztuje marketing restauracji?  
Aby rozmawiać o konkretnych kwotach, musimy ustalić punkt wyjścia. Należy wziąć pod uwagę aktualne zapotrzebowanie rynku. Nie bez znaczenia są również nasze możliwości oraz oczekiwania. Załóżmy, że prowadzimy dobrze działającą restaurację.**

**Mamy już odpowiednie narzędzia. Nie jesteśmy też zmuszeni do podejmowania szybkich działań, skierowanych na pozyskiwanie klienta. Możliwe, że wystarczy skupić się na budowaniu bazy klientów.**

**Następnie wystarczy prowadzić systematyczną, ukierunkowaną komunikację. Do tego nieszablonowe akcje w lokalu i możemy odważnie patrzeć w przyszłość. W tym przypadku będziemy potrzebowali podstawowe narzędzia do obsługi bazy oraz wsparcie copywritera. Koszty miesięczne mogłyby się zamknąć w kwocie 500zł.**

**Hasło reklamowe to serce kampanii medialnej i znak rozpoznawczy marki. Wiele celnych sloganów pozostaje w obiegu przez lata, nierzadko trafiając do potoczne języka**



# How to advertise business gastronomic



Choosing the right one of the age group is crucial to adapt the right method of advertising. For example, to advertise fast food restaurants, the ad should be targeted to a younger audience.

Advertising in social media allows you to increase your reach and reach the largest possible audience.

It is also more common and definitely cheaper than traditional advertising means such as posters, billboards and leaflets.

When a restaurant looks inviting or stands out from other restaurants and venues, it is more often chosen and is more characteristic.





### **What you can do to advertise your online catering business**

- Website, social media profile
- An interactive form of building relationships with customers, e.g. online workshops, live cooking.
- Increasing the reach by organizing competitions with prizes for e.g. sharing a post
  - Promoting instagram
  - Facebook pages

### **What you can do to advertise offline business**

- Advertising in the newspaper
- Leaving leaflets in places most frequented by the selected age group
  - Promotional campaigns
  - Coupons
  - Business cards



**How to run a restaurant fanpage – 5 most important steps** When conducting activities in the area of digital marketing for the catering industry (and not only), you should pay attention to a number of elements that affect the final success of a product or service:

- 1. Get ready.** Create a plan and outline a preliminary work schedule, which will be a matrix for further decisions and operations (remember about indicators for measuring the progress of your goals).
- 2. Show yourself.** The company's presence in social media, a constantly updated website or an optimized business card in Google Maps are indispensable parts of business in the twenty-first century
- 3. Be active.** React to opinions and comments (including negative ones), take the initiative, do not let customers get bored. Establish a relationship with your audience, listen to them.
- 4. Everything is under your control.** Observe, test different solutions. Reject ineffective ways of promotion and implement those that bring the best results in your case.
- 5. Take advantage of the knowledge and skills of experienced specialists** who know perfectly well what to do to start your business.

**What is the most important thing in a café or restaurant to attract customers who will be happy to come back to it? Perhaps you think that the quality of the food served there? Indeed, it would be difficult to conclude that the quality of the dishes is irrelevant - on the contrary, they are very, very important (so there is no point in saving, for example, on the quality of ingredients, because sooner or later it will take revenge.**



**How much does restaurant marketing cost? To talk about specific amounts, we need to establish a starting point. It is necessary to take into account the current market demand. Not without significance are also our capabilities and expectations. Let's say we run a well-functioning restaurant. We already have the right tools. We are also not forced to take quick actions aimed at acquiring customers. It is possible that enough focus on building a customer base. Then it is enough to conduct systematic, targeted communication. In addition, unconventional actions in the premises and we can boldly look into the future. In this case, we will need basic tools to operate the database and copywriter support. Monthly costs could close in the amount of PLN 500.**

**The advertising slogan is the heart of the media campaign and the hallmark of the brand. Many accurate slogans remain in circulation for years, often finding their way into everyday language.**



# Πώς να διαφημίσετε Επιχείρηση Γαστρονομικές



Επιλέγοντας το σωστό της ηλικιακής ομάδας είναι ζωτικής σημασίας για την προσαρμογή της σωστής μεθόδου διαφήμισης. Για παράδειγμα, για να διαφημίσετε εστιατόρια γρήγορου φαγητού, η διαφήμιση θα πρέπει να απευθύνεται σε ένα νεότερο κοινό.

Η διαφήμιση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σας επιτρέπει να αυξήσετε την απήχησή σας και να προσεγγίσετε το μεγαλύτερο δυνατό κοινό. Είναι επίσης πιο συνηθισμένο και σίγουρα φθηνότερο από τα παραδοσιακά διαφημιστικά μέσα, όπως αφίσες, αφίσες και φυλλάδια.

Όταν ένα εστιατόριο φαίνεται φιλόξενο ή ξεχωρίζει από άλλα εστιατόρια και χώρους, επιλέγεται συχνότερα και είναι πιο χαρακτηριστικό.







Τι μπορείτε να κάνετε για να διαφημίσετε την online επιχείρησή σας τροφοδοσίας

- Ιστοσελίδα, προφίλ κοινωνικών μέσων
- Μια διαδραστική μορφή οικοδόμησης σχέσεων με τους πελάτες, π.χ. διαδικτυακά εργαστήρια, ζωντανή μαγειρική.
- Αύξηση της απήχησης με τη διοργάνωση διαγωνισμών με βραβεία για π.χ. κοινή χρήση θέσης
- Προώθηση του instagram
- Σελίδες στο Facebook

Τι μπορείτε να κάνετε για να διαφημίσετε επιχειρήσεις εκτός σύνδεσης

- Διαφήμιση στην εφημερίδα
- Αφήνοντας φυλλάδια σε μέρη όπου συχνάζει περισσότερο η επιλεγμένη ηλικιακή ομάδα
- Διαφημιστικές καμπάνιες
- Κουπόνια
- Επαγγελματικές κάρτες



Πώς να εκτελέσετε μια Fanpage εστιατορίου - 5 πιο σημαντικά βήματα Κατά τη διεξαγωγή δραστηριοτήτων στον τομέα του ψηφιακού μάρκετινγκ για τον κλάδο της εστίασης (και όχι μόνο), θα πρέπει να δώσετε προσοχή σε μια σειρά στοιχείων που επηρεάζουν την τελική επιτυχία ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας:

1. **Ετοιμαστείτε.** Δημιουργήστε ένα σχέδιο και περιγράψτε ένα προκαταρκτικό χρονοδιάγραμμα εργασίας, το οποίο θα είναι ένας πίνακας για περαιτέρω αποφάσεις και λειτουργίες (θυμηθείτε τους δείκτες για τη μέτρηση της προόδου των στόχων σας).
2. **Εμφανίσου.** Η παρουσία της εταιρείας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ένας συνεχώς ενημερωμένος ιστότοπος ή μια βελτιστοποιημένη επαγγελματική κάρτα στους Χάρτες Google είναι απαραίτητα μέρη της επιχείρησής σας στον εικοστό πρώτο αιώνα.
3. **Να είστε δραστήριοι.** Αντιδράστε σε απόψεις και σχόλια (συμπεριλαμβανομένων των αρνητικών), πάρτε την πρωτοβουλία, μην αφήσετε τους πελάτες να βαρεθούν. Δημιουργήστε μια σχέση με το κοινό σας, ακούστε τους.
4. **Όλα είναι υπό τον έλεγχό σας.** Παρατηρήστε, δοκιμάστε διαφορετικές λύσεις. Απορρίψτε αναποτελεσματικούς τρόπους προώθησης και εφαρμόστε εκείνους που φέρνουν τα καλύτερα αποτελέσματα στην περίπτωσή σας.
5. **Επωφεληθείτε από τις γνώσεις και τις δεξιότητες έμπειρων ειδικών που γνωρίζουν πολύ καλά τι να κάνουν για να ξεκινήσουν την επιχείρησή σας.**

**Ποιο είναι το πιο σημαντικό πράγμα σε ένα καφέ ή εστιατόριο για να προσελκύσετε πελάτες που θα χαρούν να επιστρέψουν σε αυτό; Ίσως νομίζετε ότι η ποιότητα του φαγητού σερβίρεται εκεί;**

**Πράγματι, θα ήταν δύσκολο να συμπεράνουμε ότι η ποιότητα των πιάτων είναι άσχετη - αντίθετα, είναι πολύ, πολύ σημαντικά (οπότε δεν υπάρχει λόγος να εξοικονομούμε, για παράδειγμα, την ποιότητα των συστατικών, επειδή αργά ή γρήγορα θα πάρει εκδίκηση.**

Πόσο κοστίζει το μάρκετινγκ εστιατορίων; Για να μιλήσουμε για συγκεκριμένα ποσά, πρέπει να καθορίσουμε ένα σημείο εκκίνησης. Είναι αναγκαίο να ληφθεί υπόψη η τρέχουσα ζήτηση της αγοράς. Όχι χωρίς σημασία είναι επίσης οι δυνατότητες και οι προσδοκίες μας. Ας πούμε ότι έχουμε ένα λειτουργικό εστιατόριο. Έχουμε ήδη τα κατάλληλα εργαλεία. Επίσης, δεν είμαστε υποχρεωμένοι να λάβουμε γρήγορα μέτρα με στόχο την απόκτηση πελατών. Είναι πιθανό ότι αρκετή εστίαση στην οικοδόμηση μιας πελατειακής βάσης. Στη συνέχεια, αρκεί η διεξαγωγή συστηματικής, στοχευμένης επικοινωνίας. Επιπλέον, οι αντισυμβατικές ενέργειες στις εγκαταστάσεις και μπορούμε να εξετάσουμε με τόλμη το μέλλον. Σε αυτή την περίπτωση, θα χρειαστούμε βασικά εργαλεία για τη λειτουργία της βάσης δεδομένων και την υποστήριξη copywriter. Το μηνιαίο κόστος θα μπορούσε να κλείσει στο ποσό των 500 PLN.

Το διαφημιστικό σλόγκαν είναι η καρδιά της εκστρατείας των μέσων ενημέρωσης και το σήμα κατατεθέν της μάρκας. Πολλά ακριβή συνθήματα παραμένουν σε κυκλοφορία για χρόνια, βρίσκοντας συχνά το δρόμο τους στην καθημερινή γλώσσα.

