**Модель поведения рекламных кампаний и прироста клиентов для производств общественного питания и не только (с примерными цифрами оборота через год работы торговой точки)**

Существует несколько видов продвижения организации, каждый обладает своей уникальностью и конверсией:

- Реклама в интернете (Таргетированная, контекстная, SEO)

- Промо материалы (разброс по почтовым ящикам, промоутер, раздающий листовки на улице)

- Наружная реклама (щиты, банеры и др в местах большого скопления людей)

- Реклама на радио, реклама местных блогеров, реклама в информационных группах города

От количества подключенных видов рекламы напрямую зависит скорость узнаваемости бренда и количество первых заказов новых клиентов.

Триггеры, в связи с которыми предприниматель может потерять новых клиентов:

- Удобство совершения заказа + продающий сайт

- Недостаточное количество видов продвижения

- Плохой контроль за качеством отдаваемого продукта

- Экономия на качестве продуктов для приготовления блюд

- Несоблюдение времени приготовления заказов

- Плохой ананлиз конкурентов