

JAK ZORGANIZOWAĆ UDANĄ IMPREZĘ?

Chcesz zorganizować imprezę, która przyciągnie gości, sprawi, że będą się świetnie bawić i wrócą do Twojego lokalu?



PAMIĘTAJ O KILKU RZECZACH!

IMPREZA, ALE JAKA?

SKORZYSTAJ Z **GOTOWEJ** OKAZJI



andrzejki



halloween



impreza karnawałowa

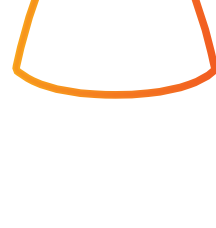


bal sylwestrowy

LUB STWÓRZ **WŁASNĄ**



bal charytatywny



bal przebierańców



impreza tematyczna



bal prawników

WYRÓŻNIJ SIĘ

DOBRY POMYSŁ NA IMPREZĘ PRZYCIĄGNIĘ ZAINTERESOWANIE GOŚCI. ZASKOCZ ICH...



zaproszeniem/plakatem/komunikacją w social mediach



scenariuszem imprezy



niespodzianką – koniecznie ją zapowiedz, ale nie zdradzaj szczegółów



menu – potrawami, ich zestawieniem, nazwami oraz sposobem podania jedzenia, a także wystrojem sali



muzyką – orkiestra, DJ czy karaoke?



a może dać gościom **wpływ na muzykę**, która będzie grana?



czasem trwania - zabawa do białego rana

DOSTOSUJ MENU DO CHARAKTERU IMPREZY

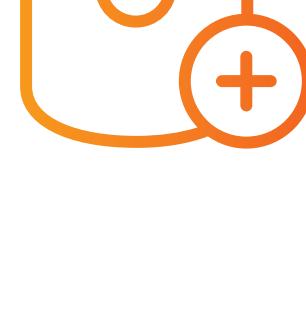
- jeśli to impreza taneczna – **pamiętaj o przystawkach, przekąskach, zakąskach, kanapeczkach i owocach** – tak łatwiej poderwać gości do tańca
- **daj wybór** – niech każdy znajdzie coś dla siebie – zaproponuj dania dla miłośników tradycyjnej kuchni polskiej, włoskich przysmaków czy amerykańskiego street foodu
- wykorzystaj **produkty sezonowe** – to zawsze zrobi dobre wrażenie
- oczaruj gości wymyślnymi **nazwami potraw** nawiązującymi do charakteru imprezy
- pamiętaj też o daniach dla osób stosujących diety wykluczeniowe (**wegetarian, wegan czy osób na diecie bezglutenowej**)



WYPROMUJ IMPREZĘ

– IM WIĘCEJ GOŚCI, TYM LEPSZA ZABAWA!

- **poinformuj** stałych klientów – powieś ulotki i plakaty w restauracji
- **kolportuj ulotki i plakaty** w uczęszczanych punktach w okolicy
- umieść informację na **stronie www** restauracji
- wykorzystaj profile w **social media** – restauracji, lokalne grupy mieszkańców
- wykup reklamę **w mediach tradycyjnych** – w gazecie lub radiu
- pojawiaj się **na lokalnych wydarzeniach**



TAK SIĘ BAWIĄ POLACY

77%

woli spędzać wolny czas **w towarzystwie**

dla **22%**

idealnym sposobem na spędzenie wolnego czasu jest **wyjście do restauracji, baru lub klubu**

19%

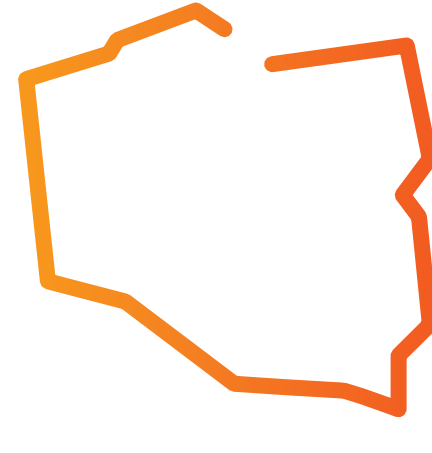
chodzi do restauracji co najmniej **raz w miesiącu**

83%

osób przy wyborze restauracji kieruje się **smakiem jedzenia**

20%

kilka razy w miesiącu



OKAZJE, OKAZJE...

KARNAWAŁ - NIE TYLKO ZABAWA!



38%

osób w wieku 20-45 lat planuje wziąć udział w zabawie karnawałowej, wśród nich:

37%

wyberze się do znajomych lub zorganizuje domówkę u siebie

POŁOWA POLAKÓW WYDAJE NA KARNAWAŁOWE SZALEŃSTWA OD 100 DO 300 ZŁ



35%

weźmie udział w imprezie zorganizowanej w klubie lub w dyskotecie

30%

pójdzie na bal organizowany w hotelu lub restauracji

DLA 59% POLAKÓW W WIEKU 18-24 LATA DOBRE JEDZENIE JEST WAŻNYM CZYNNIKIEM PODCZAS IMPREZY KARNAWAŁOWEJ



NAJWAŻNIEJSZE podczas imprezy karnawałowej:



zabawa do świtu

57%



odpowiedni strój

14%



jedzenie i picie

17%



dobry wygląd

11%



Unilever Food Solutions

Pomagamy szefom kuchni serwować pyszne dania, które skłonią gości do ponownych odwiedzin lokalu. Tworzymy profesjonalne produkty, które oszczędzają cenny czas w kuchni i pozwalają zachować wyjątkowy smak oraz oryginalny styl potraw. Równocześnie dostarczamy pomysły i inspiracje, dzięki którym Twoje menu może stać się jeszcze bardziej ekscytujące.

www.ufs.com

Źródła:

1. Badanie Instytutu Badań Pollster „Andrzejki 2016”, listopad 2016 r.
2. Badanie Ipsos na zlecenie wonga.com, październik 2015 r.
3. Badanie SW Research na zlecenie KFC, marzec 2016 r.
4. Raport Eurobanku „Aktywność i wydatki Polaków w czasie wolnym”, sierpień 2014 r.
5. Raport CBOS „Żywność i wydatki Polaków”, sierpień 2014 r.
6. Raport Makro Cash&Carry „Polska na Talerzu”, luty 2016 r.
7. Raport ARC Rynek i Opinia „25 trendów konsumenckich na 25-lecie ARC Rynek i Opinia”, grudzień 2016 r.
8. Badanie Frisco.pl „Polacy po godzinach”, maj 2016 r.
9. Badanie Maison & Partners „Jak ograniczyć zjawisko ryzykownego picia?” na zlecenie Grupy Żywiec, kwiecień i maj 2016 r.
10. Badania Interaktywnego Instytutu Badań Rynkowych na zlecenie marki Desperados, styczeń 2016 r.
11. Badanie ARC Rynek i Opinia „Konsument w restauracji” przy współpracy z Katedrą Rynku, Marketingu i Jakości Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, grudzień 2014 r.