Представьте, что описываете конкретного посетителя, выражающего своими особенностями значимую часть посетителей ресторана. В качестве основы можно взять сегменты из CRM-системы, дополнив их личными наблюдениями. Попробуйте, где это уместно, детализировать портрет через используемые посетителями марки телефонов, автомобилей, одежды, посещаемые ими спортивные, культурные и другие учреждения по соседству.

**Анкета аватара №1**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Вопросы** | **Ответы** |
| 1. | **Пол / возраст**М, 25-30Ж, 30-35и т.д. |  |
| 2. | **Семейно-материальный статус**Примеры:- Успешные молодые предприниматели- Дети богатых родителей- Менеджер среднего звена с умеренным доходом- Обеспеченная девушка (карьеристка или дочь богатого папы)- Женатый мужчина со стабильно высоким доходом. Имеет руководящую должность, возможно свой бизнес- Замужняя женщина, домохозяйка, имеет 1-2 детей |  |
| 3. | **Портрет**Пример портретаВедет активный образ жизни, путешествуют.Постоянно все пробует в поисках новых ощущений, в том числе гастрономических.Занимается экстремальными видами спорта (виндсерфинг, кайтсерфинг и пр.)Ищет интересные места в городе, ходит в театры, музеи, иногда даже в Ленинград центр. Старается быть в тренде, следить за светской жизнью и модой, может позволить себе вещи из ДЛТ. |  |
| 4. | **Когда заходят**Примеры:- Во время обеденного перерыва на работе- По пути с занятий виндсерфингом из яхт-клуба- После просмотра кино в «Мираж Синема»- После похода в театр им Комиссаржевской- После поездки в магазины «Гарден Сити»- После романтической прогулки в парке 300-летия- После похода по ТЦ с детьми- В пятницу после работы- Во время важного события, заранее бронируя стол |  |
| 5. | **Для чего заходят**В каком аспекте прибегают к услугам вашего заведения?Например:- Питаются вместо готовки дома- Приходят работать с ноутбуком- Проводят деловые встречи- Свидания- Завтраки- Бизнес-ланчи- Заказывают еду с доставкой- Посиделки с подругами- Отмечают дни рождения компанией- Заказывают банкет на корпоратив- Отрываются в пятницу после рабочей недели- Воскресная прогулка в ресторан- Мастер-класс с детьми- Приходят на развлекательную программу |  |
| 6. | **Чего хотят получить**Каковы истинные и скрытые мотивы посещения ресторана?- Удивляться- Производить впечатление на окружающих- Стать ближе к успешной жизни- Банально перекусить- Получить визуальную пищу для своего Инстаграма- Насладиться вечером и вкусной едой- Познакомиться- Отвлечься от суеты- Подкрепить статус |  |
| 7. | **Чего категорически не приемлют**- Низкое качество сервиса- Несоответствие гастрономическим канонам- Лук / чеснок в блюдах- Отсутствия детской комнаты- Отсутствия вегетарианского меню- Бегающих детей по залу- Шумные компании за соседними столами |  |
| 8. | **Откуда узнают**Например:- Restoclub- Tripadvisor- Бумага- The Villiage- Собака- социальные сети- картографические сервисы, - наружная вывеска, - рекомендации знакомых |  |
| 9. | **Данные из CRM**- Средний чек- Визитов в месяц- Любимые блюда |  |

**Анкета аватара №2**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Вопросы** | **Ответы** |
| 1. | **Пол / возраст**М, 25-30Ж, 30-35и т.д. |  |
| 2. | **Семейно-материальный статус**Примеры:- Успешные молодые предприниматели- Дети богатых родителей- Менеджер среднего звена с умеренным доходом- Обеспеченная девушка (карьеристка или дочь богатого папы)- Женатый мужчина со стабильно высоким доходом. Имеет руководящую должность, возможно свой бизнес- Замужняя женщина, домохозяйка, имеет 1-2 детей |  |
| 3. | **Портрет**Пример портретаВедет активный образ жизни, путешествуют.Постоянно все пробует в поисках новых ощущений, в том числе гастрономических.Занимается экстремальными видами спорта (виндсерфинг, кайтсерфинг и пр.)Ищет интересные места в городе, ходит в театры, музеи, иногда даже в Ленинград центр. Старается быть в тренде, следить за светской жизнью и модой, может позволить себе вещи из ДЛТ. |  |
| 4. | **Когда заходят**Примеры:- Во время обеденного перерыва на работе- По пути с занятий виндсерфингом из яхт-клуба- После просмотра кино в «Мираж Синема»- После похода в театр им Комиссаржевской- После поездки в магазины «Гарден Сити»- После романтической прогулки в парке 300-летия- После похода по ТЦ с детьми- В пятницу после работы- Во время важного события, заранее бронируя стол |  |
| 5. | **Для чего заходят**В каком аспекте прибегают к услугам вашего заведения?Например:- Питаются вместо готовки дома- Приходят работать с ноутбуком- Проводят деловые встречи- Свидания- Завтраки- Бизнес-ланчи- Заказывают еду с доставкой- Посиделки с подругами- Отмечают дни рождения компанией- Заказывают банкет на корпоратив- Отрываются в пятницу после рабочей недели- Воскресная прогулка в ресторан- Мастер-класс с детьми- Приходят на развлекательную программу |  |
| 6. | **Чего хотят получить**Каковы истинные и скрытые мотивы посещения ресторана?- Удивляться- Производить впечатление на окружающих- Стать ближе к успешной жизни- Банально перекусить- Получить визуальную пищу для своего Инстаграма- Насладиться вечером и вкусной едой- Познакомиться- Отвлечься от суеты- Подкрепить статус |  |
| 7. | **Чего категорически не приемлют**- Низкое качество сервиса- Несоответствие гастрономическим канонам- Лук / чеснок в блюдах- Отсутствия детской комнаты- Отсутствия вегетарианского меню- Бегающих детей по залу- Шумные компании за соседними столами |  |
| 8. | **Откуда узнают**Например:- Restoclub- Tripadvisor- Бумага- The Villiage- Собака- социальные сети- картографические сервисы, - наружная вывеска, - рекомендации знакомых |  |
| 9. | **Данные из CRM**- Средний чек- Визитов в месяц- Любимые блюда |  |

**Анкета аватара №3**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Вопросы** | **Ответы** |
| 1. | **Пол / возраст**М, 25-30Ж, 30-35и т.д. |  |
| 2. | **Семейно-материальный статус**Примеры:- Успешные молодые предприниматели- Дети богатых родителей- Менеджер среднего звена с умеренным доходом- Обеспеченная девушка (карьеристка или дочь богатого папы)- Женатый мужчина со стабильно высоким доходом. Имеет руководящую должность, возможно свой бизнес- Замужняя женщина, домохозяйка, имеет 1-2 детей |  |
| 3. | **Портрет**Пример портретаВедет активный образ жизни, путешествуют.Постоянно все пробует в поисках новых ощущений, в том числе гастрономических.Занимается экстремальными видами спорта (виндсерфинг, кайтсерфинг и пр.)Ищет интересные места в городе, ходит в театры, музеи, иногда даже в Ленинград центр. Старается быть в тренде, следить за светской жизнью и модой, может позволить себе вещи из ДЛТ. |  |
| 4. | **Когда заходят**Примеры:- Во время обеденного перерыва на работе- По пути с занятий виндсерфингом из яхт-клуба- После просмотра кино в «Мираж Синема»- После похода в театр им Комиссаржевской- После поездки в магазины «Гарден Сити»- После романтической прогулки в парке 300-летия- После похода по ТЦ с детьми- В пятницу после работы- Во время важного события, заранее бронируя стол |  |
| 5. | **Для чего заходят**В каком аспекте прибегают к услугам вашего заведения?Например:- Питаются вместо готовки дома- Приходят работать с ноутбуком- Проводят деловые встречи- Свидания- Завтраки- Бизнес-ланчи- Заказывают еду с доставкой- Посиделки с подругами- Отмечают дни рождения компанией- Заказывают банкет на корпоратив- Отрываются в пятницу после рабочей недели- Воскресная прогулка в ресторан- Мастер-класс с детьми- Приходят на развлекательную программу |  |
| 6. | **Чего хотят получить**Каковы истинные и скрытые мотивы посещения ресторана?- Удивляться- Производить впечатление на окружающих- Стать ближе к успешной жизни- Банально перекусить- Получить визуальную пищу для своего Инстаграма- Насладиться вечером и вкусной едой- Познакомиться- Отвлечься от суеты- Подкрепить статус |  |
| 7. | **Чего категорически не приемлют**- Низкое качество сервиса- Несоответствие гастрономическим канонам- Лук / чеснок в блюдах- Отсутствия детской комнаты- Отсутствия вегетарианского меню- Бегающих детей по залу- Шумные компании за соседними столами |  |
| 8. | **Откуда узнают**Например:- Restoclub- Tripadvisor- Бумага- The Villiage- Собака- социальные сети- картографические сервисы, - наружная вывеска, - рекомендации знакомых |  |
| 9. | **Данные из CRM**- Средний чек- Визитов в месяц- Любимые блюда |  |

**Анкета аватара №4**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Вопросы** | **Ответы** |
| 1. | **Пол / возраст**М, 25-30Ж, 30-35и т.д. |  |
| 2. | **Семейно-материальный статус**Примеры:- Успешные молодые предприниматели- Дети богатых родителей- Менеджер среднего звена с умеренным доходом- Обеспеченная девушка (карьеристка или дочь богатого папы)- Женатый мужчина со стабильно высоким доходом. Имеет руководящую должность, возможно свой бизнес- Замужняя женщина, домохозяйка, имеет 1-2 детей |  |
| 3. | **Портрет**Пример портретаВедет активный образ жизни, путешествуют.Постоянно все пробует в поисках новых ощущений, в том числе гастрономических.Занимается экстремальными видами спорта (виндсерфинг, кайтсерфинг и пр.)Ищет интересные места в городе, ходит в театры, музеи, иногда даже в Ленинград центр. Старается быть в тренде, следить за светской жизнью и модой, может позволить себе вещи из ДЛТ. |  |
| 4. | **Когда заходят**Примеры:- Во время обеденного перерыва на работе- По пути с занятий виндсерфингом из яхт-клуба- После просмотра кино в «Мираж Синема»- После похода в театр им Комиссаржевской- После поездки в магазины «Гарден Сити»- После романтической прогулки в парке 300-летия- После похода по ТЦ с детьми- В пятницу после работы- Во время важного события, заранее бронируя стол |  |
| 5. | **Для чего заходят**В каком аспекте прибегают к услугам вашего заведения?Например:- Питаются вместо готовки дома- Приходят работать с ноутбуком- Проводят деловые встречи- Свидания- Завтраки- Бизнес-ланчи- Заказывают еду с доставкой- Посиделки с подругами- Отмечают дни рождения компанией- Заказывают банкет на корпоратив- Отрываются в пятницу после рабочей недели- Воскресная прогулка в ресторан- Мастер-класс с детьми- Приходят на развлекательную программу |  |
| 6. | **Чего хотят получить**Каковы истинные и скрытые мотивы посещения ресторана?- Удивляться- Производить впечатление на окружающих- Стать ближе к успешной жизни- Банально перекусить- Получить визуальную пищу для своего Инстаграма- Насладиться вечером и вкусной едой- Познакомиться- Отвлечься от суеты- Подкрепить статус |  |
| 7. | **Чего категорически не приемлют**- Низкое качество сервиса- Несоответствие гастрономическим канонам- Лук / чеснок в блюдах- Отсутствия детской комнаты- Отсутствия вегетарианского меню- Бегающих детей по залу- Шумные компании за соседними столами |  |
| 8. | **Откуда узнают**Например:- Restoclub- Tripadvisor- Бумага- The Villiage- Собака- социальные сети- картографические сервисы, - наружная вывеска, - рекомендации знакомых |  |
| 9. | **Данные из CRM**- Средний чек- Визитов в месяц- Любимые блюда |  |

**Анкета аватара №5**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Вопросы** | **Ответы** |
| 1. | **Пол / возраст**М, 25-30Ж, 30-35и т.д. |  |
| 2. | **Семейно-материальный статус**Примеры:- Успешные молодые предприниматели- Дети богатых родителей- Менеджер среднего звена с умеренным доходом- Обеспеченная девушка (карьеристка или дочь богатого папы)- Женатый мужчина со стабильно высоким доходом. Имеет руководящую должность, возможно свой бизнес- Замужняя женщина, домохозяйка, имеет 1-2 детей |  |
| 3. | **Портрет**Пример портретаВедет активный образ жизни, путешествуют.Постоянно все пробует в поисках новых ощущений, в том числе гастрономических.Занимается экстремальными видами спорта (виндсерфинг, кайтсерфинг и пр.)Ищет интересные места в городе, ходит в театры, музеи, иногда даже в Ленинград центр. Старается быть в тренде, следить за светской жизнью и модой, может позволить себе вещи из ДЛТ. |  |
| 4. | **Когда заходят**Примеры:- Во время обеденного перерыва на работе- По пути с занятий виндсерфингом из яхт-клуба- После просмотра кино в «Мираж Синема»- После похода в театр им Комиссаржевской- После поездки в магазины «Гарден Сити»- После романтической прогулки в парке 300-летия- После похода по ТЦ с детьми- В пятницу после работы- Во время важного события, заранее бронируя стол |  |
| 5. | **Для чего заходят**В каком аспекте прибегают к услугам вашего заведения?Например:- Питаются вместо готовки дома- Приходят работать с ноутбуком- Проводят деловые встречи- Свидания- Завтраки- Бизнес-ланчи- Заказывают еду с доставкой- Посиделки с подругами- Отмечают дни рождения компанией- Заказывают банкет на корпоратив- Отрываются в пятницу после рабочей недели- Воскресная прогулка в ресторан- Мастер-класс с детьми- Приходят на развлекательную программу |  |
| 6. | **Чего хотят получить**Каковы истинные и скрытые мотивы посещения ресторана?- Удивляться- Производить впечатление на окружающих- Стать ближе к успешной жизни- Банально перекусить- Получить визуальную пищу для своего Инстаграма- Насладиться вечером и вкусной едой- Познакомиться- Отвлечься от суеты- Подкрепить статус |  |
| 7. | **Чего категорически не приемлют**- Низкое качество сервиса- Несоответствие гастрономическим канонам- Лук / чеснок в блюдах- Отсутствия детской комнаты- Отсутствия вегетарианского меню- Бегающих детей по залу- Шумные компании за соседними столами |  |
| 8. | **Откуда узнают**Например:- Restoclub- Tripadvisor- Бумага- The Villiage- Собака- социальные сети- картографические сервисы, - наружная вывеска, - рекомендации знакомых |  |
| 9. | **Данные из CRM**- Средний чек- Визитов в месяц- Любимые блюда |  |