

АНДРЮША ХАЙПОВИЧ  
КСЮША КИМ

# 7 ХАЙП-ИДЕЙ ДЛЯ **НORECA**



**16+**

КАК ПОСТРОИТЬ ОЧЕРЕДЬ В  
ЗАВЕДЕНИЕ БЕЗ БЮДЖЕТА

**Андрюша Хайпович  
Ксюша Ким**

**7 хайп-идей для HoReCa**

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=48896531](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=48896531)*

*ISBN 9785005094889*

**Аннотация**

Если вы хотите привлекать больше гостей в свое заведение без крупных финансовых вложений на маркетинг, вам необходимо использовать инструменты, представленные в книге «7 хайп-идей для HoReCa». Мы собрали весь практический опыт и изложили его простым языком для владельцев, топ-менеджеров и маркетологов ресторанного бизнеса.

# Содержание

ВВЕДЕНИЕ	5
Конец ознакомительного фрагмента.	8

# **7 хайп-идей для NoReCa**

**Андрюша Хайпович  
Ксюша Ким**

© Андрюша Хайпович, 2019

© Ксюша Ким, 2019

ISBN 978-5-0050-9488-9

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

# ВВЕДЕНИЕ

«Если Вашего бизнеса нет в Интернете, то Вас нет в бизнесе!», – уверяет старик Билл Гейтс, и он чертовски прав. Во времена, когда в соцсетях делятся первыми серьезными отношениями, планами на жизнь и рождением детей, ваше отсутствие в интернете говорит лишь о том, что вы наркоман, маньяк или безумец.

Когда вы говорите, что у вас нет странички в Вконтакте или Facebook, люди подсознательно теряют к вам доверие: значит, вам есть, что скрывать.

Зачем продвигать бизнес в соцсетях, где сидят одни интернет-задроты? Затем, что интернет-продвижение – это уже маст-хэв, который:

- позволяет лояльным клиентам любить нас еще больше (девочка, которая купила суши и кальян в кафе, полезет в инстаграм чтобы отметить его в сторис);

- помогает управлять сарафанным радио (вышеупомянутая девочка напишет 13 отзывов о вашем кальяне и 3 статьи о этикете, которые прочитает несколькотысячная аудитория);

- умелыми руками может поднять лютый хайп, привлечь внимание СМИ и сэкономить миллионы денег на рекламе.

Большинство SMM-методов уже устарели: сейчас недостаточно настроить таргетинг и закупить рекламу у блоге-

ров. Появилась необходимость напрягать извилины, включать креативность и самостоятельно создавать ХАЙП.

Хайп – «назойливая реклама», «возбуждение». В простонародье «хайпить» – поднимать шумиху, создавать ажиотаж вокруг событий, продуктов и людей.

### **Зачем нам хайп в социальных сетях?**

Мы знаем, что люди любят картинки, поэтому не будем разглагольствовать на тему пользы хайпа. Просто посмотрите на цветную схемку снизу (Рис.1).



*Рисунок 1 – Что нам даст хайп?*

## **Как это работает?**

Что говорил отец копирайтинга Огилви? «Хочешь продать огнетушитель – устрой пожар». Хотите быстро и эффективно хайпануть? Вляпайтесь в трагедию или передрагу: попадите в ДТП, обокрадите Джима Керри, умрите, в конце концов. Главное – сделать это грамотно, и считайте, что успех и слава у вас в кармане.

## **Как получить максимальную пользу от книги?**

– Записывайте все инсайты и идеи, которые будут рождаться в голове на протяжении прочтения книги: в блокнот, в заметки телефона, на полях самой книги, лезвием на руках – нам плевать, главное – не дайте вашим мыслям умереть, только родившись.

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.