



## WebCommGasztró Partnerfelmérési adatlap

Étteremnév/kód: \_\_\_\_\_ Munkatársak száma: \_\_\_\_\_  
Cím: \_\_\_\_\_ Kapcsolattartó személy: \_\_\_\_\_  
Telefon: \_\_\_\_\_ Kapcsolattartó telefonszáma: \_\_\_\_\_  
Webcím: \_\_\_\_\_ Kapcsolattartó e-mail címe: \_\_\_\_\_

1. Melyik kategóriába sorolná az éttermet? \_\_\_\_\_

2. Milyen szavak társíthatók az étteremhez? \_\_\_\_\_

3. Ezek vajon a vendégei, és az érdeklődői fejében is ott vannak? \_\_\_\_\_

4. Az Ön étterme melyik kategóriába sorolható? (karikázza be a megfelelő választ)

- a. Alapjaiban sikeres, de szeretnék növekedni/fejlődni
- b. Nincs növekedés, de vendégeket sem veszítünk
- c. Csökken a bevétel, elpártolnak a vendégeink

5. Tudható, hogy mi a célközönségének a legnagyobb problémája az Önéhez hasonló éttermekkel?  
\_\_\_\_\_

6. Van valami, amitől más az étterem, mint a konkurencia? A vendégek szempontjából mi a többletérték?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

7. Hogyan tudatja ezt a vendégeivel? \_\_\_\_\_

8. Mit lehet tudni a vendégeiről? Hány kategóriába tudná sorolni őket?

Kategóriák: \_\_\_\_\_

- d. Nem: \_\_\_\_\_
- e. Kor: \_\_\_\_\_
- f. Státusz/Életmód: \_\_\_\_\_
- g. Végzettség: \_\_\_\_\_
- h. Szabadidő: \_\_\_\_\_
- i. Cég/Magánszemély: \_\_\_\_\_



9. Létezik „élő” adatbázis az érdeklődői körről? \_\_\_\_\_

10. És a törzsvendégekről? \_\_\_\_\_

11. Hány név van ezeken a listákon? \_\_\_\_\_

12. Hogyan szereznek új érdeklődőket? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

13. Hogyan érik el, hogy az érdeklődők vendégekké váljanak? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

14. Hogyan érik el, hogy a vendégekből törzsvendégek legyenek? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

15. Tudják, hogy ezek a vendégszerző lépések mennyire eredményesek? \_\_\_\_\_

16. Mivel jutalmazza a törzsvendégeit? \_\_\_\_\_

17. A törzsvendégek évente átlagban hány alkalommal térnek be? \_\_\_\_\_

18. Ön szerint hogyan tudná ezt növelni? \_\_\_\_\_

19. Hogyan néz ki egy vendégkezelés a belépéstől kezdve?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

20. Van arról információja, hogy a vendégei közül hányan járnak a konkurenciához is? \_\_\_\_\_

21. Konkrétan melyik éttermet tartja konkurenciának? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

22. Ön szerint miben van lemaradva tőlük? Miben jobbak, ötletesebbek? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

23. A konkurenciához képest az Ön éttermének az árai:

- j. Alacsonyabbak
- k. Hasonlók
- l. Magasabbak



m. Ennek mi az oka? \_\_\_\_\_

24. A felszolgálók értékesítenek is, vagy csak kiszolgálnak? \_\_\_\_\_

25. A fizetésükön kívül, mivel motiválja a személyzetet? (nem csak anyagi) \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

26. A felszolgálók minden segítséget megkapnak a sikeres értékesítéshez?

- a. Tisztában vannak a marketing célokkal?
- b. Tisztában vannak a napi ajánlattal és a pillanatnyi helyzettel?
- c. Ismerik a komplett étlapot árakkal és alapanyagokkal?
- d. Ha törzsvendégeket szolgálnak ki, ismerik azok szokásait és ízlését?

27. Van az étteremnek éves marketing kerete? Ha igen, akkor a bevételhez képest ez kb. hány %?  
\_\_\_\_\_

28. Az elmúlt évben hol reklámozta az éttermet? \_\_\_\_\_

29. Az eredményeket hogyan mérték? \_\_\_\_\_

30. Van az étteremnek marketing terve? \_\_\_\_\_

31. Ha igen ki dolgozza ki? \_\_\_\_\_

32. Ki valósítja meg? \_\_\_\_\_

33. Havonta hány látogató van az étterem weboldalán? \_\_\_\_\_

34. Az mérik valahogyan, hogy ebből hányan lesznek fizikai vendégek? \_\_\_\_\_

35. A tájékoztatáson kívül milyen vendégszerző / vendégmegtartó funkciókat kínál a weboldal?

- a. hírlevél feliratkozás
- b. blog, blogértésítő
- c. szavazás
- d. online játék
- e. hasznos információk
- f. online asztalfoglalás
- g. kérdőív
- h. klubtagság
- i. kuponok



36. Mik a weboldal keresőszavai? \_\_\_\_\_

37. Van valamilyen lehetőség az oldalon regisztrációra? \_\_\_\_\_

38. Mit kapnak a regisztrált felhasználók? \_\_\_\_\_

39. Hány regisztrált felhasználója van a weboldalnak? \_\_\_\_\_

40. Tisztában van azzal, hogy az étterem weboldala pontosan milyen statisztikákkal bír? Használják webanalitikai rendszert? \_\_\_\_\_

Dátum: \_\_\_\_\_

-----

Vezető aláírása