

МЕНЮ-БОРДЫ В РЕСТОРАНАХ



Меню-борды для ресторанов

Рестораны

выигрывают от **ненавязчивого, атмосферного, контекстного контента**, который усиливает бренд и повышает средний чек без давления.

Атмосферные визуальные сцены (ambient content)

- мягкие видеопетли (slow motion напитков, огня, льда, свежести, текстур ингредиентов);
 - slow-TV: природа, легкие абстрактные паттерны, свечения, кинематографические планы.
- Это не реклама, а **поддержка атмосферы** — отлично работает в премиальной гастрономии.

Отдельные микро-рекламные модули

В ресторане реклама должна быть **непрямой и эстетичной**, а не как баннер:

- анонсы сезонного меню (1–2 блюда) в виде мини-роликов;
- короткие визуальные истории про ингредиенты;
- презентация авторских коктейлей;
- история шефа, философия кухни.

Главное: **контент должен быть частью атмосферы**, а не чем-то выбивающимся.

Алкогольная карта / барные подборки

На дисплеях отлично заходят:

- премиальные коктейли;
- подача ограниченных позиций;
- подборки вина / рекомендации сомелье.

Это действительно **повышает продажи без ощущения навязчивости**.



Размещение экранов

Размещение — ключевой момент

У ресторана другие правила: нельзя «выпячивать» технику, нельзя «дешевить» интерьер.

Барная стойка / бэкбар - Лучшая точка для digital-контента.

Что можно показывать:

- коктейли;
- премиальный алкоголь;
- барные спецпредложения;
- авторские подачи.

Формат:

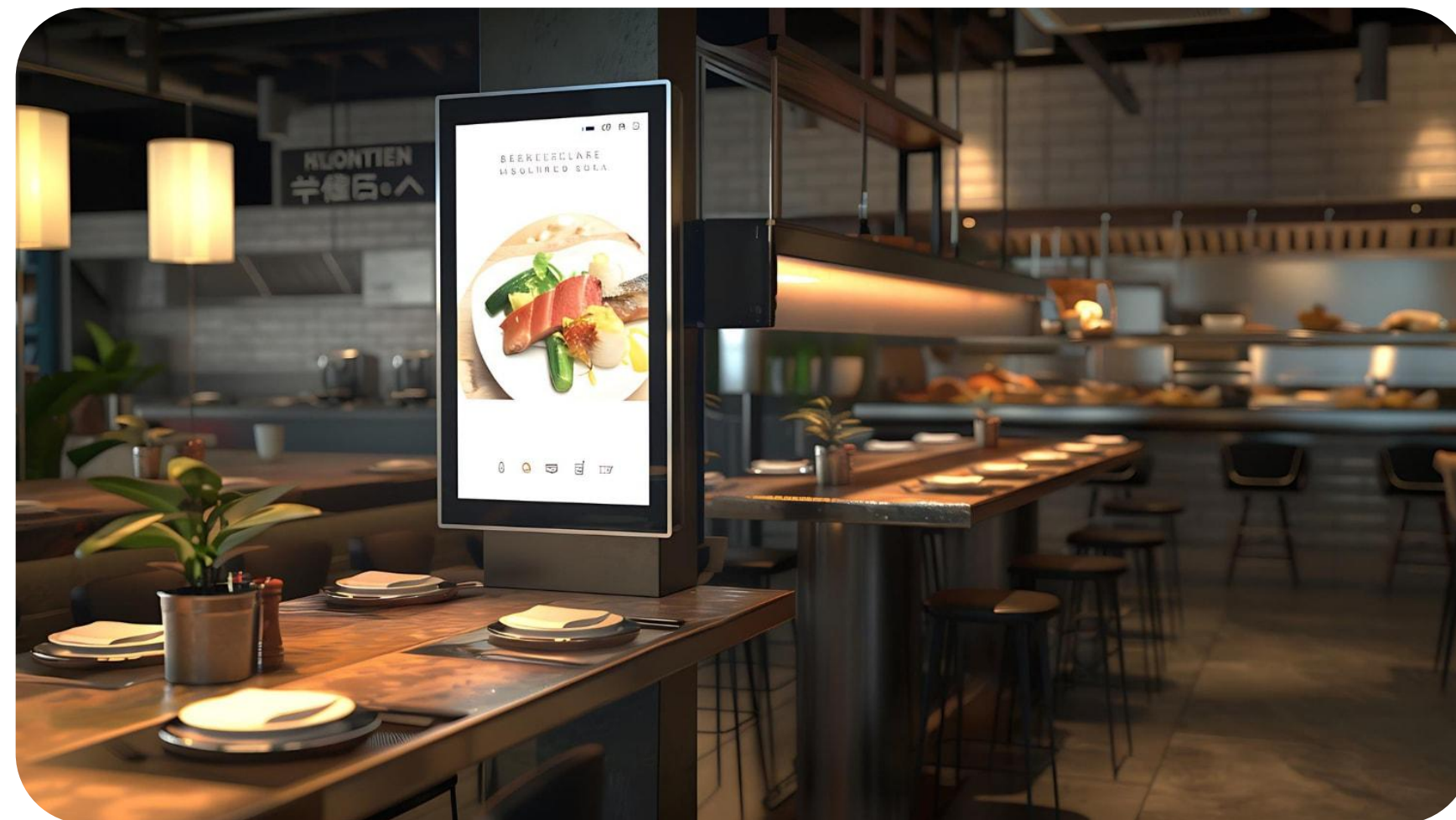
- Вертикальный или горизонтальный экран 16x9;
- часто встраивают в стену за баром;
- яркость приглушённая.

Входная группа

Здесь работает «мягкая презентация бренда»:

- анонсы сезонных событий;
- предложение от шефа;
- welcome-визуал.

Важно: экран должен быть **частью декора**, а не висеть как «панель в офисе».



Размещение экранов

Размещение — ключевой момент

Санузлы / коридоры

Одна из самых популярных практик во всём мире:

- ненавязчивая медиа;
- аккуратная информация о напитках;
- партнёрские интеграции;
- элементы фирменного стиля.

Частные/банкетные комнаты

Можно выводить:

- красивые ambient-видео;
- фирменный арт;
- контент под мероприятие.

Зоны ожидания / у ресепшена

Если ресторан имеет:

- очередь к бару,
- ресепшен,
- стену с ожиданием заказа (в casual dining),

то можно выводить:

- визуально эстетичные блюда,
- напитки,
- сезонные предложения.



Меню-борды для ресторанов

Корпоративное ТВ для персонала / внутренних гостей

Если ресторан — часть сети, либо находится в гостинице, бизнес-центре:

- инфо-лента о событиях сети;
- меню завтраков/ланчей;
- внутренняя информация для сотрудников (в подсобных помещениях).

Художественный/брендовый арт-контент

Динамический цифровой арт:

- брендовые паттерны;
- визуальные цитаты из кухни (дым, специи, текстуры);
- короткие абстрактные ролики.

Это самая современная и безопасная форма digital-контента для ресторанов.



Размещение экранов

Чего точно не стоит делать в ресторане

- ✗ Меню-борды под потолком.
- ✗ Яркие плашки с ценами.
- ✗ Мотивационные тексты «Попробуй! Закажи!».
- ✗ Чрезмерная динамика и резкие переходы.
- ✗ Слишком частая ротация (рестораны требуют медленного темпа).

Варианты концепций

✓ «Визуальная история бренда»

Экраны рассказывают о кухне, шефе, происхождении продуктов, стиле подачи. Это продаёт **не блюда, а философию**, что идеально подходит ресторанным концепциям.

✓ «Сезонная гастрономическая программа»

Каждый сезон — короткий видеоряд:

- весна — свежесть, салаты, травы, цитрусы;
- лето — ягоды, холодные напитки;
- осень — грибы, дым, согревающие блюда;
- зима — специи, выпечка, коктейли.

✓ «Фоновые арт-выставки» (популярно в Европе)

Ресторан превращается в «цифровую галерею»:

- современный арт,
- ретро-фотографии,
- коллаборации с художниками.

✓ «Цифровой камин» или «digital ambience»

Прекрасно подходит для лаунж-зон:

- огонь,
- свечи,
- текстуры дерева,
- тёплые абстракции.

Итого

Меню-борды для ресторанов **не подходят** из-за восприятия бренда, атмосферы и ритуала выбора.

Правильное направление — **атмосферный, мягкий, эстетичный контент**, который поддерживает стиль ресторана и повышает продажи через эмоцию, а не через яркую витрину. Экраны должны выглядеть **как часть интерьера**, а не как «реклама».

У вас возникли вопросы по сотрудничеству?

Свяжитесь с нами по номеру: +7 (987) 290-30-15
или напишите на почту sales@display24.ru

Онлайн-поддержка (Пн-Пт, 9:00-18:00):

Телеграм: @DEV116_RU

Jivo чат, присутствующий на каждой странице проекта

Мы в соцсетях:

Новостной канал в Телеграм: https://t.me/display24_news

Новостной канал в Максе: https://max.ru/id1658187952_biz

Боты уведомлений:

Телеграм (@Display24MessagesBot)

Максе (@id1658187952_1_bot)

Рег. номер в реестре российского ПО: 8094131

D-U-N-S Number: 362272067

Юридическая информация:

ООО "Дисплей24"

ОГРН: 1161690064172

ИНН/КПП: 1658187952/168401001

Юридический адрес:

420139, Россия, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Рихарда Зорге, 93-169

Почтовый адрес:

420139, Россия, Республика Татарстан, г. Казань, а/я 48

