10 consejos de marketing online para restaurantes

El marketing digital y las redes sociales están cambiando la manera de hacer negocios y los restaurantes también se ven afectados por esta tendencia, por lo que hacer un plan de marketing online para un restaurante se convertirá en una de las mejores estrategias para tener éxito en este sector. Pero ¿Por qué marketing digital?

El marketing digital y las redes sociales están cambiando la manera de hacer negocios, y los restaurantes también se ven afectados por esta tendencia, por lo que hacer un plan de marketing online para un restaurante se convertirá en la mejor estrategia para tener éxito en este sector. Pero ¿Por qué marketing online?

Estamos presenciando un sistema mundial con un ritmo cada vez más intenso a la digitalización de la mayor parte de los sectores empresariales y de todos los mercados, ha sido el auge de hoy en día y la premisa para que las PYMES y organizaciones hagan de este instrumento el aporte positivo y de gran valor a sus empresas en el mercado. Sin duda, lo que nos queda por recorrer será sorprendente. Los primeros sectores que empezaron esta 'transición digital' fueron la música (con iTunes y posteriormente con Spotify y Pandora), la comunicación (con las redes sociales) y los libros (con Amazon), y han tenido un resultado muy bueno, por lo tanto el resto de sectores poco a poco van incorporándose a esta genuina revolución.

Desde Guellcom quieren demostrar que a través de unos sencillos pasos se puede tener una transformación digital.

Por ello apuntan 10 consejos de marketing online que pueden activar esta transformación digital de los restaurantes en el nuevo entorno tecnológico.

1. Construir un sitio web optimizado, para satisfacer a los clientes

¿Pueden los clientes locales encontrar el restaurante en línea? Asegurarse de contar con un sitio web web bien optimizado es importante. La clave es conseguir que los clientes encuentren el sitio web antes de que encuentren la de los competidores. Se puede crear un blog propio de comida, platos del día y la lista de los visitantes directos a los perfiles en redes sociales y sitios de revisión en línea, en el que sea una comunidad más que le dé el enfoque deseado y demuestre la buena atención que el restaurante brinda.

2. Crear un perfil en las redes sociales

Las redes sociales también son interesantes para hacer promociones y descuentos, si se apuesta por esta vía, hay que elaborar un plan de social media y mantener una presencia activa. Las redes sociales más interesantes para un restaurante a priori son Facebook, Twitter e Instagram, los más novedosos. En cualquier caso, hay que hacer un análisis previo de dónde están los clientes reales y cuál es el público objetivo antes de tomar la decisión de abrir un perfil en cada una de ellas y dedicarle el tiempo necesario.

A través de Twitter se pueden definir hashtags personalizados que hagan referencia.

También se puede abrir un canal en YouTube y ofrecer un paso a paso de cómo preparar algún plato en especial o simplemente dar tips de cómo preparar un aderezo gourmet en la comodidad del hogar. Este tipo de vídeos crean una viral en las redes, lo que aumenta la exposición ante las personas y hace conocer tu restaurante.

3. Branding

La mejor estrategia para exponer una marca y marcar la pauta en el mercado en el que se desarrollas como lo son los restaurantes. Planificar una cuidada estrategia de branding, que incida en valores que están ya muy arraigados entre los consumidores y, además, estén relacionados con el sector: la alimentación sana, la comida ecológica, los hábitos de vida saludables, etc.

4. Wifi gratuita y de calidad

La experiencia del cliente dentro del local será muy importante para que este cliente se plantee repetir visita e inclusive referenciarlo. Proporcionar wifi gratuita de alta calidad y así además, se les puede animar a que utilicen las redes sociales del restaurante o el sistema de fidelización digital implementado para poder crear un canal de comunicación con ellos posteriormente y empezar el camino de convertirlos en clientes recurrentes.

5. Organiza eventos y fiestas

Un restaurante debe transmitir una imagen de sitio moderno y social y, para ello, es muy útil organizar eventos y fiestas y realizar ofertas para este tipo de acontecimientos. Lo ideal sería publicar a continuación las fotos de cada evento en las redes sociales para que las personas que hayan participado puedan viralizar estas fotos y así se difunda la marca y el restaurante entre los amigos de esos clientes. Hasta se puede definir hashtags por evento para que el restaurante sea identificado siempre. Crear hashtags personalizados.

6. Ofertas exclusivas a los mejores clientes

Estamos acostumbrados a ver como hay restaurantes que realizan ofertas increíbles a través de las plataformas de compra colectiva como Groupon y LetsBonus, pero luego no hacen ese tipo de ofertas a sus clientes habituales ni tienen ningún sistema para fidelizar a la gran cantidad de clientes que les vienen a través de estos canales de compra colectiva. Es necesario mantener un cliente recurrente en buena atención ya que es potencial y permitirá al negocio ser conocido aún más debido a sus referencias, crear ofertas especiales que animen y mantengan su gusto por el restaurante.

7. Realizar concursos y sorteos

Los concursos y sorteos son una forma fantástica de dar a conocer un restaurante. Para ello se puede utilizar una red social de forma especial: Instagram. Es ideal para crear concursos de fotos de los mejores platos y también podría servir para sortear una comida o cena gratis entre los participantes. Lo ideal es que participen en este concurso sólo los clientes, para que éstos se sientan privilegiados. Para ello se debe tener una base de datos de emails o teléfonos o, por lo menos, una herramienta para agrupar a los clientes y poder enviarles posteriormente comunicaciones. Se puede apoyar la acción en las redes, así se tiene mas audiencia y aumentan los clientes.

8. Realizar un plan de marketing

Un negocio para lograr sus objetivos debe tener una adecuada planificación y estrategia. Si se logra desarrollar un plan (predominando la calidad, no la cantidad) teniendo en cuenta que se debe analizar el mercado, qué hace la competencia y definir los objetivos, se pueden establecer todas las acciones para lograr el cumplimiento de los puntos anteriores. Planificar es lograr que el restaurante llegue a la cima.

9. Implementar un programa de fidelización de clientes

Enviar boletines de noticias a los que se inscriban para participar en el programa, destacando ofertas exclusivas y promover el programa de lealtad fuera de línea y en línea (Por ejemplo: Club de puntos, club de cata, clientes VIP, etc.)

10. Marketing de contenidos

Los restaurantes tienen una gran oportunidad de revelar excelentes resultados. ¿Y qué tipo de contenidos puede ofrecer un restaurante? Por ejemplo, puede elaborar pequeños consejos relacionados con la alimentación equilibrada o con la vida sana, y enviar diariamente estos consejos a sus clientes más fieles por medios de sus redes y haciendo uso de emails y CRM. Los consumidores están cada vez más concienciados con tener una vida sana y una dieta equilibrada y los restaurantes tienen esta gran oportunidad de desarrollar contenidos originales en base a una buena nutrición. Así, se podría ser el primero en hacer y desarrollar ideas que aporten beneficio y captar una audiencia fiel que esté interesada en recibirlos.

Datos de contacto:

jose Guellcom
968907828

Nota de prensa publicada en: [murcia](#)

Categorías: [Gastronomía](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Restauración](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>