Publicado en Barcelona el 08/09/2021

El marketing digital en restauración y hostelería es clave para aumentar las ventas

Flipdish calcula que el ROI medio de las campañas alcanza el del 532% en un sector cada vez más centrado en el mundo digital

Los restauradores que crean su propio territorio digital siguen aumentando en España en el último año, según Flipdish. Quienes creen que un perfil digital puede dar continuidad a su negocio, más allá de la pandemia, han encontrado en este operador tecnológico un aliado. El crecimiento de estos negocios y la transformación de los tradicionales es continuo, más cuando cifras del Barcelona Oberta muestran que, en Barcelona, un 35% de las tiendas y restaurantes no volverán a abrir sus puertas.

La pandemia supuso el aumento de los pedidos online en un 50% pero más allá de eso, la visibilidad de los negocios en el entorno digital es y será clave para llegar a un consumidor digital también saturado. Según Statista el volumen de ventas en comercios online prepandémico crecía entre 15% -20% anualmente en Estados Unidos hasta que llegó el COVID y creció un 44%.

Desde Flipdish, empresa que desarrolla soluciones tecnológicas para restauración y hostelería: webs, apps, kioskos, códigos QR y pedidos desde mesa propios de cada marca, ofrecen también soporte en marketing digital a sus clientes. Flipdish desarrolla campañas principalmente en Google (SEM), Facebook e Instagram, así como campañas de SMS. Sus resultados son espectaculares, con un ROI del 532% o, lo que es lo mismo, un retorno de 5,32€ por cada euro invertido.

Las empresas son muy conscientes de que las campañas digitales bien hechas aumentan el tráfico, la generación de leads y el engagement con sus públicos objetivos. Además, es el único sistema de pedidos en línea de marca blanca que permite a los clientes hacer pedidos directamente desde las redes sociales, principalmente Google, Facebook e Instagram. Un ejemplo de ello es Miss Chen, un restaurante asiático en Valdebebas, Madrid, cuyo ROI medio ha llegado al 2.300% en dos años de campaña y cuyo aumento de ventas ha sido de un 200%.

En palabras de Daniel Hernández, Country Manager de Flipdish en España “estamos plenamente inmersos en una transformación digital, con consumidores cada vez más receptivos a realizar pedidos online y a utilizar tecnología para interactuar con su restaurante favorito (kioskos, página web, códigos QR, apps para delivery), y un sector reinventado y consciente de la necesidad de digitalizar su negocio para no perder competitividad. Todo esto no lleva a que a día de hoy sea inevitable no dedicar parte de nuestro presupuesto a publicidad online. Es en internet donde los consumidores pasan cada vez más tiempo y donde interactúan con nuestro negocio”.

Para Hernández: “Podemos cuidar nuestra comunidad en redes, pero el crecimiento orgánico está muerto. Los datos muestran que solo un 0,05% de los seguidores llegan a ver nuestros posts en Facebook. Google y las redes sociales son los canales donde conseguimos y mayor retorno. Lo más importante es que las campañas de marketing digital mantienen el engagement con el público objetivo,

generando una relación a largo plazo y la posibilidad de adaptar nuestro producto a los gustos del público al que nos dirigimos”.

Fundada en 2015 por los hermanos y empresarios irlandeses, Conor y James McCarthy, la idea de esta empresa surgió al darse cuenta que no existía nada que les permitiera pedir sus comidas favoritas a los restaurantes de siempre, de forma rápida, directa y sin tener que usar portales de intermediarios. Actualmente Flipdish está presente en 20 países y cuenta con más de 230 empleados que hablan más de 30 idiomas.

https://www.flipdish.com/es/

Datos de contacto:
Gloria Almirall Arnal
637883077

Nota de prensa publicada en: Barcelona

Categorías: Nacional Comunicación Marketing Turismo Emprendedores Restauración Consumo

NotasdePrensa
https://www.notasdeprensa.es