

20 ESTRATEGIAS PARA ELEVARE LAS VENTAS DE TU RESTAURANTE



CON ESTAS 20 ACCIONES DE MARKETING ESTARAS UN PASO MÁS ADELANTE DE LOGRAR TUS METAS



Actualmente, la competencia entre la escena restaurantera es muy dura, tendrás que darlo todo para tener éxito. Debido a la invasión de la tecnología digital, los dueños de restaurantes ya no dependen de la palabra tradicional para comercializar sus negocios como se hacía en la “vieja escuela”.

Ahora, la mayoría de los restaurantes están aprovechando los medios digitales y la tecnología móvil para obtener la atención de todos los estómagos que andan por ahí afuera. Si bien algunos de estos restaurantes lo están haciendo bien, la mayoría están batallando por poner en marcha las estrategias de marketing que realmente mejore su negocio.

Los números dicen que, en el negocio de los restaurantes, la tasa de fracaso es de alrededor del 60%. Si bien el marketing de restaurantes es fundamental para atraer a los comensales, no siempre está claro qué estrategias funcionan mejor.

Está comprobado que el éxito en el negocio de los restaurantes va más allá de cocinar los platillos más sabrosos. El éxito de cualquier negocio de restaurantes confirma sus estrategias de marketing. En este post, te compartimos 20 estrategias de marketing realmente efectivas para elevar las ventas de tu negocio de comida:



1.



Aviéntate un clavadote a las redes sociales y enfócate en las fotos

Seguimos en la era del #foodporn, todas las plataformas de redes sociales están repletas de fotos deliciosas que hacen que, sin dudar, gastemos unos pesos de más con tal de saciar ese antojo.

Cuando se trata de comida, Instagram es el rey, Facebook es la reina y el resto de plataformas quedan un poco fuera del castillo. La clave aquí es la calidad. Hay que enfocarse en publicar fotografías y videos de alta resolución, que se vean antojables y arrastren a las personas a su restaurante suplicando por ese platillo tan delicioso que vieron tras la pantalla de su celular.

Si andas muy perdido en el mundo de la fotografía, considera contratar tanto un fotógrafo profesional para que tus fotos se vean sofisticadas y atractivas. ¡Porque es más difícil de lo que crees! Pero no imposible...

También asegúrate de divertirte con los hashtags, ya sea subiéndote a las tendencias de los hashtags populares existentes como #ThrowbackThursday o inventando los tuyos, los hashtags son una excelente manera de divertirte con tus clientes.

Instagram es una tarea fácil para quienes trabajan en el sector de la alimentación. Obtenga más información sobre la comercialización de Instagram aquí.

2.

Ármate un sitio Web atractivo y fácil de navegar

Si quieres que tu restaurante crezca, debes obtener un sitio web profesional. Más del 49% de las personas buscan restaurantes en línea antes de salir, por lo que no hace falta decir que un sitio web es importante.

Lo que muchos propietarios de restaurantes olvidan es para lo que los clientes realmente usan los sitios web: necesitan ver su menú (lo que destacaremos más adelante), horario, dirección o número de teléfono. Un sitio web fácil de usar tendrá la información más pertinente presentada de inmediato, y será fácil de usar para dispositivos móviles.



3.

No dejes de lado el email Marketing



El marketing por correo electrónico de un restaurante es otra estrategia vital para comercializar tu restaurante de manera efectiva. Hay dos formas de aumentar tu lista de correo electrónico; haciendo que los clientes llenen formularios en persona y haciendo que llenen formularios en línea. ¡Te sugiero que prestes mucha atención a lo que sigue, porque el mundo se ha convertido en una jungla digital por si no lo habías notado!

Con el marketing por correo electrónico, puedes mostrar nuevas adiciones a tu menú y otras ofertas interesantes como descuentos o eventos. Sin embargo, el email marketing puede ser complicado si no se ejecuta correctamente.

Entonces, si eres nuevo en el marketing por correo electrónico, no dejes de consultar a un experto para encontrar la mejor estrategia de email marketing para tu restaurante. Cof cof, nosotros... ¡escribenos!

Crea un boletín quincenal o mensual, ¡no queremos abrumar a nuestros comensales! y anime a las personas a inscribirse. Luego, puede enviar sus boletines para ayudar a promover ofertas y eventos. Una vez que haya creado su lista de correo electrónico, puede usar la segmentación para hacer ofertas a aquellos en su lista según el género, las preferencias de bebida, el día que prefieren ingresar al bar / restaurante y más.

Tener una presencia en línea es crucial para tu restaurante, pero eso ya lo sabes.

Ya has hecho un gran trabajo preliminar creando un sitio web atractivo, manteniendo una fuerte presencia social y conectándote constantemente con tu base de clientes a través de correo electrónico.

¿De qué otra manera puedes atraer nuevos clientes para que cenén contigo?

Con tu menú en línea.

Las personas quieren explorar todas sus opciones de restaurantes antes de tomar una decisión sobre dónde alimentarse: según un estudio realizado por OpenTable, el 93% de las personas ve los menús en línea antes de salir a cenar. Eso es un montón de hambrientos buscando un lugar para comer ¿no?. Así que, si tu menú no se puede encontrar en línea, estás perdiendo la oportunidad de atraer a nuevos clientes.

Tener tu menú en línea como PDF no está haciendo mucho por tu negocio; tu menú debe estar basado en texto para que se pueda encontrar digitalmente en una larga lista de sitios y aplicaciones.

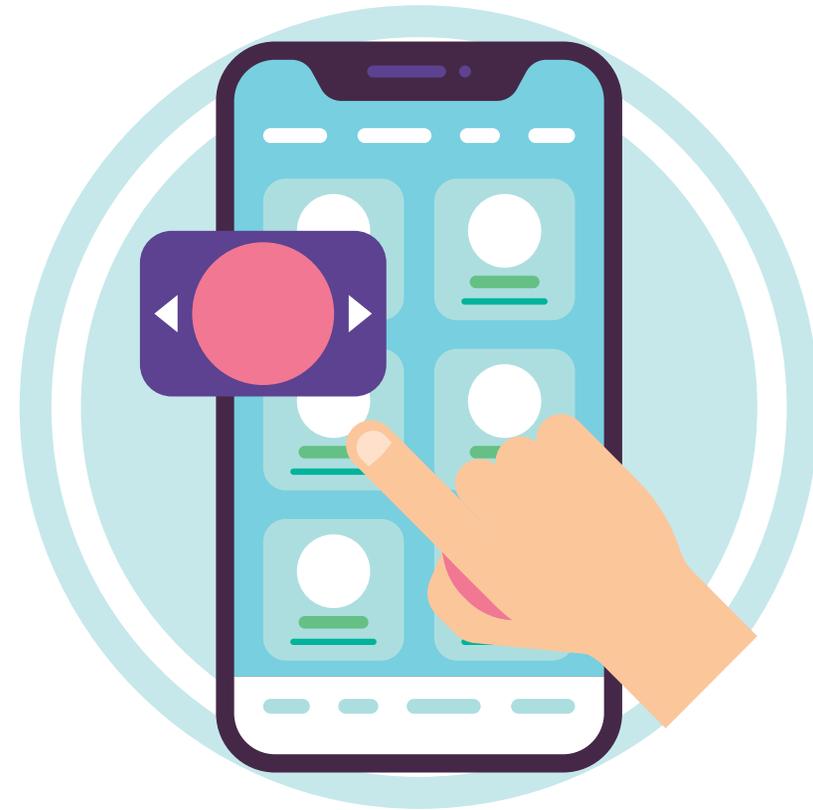
El 49% de las personas realiza búsquedas en línea sin un restaurante específico en mente; están usando sitios como Google, Bing, Yelp, TripAdvisor, Facebook, Instagram (puedes ponerlo en Historias Destacadas) para guiar su búsqueda, ya que estos sitios son conocidos por brindar a sus usuarios muchas opciones viables para elegir.

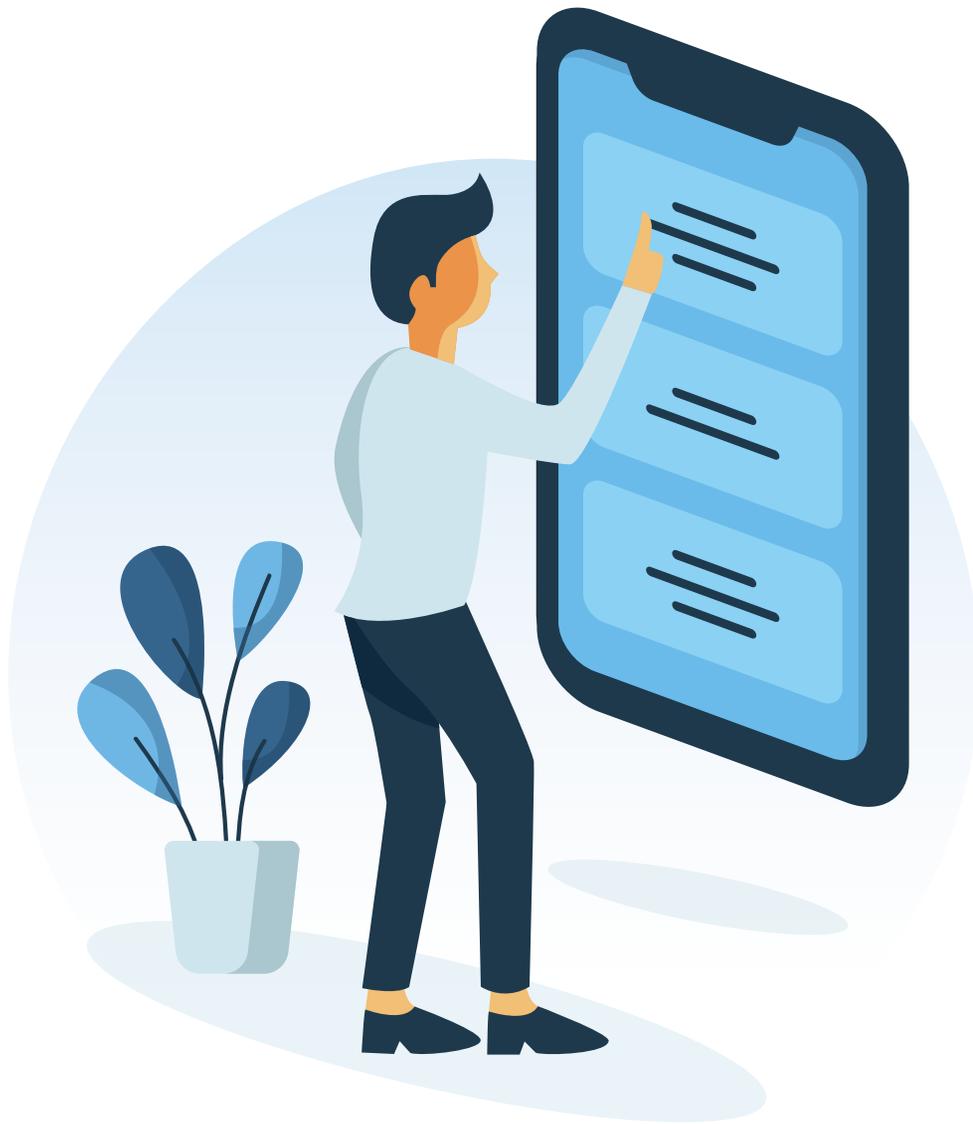
Como propietario de un restaurante, su objetivo debe ser proporcionar a sus clientes información precisa.

Esta integridad de la información en Internet no solo es excelente para el marketing, sino que genera confianza y lealtad en los clientes. Tener menús antiguos y obsoletos en línea puede dañar tu reputación y molestar a los clientes que se sienten engañados por la información disponible.

4.

Menú online





5.

Optimízate para dispositivos móviles

Cuando las personas buscan lugares para comer, muchas veces están en movimiento: en 2018, el 52.2% de todo el tráfico mundial en línea se generó a través de los teléfonos móviles.

Si tienes un sitio web o tu menú en línea que no son compatibles con dispositivos móviles, corres el riesgo de perder la oportunidad de llegar a muchos clientes potenciales.

Para que una página web, o un sitio web, se considere apta para dispositivos móviles, la página debe diseñarse para que se ajuste al tamaño de un teléfono manteniendo todo proporcional.

6.

¡Qué lluevan los concursos, descuentos y cupones!

Hacer concursos es una buena manera de correr la voz acerca de tu restaurante. Aquí puedes aprovecharte de las bondades de las redes sociales y hacer los concursos a través de estas. Podría ser una trivía en Facebook, pedirles a tus seguidores que compartan alguna publicación para ganar una cena gratis, etc.

Otra forma fácil de atraer clientes es regalando cupones y descuentos. Por ejemplo, puedes ofrecer 10% de descuento si tu comensal postea una foto de su platillo o bebida en sus redes y te etiqueta. O puedes enviar cupones a tus clientes por medio de tu newsletter.





7. Haz equipo con Bloggers e Influencers

Una de las mejores estrategias de marketing de hoy en día es aprovechar la popularidad de otros. Como dueño de un restaurante, puedes sacarle provecho a los bloggers de comida locales e influencers, puedes regalarles una comida gratis con la intención de que suban contenido de tu restaurante a sus redes sociales y así popularizar tu marca dentro de sus círculos.



8. ser caritativo es algo bueno por donde lo veas

¿Quieres aumentar la lealtad de tus clientes, atraer nuevos clientes y apoyar una buena causa? Prueba esta idea:

Invita a una organización benéfica a que envíe un mesero invitado una vez al mes, dona las propinas y/o el 10% de las ganancias. Con esto, la organización promoverá tu evento con sus base de clientes, y algunos de ellos terminarán siendo clientes de tu restaurante. ¿Qué te parece?



9.

Cuida tu reputación en línea ¡responde esa mala crítica en Yelp!



¿Sorprendido de ver esto en nuestra lista de ideas de marketing para restaurantes? Pues, te aseguramos que ¡es de las más importantes! Nada destruye más a un restaurante como la mala crítica pero no responderla es cavar más en el pozo.

De acuerdo con Social Media Today, el 95% de los clientes regresará si atiendes su queja de manera rápida y eficiente. Además, los estudios muestran que la mayoría eliminará su reseña negativa si resuelves su problema.

El problema radica en que los dueños de los pequeños restaurantes con frecuencia ignoran o responden de manera inadecuada a las reseñas de sus clientes en Google, Yelp, Trip Advisor y demás. Abordar cada revisión negativa no es solo un buen servicio al cliente, sino que también puede aumentar las ventas.

Un buen comienzo es configurar una alerta de Google para que puedas monitorear lo que se dice sobre tu negocio. Cuando aparezca una reseña negativa, responde rápidamente en un tono amigable. Puedes disculparte por la experiencia negativa o pedirle al usuario que se comunique directamente con el restaurante para que tenga la oportunidad de redimir la situación.

Una respuesta cuidadosa puede convertir a un crítico en un fan, y demuestra un nivel de atención al cliente que todos esperamos experimentar al salir a cenar.

10.

Para la oreja, hay que poner atención especial a la música

¿Escuchas el sonido de la ventas de bebidas aumentar un 40%? ¡Sí! Eso puede lograr una buena selección de música para tu restaurante. Una de las ideas de marketing de restaurantes menos pensadas es la música de fondo.

Es importante tener en cuenta que, en un restaurante, la acción fundamental es la de comer, mientras que la música desempeña una función de acompañante, de amortiguar la incomodidad de los silencios y aportar calidez al ambiente.

Haz una selección adecuada para el giro de tu restaurante. Piensa en tu marca, en tus clientes. Con las plataformas actuales, como Spotify, tienes la facilidad de crear varias playlists que puedes ir cambiando de acuerdo al día o la hora.





11. Sácale provecho a los eventos de Facebook

¿Qué nuevo evento tienes en puerta? ¿Una banda en vivo? ¿Noche de trivia? ¡Haz el evento en Facebook!

Facebook enviará automáticamente recordatorios sobre tu evento a cualquier persona que confirme su asistencia. Además, Facebook también alerta a los amigos de quienes han confirmado su evento. ¡Más alcance de forma gratuita!



12. crea un programa de lealtad

¿Sabías que los clientes en programas de fidelidad regresan el doble de veces? El crear un programa de lealtad animará a los clientes a repetir con más frecuencia sus visitas y reforzará la relación con el comensal.

Haz tarjetas donde se establezca que a la quinta visitar se hará un gran descuento o se otorgará algo (postre, bebida) completamente gratis. Una forma sencilla de mostrarle a tus clientes que los valoras y aprecias su lealtad.



13.

Ofrece un servicio al cliente increíble

Considera el servicio al cliente como la estrategia de marketing más importante. Es esencial que tu servicio al cliente sea memorable. Eso significa tener hosts que saluden con una sonrisa y tengan una conversación genuina.

Meseros amables, agradables y que sepan bien el menú y puedan realizar excelentes recomendaciones. Un ambiente que hace que la gente quiera quedarse y relajarse; y gerentes que se detienen en cada mesa y preguntan sobre la experiencia del cliente y qué pueden hacer para mejorarla. El marketing consiste en plantar la semilla para una venta futura, y al ofrecer un servicio al cliente inolvidable, permanecerás en primer lugar en un mercado lleno de gente.





14. Mantén tus datos en línea correctamente

Verifica que los detalles en línea de tu restaurante sean precisos. A los consumidores les encanta investigar en línea; de hecho, el 89% de los consumidores investiga un restaurante en línea antes de comer. Es por esto que es de vital importancia que todos los detalles de tu restaurante estén en línea y actualizados, incluyendo la dirección, el número de teléfono, las horas, su menú actual, etc. Cuanto más fuertes y precisos sean sus detalles en línea, mejor.

15. Utiliza los servicios de entrega a domicilio

Utiliza todas las opciones de servicios de entrega que haya en tu ciudad. Los restaurantes pueden tener múltiples relaciones con los servicios de entrega, como Uber Eats, Postmates, Rappi y otros, que pueden mejorar significativamente el negocio y aumentar las ganancias. Además, al ser tu restaurante incluido en sus sitios web y aplicaciones, expande en gran medida su visibilidad. ¡Algunos clientes incluso pueden descubrirlo por primera vez a través de servicios como estos!





Instagram

16.

Comparte fotos detrás del behind the scenes de tu Restaurante

A la gente le encanta ver a los personajes del restaurante: los chefs, los meseros y cualquier persona involucrada en hacer que su experiencia en el restaurante sea increíble.

¡Muestra a tu personal!

Una forma sencilla es hacerlo mediante las historias de Instagram, date un paseo por la cocina y graba unos segundos para que tus clientes se sientan cercanos y parte de. Publica fotos de tus meseros haciendo lo que hacen mejor.

Ver a los empleados sonrientes y felices hace maravillas con tu reputación, ya que los clientes desea ser atendidos por trabajadores alegres y felices con lo que hacen.

17.

Ofrece descuentos a los participantes en eventos locales

Otra excelente idea para atraer más clientes y aumentar la popularidad de tu restaurante es ofrecer descuentos a locales y visitantes participantes de algún evento que se esté llevando a cabo en tu ciudad.

¿Hay una carrera de 10K el domingo? ¿Por qué no ofrecer un descuento en el desayuno o comida si las personas muestran su medalla de participantes? Si es día de elecciones, ¿por qué no ofrecer un descuento si los votantes muestran su dedo marcado?

Solo por mencionar unos ejemplos...



18.

Inicia un Blog

Comenzar tu propio blog es una excelente manera de crear una comunidad y relacionarte con tus clientes. Los blogs ofrecen la oportunidad de experimentar con la voz y la personalidad de tu restaurante.

Comparte tus éxitos y batallas, historias divertidas, recetas y cualquier otra cosa que creas que pueda interesarle a tus clientes.

Mantén tu blog tan simple o complejo como quieras. No tienes que estar publicando constantemente (calidad sobre cantidad), pero es bueno tener un blog de tu restaurante para cuando tengas un anuncio que quieras enviar al mundo.



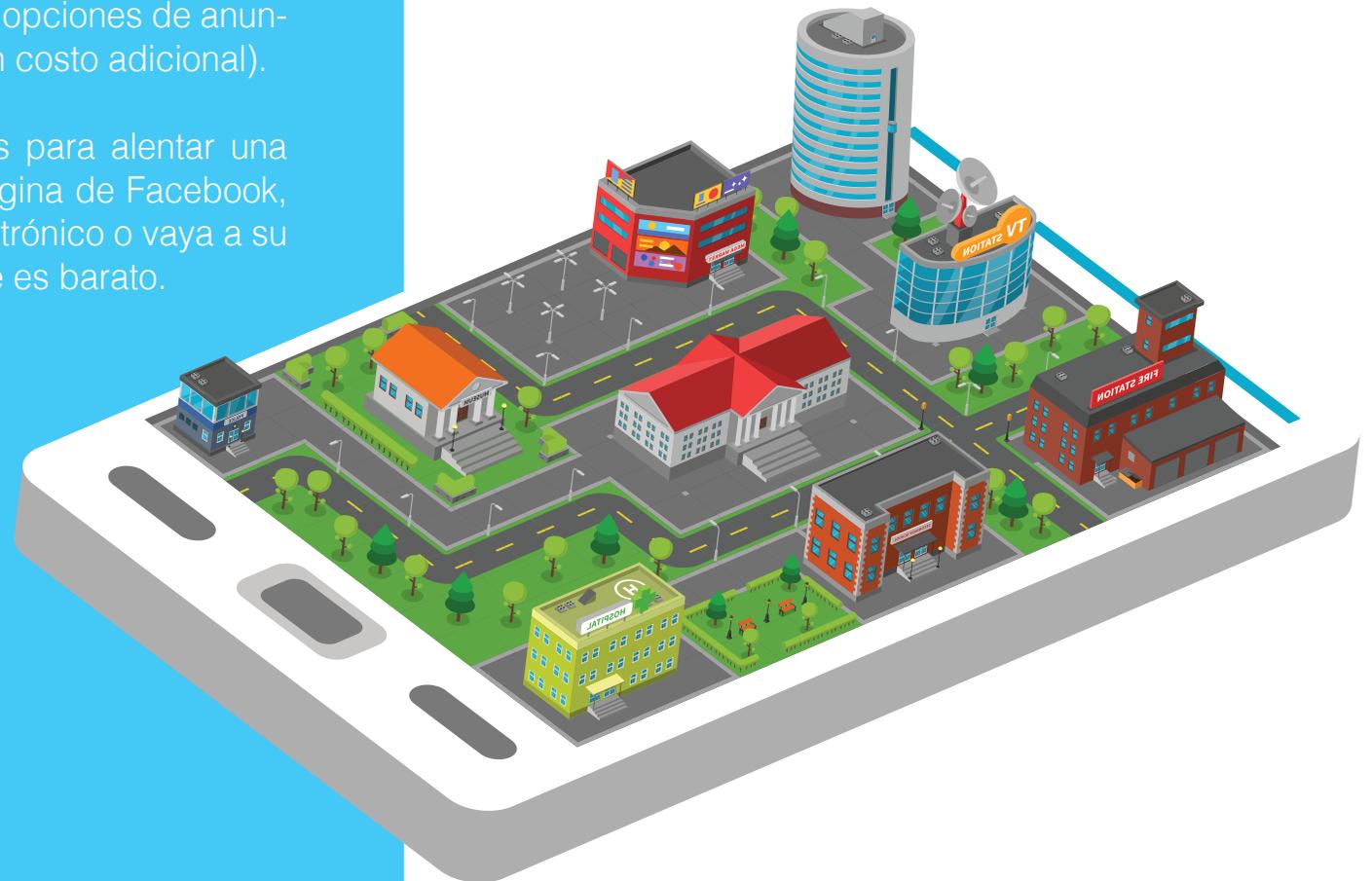
La mayoría de las personas buscan buenas comidas cerca de casa por lo que obtendrás mejores resultados invirtiendo principalmente en anuncios orientados geográficamente. Los anuncios de orientación geográfica te ayudan a ahorrar dinero, asegurando que solo los usuarios en ciertas ciudades o en un radio específico vean tus anuncios.

Las principales plataformas como Google Ads, Facebook, Instagram y Twitter, ofrecen opciones de anuncios de orientación geográfica (sin costo adicional).

Además, puede diseñar anuncios para alentar una variedad de acciones: siga su página de Facebook, le dé una dirección de correo electrónico o vaya a su sitio web. Lo mejor de todo es que es barato.

19.

Haz anuncios segmentados geográficamente



20.

Aprovecha el poder del marketing en redes sociales



El marketing en redes sociales puede ayudar a elevar tu clientela y convertir a personas interesadas, en comensales potenciales de una forma significativa. Un contenido relevante y diseñado para tu audiencia es clave para aumentar la presencia que tiene tu marca dentro de los medios digitales.

El marketing en redes sociales va más allá de la simple construcción de marca, también te ayuda a comprender mejor a tu consumidor objetivo, generar tráfico web, mejora tu posicionamiento, lo que da como resultado más clientes, más ventas, más ganancias.

Algunas de las estrategias mencionadas pueden realizarse sin problema “in house”, sin embargo, hay muchas otras que podrías necesitar acercarte a un especialista.

Te recomendamos a los chicos de Poolpo Marketing *guiño, guiño* ellos saben lo que hacen y te aseguramos que encontrarán las estrategias adecuadas para impulsar tu restaurante para que tú solo te dediques a verlo crecer.



VECTORPOS

w w w . v e c t o r p o s w e b . c o m

CONTACTA
UN ASESOR



3 5 0 3 9 1 4 5 2 0

info@vectorpos.com.co