

✉ info@hosteleriamadrid.com

☎ 913 600 909

LA VIÑA
hosteleriamadrid.com

Buscar

Cómo aplicar el Marketing Digital para restaurantes como herramienta de diferenciación y éxito

La restauración es cada día un sector más competitivo, donde el usuario tiene múltiples opciones, precios, ubicaciones... por lo que hoy más que nunca si un restaurante quieres ser competitivo y sostenible en el tiempo **debe elaborar una estrategia de marketing centrada en su cliente**, donde sea capaz de integrar mundo online y offline, haciendo converger el marketing más tradicional con el marketing digital.



El primer paso que debemos tener en cuenta es nuestra web, ¿es importante? Por supuesto, es básica, ya en muchos casos que **será la primera imagen que el usuario se llevará de tu restaurante** y una web que visualmente no es capaz de transmitir la esencia de tu local y tus platos, hará que en muchos casos decida no ir con lo que perderías un potencial cliente. Piensa que no solo tienes que ser bueno, tienes que además aparentarlo y comunicarlo, y aquí la web es fundamental en ello.

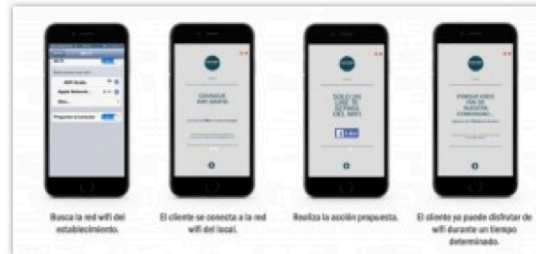
Una vez tienes la web, debes trabajar el marketing de contenidos, es decir, **no intentes venderle al usuario que debe ir a tu restaurante sino sedúcele** para que lo haga, y para ello genera contenidos que estén alineados con la filosofía de tu negocio y que aporten un valor al usuario.

Un ejemplo real de ello es la cadena de restaurante Lateral, uno de nuestros clientes en Marketing Surfers, donde una de las bases de la estrategia de marketing es generar contenido sobre lifestyle que ayuden al usuario a estar informado e inspirarse en nuevas tendencias.

Otra técnica interesante es el crowdsourcing, es decir, integra a tus clientes en tu estrategia de negocio y desarrollo de la misma. Una buena idea es generar un concurso donde tus clientes elaboren platos para tu restaurante, por un lado consigues atraer talento y buenas ideas a tu negocio y por otro generar en los clientes un sentimiento de pertenencia muy potente en la fidelización y recuerdo de marca.



La idea es que **aproveches toda la nueva tecnología para hacer de tu restaurante un lugar aún más especial**, e integrar mundos online y offline. Para ello te propongo que instales en tu local el Social WIFI, un sistema que te permitirá ofrecer a los clientes WIFI gratis mientras están en el local, a cambio de realizar alguna acción en concreto, ya sea un "Me gusta" en Facebook, compartir dónde está, responderte a una encuesta... y con ello ambos lados ganan, el cliente dispone de WIFI gratuita y el restaurante, previo consentimiento del cliente, obtiene información relevante de sus clientes con datos como email, nombre, edad, cumpleaños... con los que posteriormente establecer nuevas acciones de marketing de cara a fidelización.



Estas son solo algunas de las estrategias y técnicas que puedes usar, aunque hay muchas más, pero lo importante es empezar poco a poco, por lo que establece una estrategia de contenidos potente y a partir de ahí desarrolla el resto de acciones.

Desde Marketing Surfers formamos a personas y equipos para que aprendas a gestionar todas estas estrategias tu mismo sin necesidad de depender de una agencia de marketing online de por vida. Estos cursos son bonificables a través de los créditos de la fundación tripartita.

¿Seduces o vendes a tu cliente?

Juan Merodio

Socio-Fundador de Marketing Surfers