

Juan Merodio, experto en redes sociales y Marketing 2.0



# Cómo aprovechar el poder de las redes sociales en el sector de la restauración

SEGURO QUE EN NUMEROSAS OCASIONES TE HAS PLANTEADO SI LAS REDES SOCIALES SON VÁLIDAS Y ÚTILES EN EL SECTOR DE LA RESTAURACIÓN, Y CÓMO PUEDES APROVECHAR SU PODER EN TU NEGOCIO. LA REALIDAD ES QUE CADA DÍA SON MÁS LOS QUE SE DAN CUENTA DEL POTENCIAL DE ESTAS REDES, QUE PUEDEN SER UN GRAN CANAL DE DESARROLLO DE NEGOCIO QUE NADIE DEBE DEJAR ESCAPAR.

Una vez nos hayamos decidido a entrar en ellas, la siguiente duda será ¿cómo lo hago? Y es muy importante dar una respuesta acertada a esta pregunta, ya que una mala estrategia en redes sociales puede llegar a dañar tu negocio. Pero no te preocupes: si sigues los pasos que detallo a continuación, puedes estar tranquilo porque serán muchas las ventajas que obtengas de tu presencia en las redes sociales y muy pocos los inconvenientes.

## Diez pasos para entrar en la Red

El primer paso es definir un plan de acción para nuestro negocio y tener claro por qué queremos estar en internet, qué queremos conseguir y cómo lo vamos a hacer. Para ello debemos elaborar un documento que podemos llamar «Plan Estratégico en Redes Sociales» que debe contener los siguientes puntos, los cuales debemos desarrollar uno a uno en función de nuestro negocio:

- 1. Definir los objetivos (y micro-objetivos).** Debemos contestar a qué queremos conseguir en redes sociales, y para ello crearemos unos objetivos que debemos ser capaces de medir.
- 2. Testar la presencia actual de la empresa en redes sociales y ver qué hace la competencia.**
- 3. Conocer a nuestro público.** Es importante saber dónde están, quienes son y qué gusta a nuestros clientes, con el fin de poder establecer un canal de comunicación más fluido y eficaz con ellos.

- 4. Comprobar si hablan de nosotros.** Es muy probable que haya comentarios en torno a nuestra marca en internet, por lo que debemos buscarlos y valorar si son positivos o negativos para poder tomar las medidas correspondientes.
- 5. Designar una persona responsable de esta gestión.** Ten en cuenta que cada día es más imprescindible que quien se encargue de gestionar la presencia de la empresa en Internet sea alguien formado para ello.
- 6. Considerar qué redes sociales vamos a usar, y por qué.**
- 7. Planificar la estrategia a seguir en cada una de estas redes sociales.**

Tener una buena estrategia de negocio en redes sociales puede ayudar a cualquier restaurante a ampliar su clientela sin grandes desembolsos económicos.



- 8. **Definir herramientas.** Es necesario concretar con qué herramientas promocionales de pago vamos a trabajar (Facebook Ads, Google Adwords...)
- 9. **Igualmente, debemos definir con qué herramientas promocionales gratuitas vamos a trabajar.**
- 10. **Medir el ROI.** Es decir, ver si todo el esfuerzo y recursos que invertimos en redes sociales nos está siendo rentable.

● **PARA TENER ÉXITO EN LAS REDES SOCIALES SE DEBE DISEÑAR UN PLAN ESTRATÉGICO BIEN DEFINIDO Y CON UNOS OBJETIVOS CONCRETOS**

**Un caso de éxito: si ellos han podido, ¿por qué no podemos triunfar nosotros?**

Para demostrar cómo las redes sociales pueden ser muy útiles en el sector de la restauración, lo mejor es que conozcáis un caso de éxito. Se trata de un restaurante de Madrid que he podido estudiar y que me ha permitido comprobar lo bien que están haciendo su estrategia en redes sociales. Y es que el Restaurante El Rancho Argentino, ubicado en el centro de Madrid, ha conseguido que más del 70 por 100 de sus clientes tengan

su origen en Internet. Para conocer más acerca de este restaurante lo primero que quiero es hablar de su presencia 2.0, ya que como siempre digo, para tener éxito en las redes sociales se debe tener un plan estratégico bien definido y con unos objetivos concretos, que es lo que hemos estado viendo anteriormente. En el caso de este restaurante así lo han hecho: entre

Atender correctamente a los clientes a través de internet es tan importante como brindar un buen servicio cara a cara.



**Calefactores eléctricos por Radiación Infrarroja (Onda corta IR-A)**



**Calefactor de Suelo-Techo**  
Eléctrico por Infrarrojos para Exteriores-Interiores

**La última novedad en Calefacción Radiante: Económica, Segura y Silenciosa, para zonas Exteriores o Interiores**

**Características:**

- **Calefacción Instantánea:** 1 seg.
- **Resistente a la lluvia:** IP-65/55.
- **Eficiente:** 92% de emisión radiante.
- **Rentable:** Sin precalentamientos.
- **Directa:** Calienta personas u objetos.
- **Económica:** No tiene pérdidas por calentamiento de aire.
- **Precisa:** Calor dirigido como la luz.
- **Silenciosa y Limpia:** Sin ruidos, humos, etc.
- **Agradable:** Estéticamente atractiva.
- **Fiable:** Duración lámparas ± 5.000 horas.

**Aplicaciones:**

Jardines, Terrazas de Cafeterías, Restaurantes, Hoteles, Piscinas, Carpas, Clubes Sociales, Iglesias, Talleres mecánicos y carroceros, Naves Industriales, Agricultura, Ganadería, Secados, Tiendas y Negocios al público y zonas Exteriores e Interiores en general. **PARA ZONAS EXTERIORES DE FUMADORES.**



	<b>Coffee</b> 1.200 w 1.800 w
	<b>Luxe</b> 1.200 w 1.800 w
	<b>Chapel</b> 1.200 w 1.800 w
	<b>Sombra</b> 800 w 1.200 w
	<b>Factory</b> 2000 w 4000 w 6000 w

**Refrigeración Ventilación**



**Ventiladores de Pie CON-SIN nebulizador de agua (amplia gama)**

**VISITE ahora nuestra Tienda On-Line**

**euritecsa**  
Calabozos, 6 - P. Ind. 28108 Alcobendas, Madrid (España)  
Tel.: +34 91 661 45 00 • Fax: +34 91 661 48 10  
[www.euritecsa.es](http://www.euritecsa.es) • [www.tienda.euritecsa.es](http://www.tienda.euritecsa.es)

## la opinión de...

sus primeras acciones, decidieron crear algo que han llamado las «Ranchosfera», un área que determina la presencia que tienen en los diferentes medios sociales y con la que han logrado obtener su fórmula de éxito 2.0.

### La «Ranchosfera», en acción

Sus acciones, como las de algunas empresas 2.0 de otros sectores, se han centrado en el uso de Facebook, YouTube, aplicaciones para el iPhone, Twitter, Foursquare, blog en Wordpress, Formspring y Flickr. Realmente podemos decir que han sido unos pioneros en su sector, ya que comenzaron su actividad en Internet en el año 2003, cuando todavía muchas empresas ni siquiera tenían página web. Además, desde el principio ya tenían

## ● EN UN RESTAURANTE MADRILEÑO SE DESCUENTA UN 10 % A LOS CLIENTES QUE RESERVAN A TRAVÉS DE TWITTER Y USAN SU USUARIO Y NO SU NOMBRE REAL

en cuenta al cliente, una de las máximas claves de éxito del restaurante. Así, dieron a los clientes voz y voto en el restaurante, no solo ofreciéndoles un canal donde plasmar sus opiniones y experiencias, sino también haciéndoles sentir realmente escuchados y tenidos en cuenta, ya que dan respuesta a los requerimientos que los clientes les hacen. Vamos a ver cómo usan y fomentan el uso de algunos de sus canales en redes sociales:

#### –Presencia en Facebook

Cuentan con más de 7.000 seguidores en esta red social y han realizado eventos exclusivos que les han dado un buen resultado en la captación de nuevos seguidores y clientes directos en el restaurante.

#### –Presencia en Twitter

Cuentan con más de 4.000 seguidores y, para ellos, Twitter se ha convertido en un canal de comunicación con los clientes de una forma única, directa y diferente, generando información útil para los mismos, contestando dudas o preguntas, recibiendo sugerencias...

«Nunca vimos los 140 caracteres como una limitación, si no al contrario, una oportunidad de enviar mensajes directos y concretos», fueron las palabras del responsable del restaurante.

Entre las novedades que han puesto en marcha a través de esta red, una que me ha gustado especialmente es la siguiente: ofrecen descuentos del 10 % por hacer reservas a través de un mensaje directo por Twitter. Han notado que al cliente le gusta que hagan la reserva no con su nombre personal sino con el usuario que tiene en Twitter.

#### –Presencia en Youtube

Según ha comentado el responsable del restaurante, el acercamiento a Youtube se produjo a través de vídeos que también están presentes en sus plataformas web y que funcionan como generadores de contenidos audiovisuales y como promocionales de los mismos. Una nueva forma de diferenciación.

### Optimización de recursos, ahorro de costes

En materia de recursos, cabe destacar que el restaurante madrileño no ha hecho ninguna inversión en especial, ya que los responsables del establecimiento han contado con los propios trabajadores del restaurante para que les ayuden a dinamizar y mejorar su presencia en Internet. Actualmente cuentan con un equipo de cinco personas que hacen el 2.0 como complemento a su trabajo habitual.

En definitiva, el Restaurante El Rancho Argentino ha sacado y sigue sacando partido al uso de las redes sociales en los siguientes puntos:

- Canal «único» de comunicación con sus clientes
- Captación de nuevos clientes
- Efecto directo y positivo en la cuenta de resultados
- Promoción de contenidos en tiempo real
- Uso como Intranet profesional
- Seguimiento de opiniones
- Dinamizador de contenidos
- Seguimiento de temas y tendencias
- Testeador de nuevos productos
- Complemento perfecto de la estrategia comercial clásica.

Con esto, han conseguido mejorar su atención al cliente y aumentar sus beneficios sin aumentar sus costes. ¿Se puede pedir más? Y si ellos han podido hacerlo, cualquier restaurante puede conseguirlo. Solo hay que establecer una estrategia adecuada. Ya tienes las claves, ¿a qué esperas? ■

Un restaurante madrileño ha conseguido que más del 70 por 100 de sus clientes les visite gracias a internet.

