

Guía para

Posicionar tu restaurante en internet



ÍNDICE

Introducción

1. Enfócate en tu mercado meta
2. Ventaja competitiva sobre competidores
3. Manejo de redes sociales
4. Posicionamiento en otras páginas
5. Plataformas de posicionamiento en línea



INTRODUCCIÓN

El marketing es una parte fundamental para cualquier negocio, es necesario que tu marca sea reconocida no solo por tus mejores clientes, sino por todos. La industria restaurantera ha cambiado con la ayuda del internet, y hoy los restaurantes han obtenido buena parte de su **éxito gracias a sus esfuerzos en su posicionamiento en línea y redes sociales.**

Ahora las empresas concentran sus esfuerzos en entretener a su público con contenido interesante y de calidad con el fin de **aumentar el valor de su marca y fidelizar a sus clientes.**

En esta guía te mostraremos estrategias que te ayudarán no solo a posicionar tu restaurante, sino también fidelizar a tus clientes; Te enseñaremos a analizar a tu mercado meta, identificar tus ventajas competitivas, manejar efectivamente tus redes sociales y herramientas de posicionamiento en línea.

Equipo de  **Upmy**

Enfócate en tu mercado meta

1.

1. ENFÓCATE EN TU MERCADO META

No puedes complacer a todos, ni te debe importar complacer a todos. **Tu posicionamiento solo será relevante si tienes claro quién es tu mercado meta.** Al tener tu mercado meta bien establecido, debes de complacer su necesidad **para volverte indispensable para ellos.**

Primero debemos de entender lo que es un mercado meta. Según, Kotler y Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing", consideran que un mercado meta "consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir".

Al decidir cuáles son las necesidades y tener claras las características de tus clientes podrás **tomar las decisiones más adecuadas para complacerlos** y al hacer esto podrás posicionarte correctamente. Podrás responder preguntas como:

- ¿Qué redes sociales usan mis clientes?
- ¿Qué clase de promociones les atrae más?
- ¿Qué tipo de publicaciones les interesaría?

Restaurante Hamburguesas 503

- Está dedicado a jóvenes entre 18-27 años.
- Con un poder adquisitivo alto y muy alto, nivel socioeconómico C+ y A/B.
- Que se encuentran en la parte norte de la ciudad.
- Amantes de los buenos cortes de carne.



Ventaja competitiva sobre
competidores

2.

2. VENTAJA COMPETITIVA SOBRE COMPETIDORES

¿Cuál es tu ventaja sobre tu competencia?, ¿Qué ofrece tu restaurante que los demás no? Esa es tu ventaja competitiva, ya sea el diseño de tu local, tu servicio al cliente, tus precios, tus promociones o tu estilo de comida y platillos. **No se trata de crear algo nuevo y único, se trata de crear algo que satisfaga mejor las necesidades de tu mercado meta.**

Como podemos ver hay varias formas de tener una ventaja competitiva, sin embargo, existen dos principales:

- **Liderazgo en costos**
- **Diferenciación**

Debes de saber cuál es tu ventaja sobre tu competencia, **debes de explotarla** lo más que puedas para sobresalir, también **tus clientes deben de tener claro cuál es tu ventaja** ya que esto es lo que los atrae. Esto ayuda a que sepan que es lo que les estás brindando.

Ejemplo “Popsy”

Es una heladería colombiana que promueve sus helados como los únicos “Gourmet” del mercado, y como respaldo usan la firma de un chef profesional de renombre.

Dándole una ventaja competitiva frente a sus competidores.



Manejo de redes sociales

3.

3. MANEJO DE REDES SOCIALES

Al tener claro quién es tu mercado meta y cuál es tu ventaja competitiva, ya tienes la base para posicionar correctamente tu marca. **Para que puedas posicionar bien tu marca en línea necesitas manejar correctamente las redes sociales.** Aquí te voy a explicar lo que debes de hacer para que esto suceda.

3.1 Cada cuando publicar

Esto es una mezcla de entre las horas pico de las redes sociales que utilices y la hora a la que clientes entran sus redes favoritas.

Estos solo son indicadores de los momentos en los cuales hay más tráfico en las diferentes redes sociales. **OJO**, también debes de experimentar un poco publicando a diferentes horarios para saber a qué hora tienen más vistos e interacciones.



a) Facebook

Es la red social más grande del mundo con 1.860 millones de usuarios.

En él, gastamos un promedio de 50 minutos de nuestro día navegándolo, sus **horas pico** son de **13:00 - 15:00**, que es cuando la gente está saliendo de su almuerzo.

Sin embargo, hay estudios que dicen que publicar en las horas de menos tráfico en la red social igual es muy efectivo, ya que así habrá menos publicaciones y la gente podrá ver las tuyas más fácil al entrar. Estas horas son de **6:00 a.m. - 12:00 p.m.**

Publica cuando haya más tráfico o menos tráfico, recuerda que lo más importante es conocer a tu cliente y saber a qué hora se conectará.

Facebook

- Cuenta con 1.860 millones de usuarios activos al mes.
- Horas pico: 13:00-15:00 y 6:00-12:00



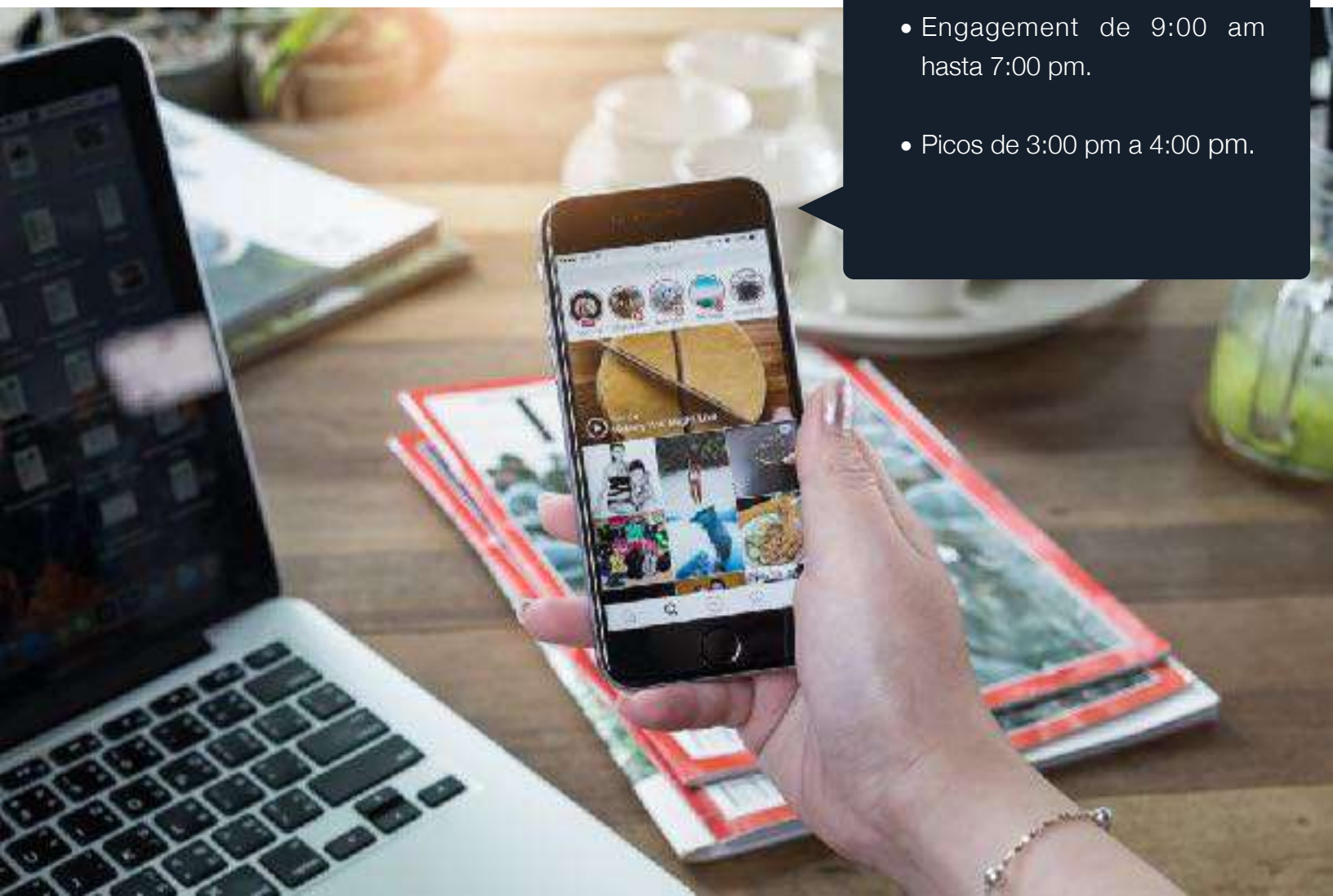
b) Instagram

La ventaja de Instagram es que el engagement se mantiene bastante constante **desde las 9 a.m. hasta las 7 p.m.** Con picos entre las **3 p.m. - 4 p.m.** Como esta es una red social en la que se habla con puras imágenes, es una herramienta necesaria para posicionar tu restaurante. Con las fotos de tus comidas les **puedes producir antojo de tus platos**. Los momentos en los que hay menos usuarios son los fines de semana, en el cual se entiende que hay menos ya que la gente está haciendo diferentes actividades.

Sin embargo, estos solo son datos, para saber a qué hora publicar debes de conocer bien a tu mercado meta. Al momento de publicar recuerda que por la vista entra el pecado así que conviértete en una cuenta de antojo para tus seguidores. No solo son las horas, también la presentación es importante.

Instagram

- Engagement de 9:00 am hasta 7:00 pm.
- Picos de 3:00 pm a 4:00 pm.



c) Tu app

La podemos tomar en cuenta como una red social, ya que hay personas concentradas con las que tú puedes interactuar. Está es una de las formas más efectivas para comunicarse con la gente, ya que **puedes mandar notificaciones push**.

Las notificaciones push son mensajes que la persona recibe directamente en su celular **como un mensaje de WhatsApp**. Al tener este tipo de alcance con el cliente le puedes dar a conocer muy fácil acerca de tus promociones, regalos o algún evento. Pero hay que tener mucho cuidado con estos mensajes, ya que pueden ser un poco invasivos.

Nuestra recomendación es no mandar más de una notificación push en 24 horas a menos que sea un evento destacado.

Notificación Push

¡Checa nuestro nuevo platillo, que ahorita está al 50%!



3.2 Qué contenido publicar

Como dicho anteriormente, la clave para posicionar tu restaurante en las redes sociales está en el **atraer, satisfacer y educar a nuestros seguidores**. Si llevas a cabo estas acciones correctamente, podrás mantener a tus clientes contentos, entretenidos y al tanto de todas las publicaciones que hagas. Y al momento que publiques alguna promoción o algún nuevo platillo, tus seguidores serán los primeros en entrar a tu restaurante.

Interactúa con tus clientes

Haz publicaciones que inviten a tus clientes a interactuar o participar en ellos.

Por ejemplo, puedes crear o compartir **encuestas o trivias** sobre temas relacionados con la temática de tu restaurante. **A la gente le encanta participar** en este tipo de actividades y aprovechas para educar a tus clientes mientras creas una buena experiencia.



Publicar datos curiosos

Solo publicar imágenes de tus platillos se puede volver algo repetitivo y anticuado para tus clientes si eso es lo único que haces. Comparte datos curiosos e interesantes relacionados con tu giro **para darle un mayor interés a tu página** de Facebook y a tu restaurante en general.

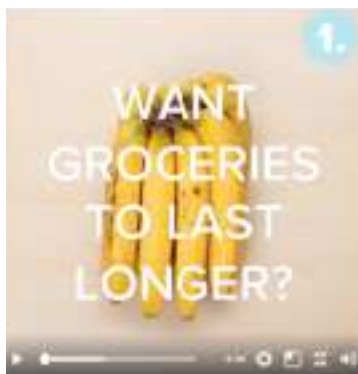
Promociones

Está es una de las estrategias más comunes, pero más efectivas. Una buena promoción puede ser el **factor definitivo** que haga a tus clientes vayan a tu restaurante. Además, las promociones ayudan a **mantener a tus seguidores pendientes** de tus publicaciones para así ver qué día es el más conveniente para ir o qué día puede ser mejor para ir con amigos.

Videos

Publica videos de interés para tu mercado meta. Pueden ser desde **tutoriales y tips** de cocina hasta videos divertidos acerca de algo relacionado con tu restaurante.

No se trata de publicar a cada hora y muchas cosas. **Se trata de publicar buen contenido que entretenga a tus seguidores.**



3.3 Servicio al cliente

Al estar en las redes sociales **estás más cerca con tus clientes** y podrás interactuar con ellos con mayor facilidad. Si tus clientes te comentan sobre algún disgusto, no esperes horas en responder o aún peor, no responderles. Al contestarle rápido a tu clientela, le **estás demostrando que les importas** y que sus opiniones y experiencias son escuchadas y es tomadas en cuenta.



3.4 Uso de promotores

Utilizar a líderes de opinión es una excelente estrategia para atraer a clientes con algún gusto específico. Un buen comentario o recomendación puede traer a muchos clientes nuevos a tu restaurante, pero debes de elegirlos cuidadosamente. **Utiliza a alguien que esté relacionado con tu giro**, ya que sus seguidores lo estarán también.

Ejemplo:

Usar a un promotor conocido en Instagram.



foodpornmid
Melted House

Seguido

foodpornmid Melted house 🍔🍷

📍: @robertopinelo

andysaanchez28 @enrique_sanchezsoaa

leidyshumanez @izvergara_2210

bgh.32 @sce_21

sce_21 @bgh.32 niño venimos de mera y ya pensando en otra

mariana_osomo @joel_britom

belkyserra @jessmg.1

critylanze @judystephens_

mariana_osomo Quiero esto apenas pueda @joel_britom



1,236 Me gusta

3 DE SEPTIEMBRE

Agrega un comentario...



Posicionamiento en otras
páginas

4.

4. POSICIONAMIENTO EN OTRAS PÁGINAS

Cuando hay gente que no te conoce, o viene de fuera y no conoce la ciudad, **¿Cómo te encontrarán sin siquiera saber el nombre de tu restaurante?** Para este tipo de situaciones es necesario estar en **páginas como Yelp o Trip Advisor**, que son sitios web en donde la gente puede encontrar recomendaciones de restaurantes locales y leer los comentarios de otros clientes.

Te ayudarán cuando alguien quiere probar tu restaurante, pero no está convencido o cuando un extranjero no sabe adónde ir, puede revisar la reseña de tu lugar y así puede llegar a probar tu comida.

The screenshot shows the TripAdvisor website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like 'Hoteles', 'Rentas de vacaciones', 'Restaurantes', 'Qué hacer', and 'Vuelos'. Below the navigation bar, the main heading is 'Buena opción para cenar en Mérida'. There are four restaurant listings, each with a photo, name, rating (out of 5 stars), and location. The listings are: 'Escondida' (4.5 stars, 114 reviews), 'Ave del Paraíso' (4.5 stars, 104 reviews), 'Mercado 60' (4.5 stars, 120 reviews), and 'LOS TROMPOS' (4.5 stars, 104 reviews). Below the listings, there are two user reviews. The first review is titled 'Yucatán en un restaurante' by Enrique P., with a 4.5 star rating and a date of 'Hace 2 días'. The second review is titled 'Tradición Yucateca' by Aferou E., with a 5 star rating and a date of 'Hace 2 días'.

Plataformas de posicionamiento
en línea

5.

Anteriormente vimos cómo posicionar tu restaurante en tus redes sociales con diferentes estrategias para atraer, satisfacer y educar a tus seguidores. Ahora te mostraremos diferentes herramientas que pueden ayudarte a **posicionarte aún más en línea.**

Página Web

Más de la mitad de la población mundial utiliza internet, por eso muchos negocios deciden tener su página web, ya sean chicos o grandes.

Tener una página web/tienda online en tu negocio es una buena opción para que tu restaurante **alcance a más gente sin tener que invertir mucho dinero.**

Estas son 4 razones por las cuales empresas deciden vender en línea:

- **Cualquier usuario es tu cliente potencial.**
- **Los costos de marketing y publicidad son bajos.**
- **Puedes llegar a nuevos mercados.**
- **Es accesible las 24 horas del día.**

Con tu posicionamiento en las redes sociales, ya tienes a tus seguidores interesados en tu marca. Una página web te ayudará cerrarlos más rápido, así **podrás retener más a tus clientes y podrás mejorar sus experiencias de compra.** Agregándole más valor a tu marca.

Crea tu página de pedidos en: www.upmy.co



Tienda en Facebook

Facebook se ha vuelto la red social más usada en México, alrededor del 63% de la población, unos **70 millones de personas tienen acceso a internet. Y de esa cifra, el 95% usa Facebook.**

Además, el público es muy proactivo y es fácil interactuar con él y conveniente ya que se **produce mucho feedback**, dándonos la posibilidad de hacer estudios de mercado.

Muchas empresas han aprovechado este cambio para promocionar y vender sus productos en línea, dejando que sus **seguidores sean capaces de comprar sin salirse de su red social favorita.**

Al crear tu tienda en Facebook dejas de mostrar solo tus imágenes y promociones, **le estas brindando un servicio más a tus clientes.** Esto le ayuda a tu marca fidelizar a tus clientes por la experiencia que les brindas, la comodidad y facilidad que tienen al comprarte.

Crea tu tienda en Facebook en: www.upmy.co

Activar el botón de **Comprar** de tu página de Facebook para llevarlos a que te compren



App para Móviles

Tener una aplicación de pedidos para móviles de tu restaurante resulta muy útil como una **herramienta para fidelizar a tus clientes**. Igual y una app tiene ventajas únicas otros medios no tienen:

- **Experiencia:** La experiencia se vuelve más fácil y rápida. El propósito de tener una app en primer lugar es que tus clientes tengan una experiencia cómoda y sin problemas, brindándoles confianza y calidad a tus servicios.
- **Presencia de Marca y Disponibilidad:** Una de las ventajas únicas es que tu app siempre estará a la vista en el Smartphone de tus clientes, esto crea intimidad y genera presencia en sus mentes. También que se podrá entrar a todas las horas para realizar un pedido y consultar información.
- **Facilidad y eficiencia:** El proceso de compra se vuelve más fácil y eficaz. El envío y pago son mucho más eficaces y sencillos, como también lo es encontrar tus categorías y productos.

Crea tu aplicación en: www.upmy.co



Según la INEGI, en México cada 3 de 4 personas poseen un Smartphone.

Los Smartphone son el dispositivo con más penetración al internet.



www.upmy.co