

25 ideas para redes sociales de restaurantes

Mis 25 ideas para contenidos en redes sociales para restaurantes

1. El plato del día

Comparte fotografías de calidad de tus platos, poniendo el foco en uno en concreto cada vez.

En un restaurante, los platos tienen que ser los protagonistas. Si sirves la mejor hamburguesa de la ciudad, enséñala. Eso sí, cuida muy bien el modo en el que enseñas tu plato. Asegúrate de que tu plato luce bien, cuida el encuadre y la iluminación e invierte un poco de dinero en una cámara decente o, si el presupuesto lo permite, en fotografía profesional. La comida entra primero por los ojos, eso es algo que ya sabes como profesional de la restauración, y esa máxima se cumple todavía más en un medio tan visual como las redes sociales.

2. El menú del día

Informa con frecuencia sobre los platos que incluye el menú del día.

Si tu restaurante ofrece menú del día, ese es un post que no puede faltar en tus perfiles sociales. Puedes publicarlo incluso a diario. Monta una mesa con los platos que vas a ofrecer ese día y toma una buena foto o, si no tienes tiempo, al menos informa de los platos que integran el menú ese día. Tus clientes sabrán de antemano lo que ofreces y tendrán un incentivo para seguirte en redes sociales.

3. Enfócate en tus ingredientes

Pon el foco sobre tus ingredientes y cuenta su historia.

Tus clientes tienen que saber que utilizas ingredientes de calidad. Si usas mozzarella de búfala, enséñala. Si usas ternera de Kobe para tus hamburguesas, enséñala. Si usas bacalao de Islandia para tus croquetas, que se vea. Y de paso informa sobre el producto ¿por qué es tan apreciado? ¿cuál es su historia?

4. Presenta a tu equipo

La restauración es un trabajo en equipo y a todo el mundo le gusta ver a un buen equipo en acción.

Presenta a tu equipo (si ellos están de acuerdo claro) y deja que la gente vea el esfuerzo y la dedicación que hay detrás de esos platos tan ricos que ofreces en tu carta. Felicita las navidades con una gran foto de equipo brindando, crea una publicación presentando a cada miembro uno por uno, sus motivaciones, su experiencia, su especialidad. Incluso

puedes dejar que sean ellos/as mismos los que se presenten en un vídeo. En mi experiencia, es un tipo de contenido al que los seguidores reaccionan muy bien porque le pone una cara humana a algo que la gente desde fuera ve tan solo como otro negocio más.

Además, tiene el valor añadido de que ayuda a que los miembros del equipo se sientan valorados y reconocidos.

5. Presenta a tus clientes

Seguro que en el día a día de tu restaurante has desarrollado relaciones personales con tus clientes hasta el punto de que a algunos de ellos los puedes llamar amigos. Si tienes clientes que están enamorados de tu restaurante y que lo quieren gritar a los cuatro vientos, pregúntales si quieren salir en tus redes sociales, te sorprenderá comprobar que muchos de ellos estarán encantados.

Este tipo de publicaciones aportan una dosis de credibilidad extra porque son personas particulares las que hablan bien y recomiendan el restaurante.

6. Promueve los contenidos de tus clientes

También tenemos que estar muy atentos a los contenidos que nuestros clientes publiquen sobre el restaurante en sus perfiles personales.

Si alguien comparte una gran foto de su cena o comenta lo bueno que estaba todo, compártelo. Como hemos dicho antes, la credibilidad que nos da la opinión objetiva de un cliente es imbatible.

Para enterarnos de las publicaciones relacionadas con el restaurante tenemos que monitorizar las menciones en redes sociales y también resulta útil crear una alerta con el nombre de nuestro negocio en Google Alerts, una herramienta que nos avisará cada vez que se publique algo sobre el restaurante en la red.

7. Comparte las reseñas positivas

Esto conecta mucho con el punto anterior, si alguien nos deja una gran reseña, bien escrita y muy positiva, debemos compartirla.

Una idea para hacer que luzca bien, crea una imagen con el texto, es muy fácil y hay herramientas que te permiten crearla sin tener que abrir Photoshop o ningún otro programa (Canva, Adobe Spark, Pablo by Buffer).

8. Vídeos

El vídeo es uno de los formatos que mejor funcionan en redes sociales y, por lo tanto, no debería faltar en tus perfiles sociales.

Un consejo, no te obsesiones con la calidad. Para empezar a crear vídeos, tan solo necesitas tu smartphone y un poco de creatividad. Por supuesto, si quieres apostar por el formato, también puedes aprender a montar tus propios vídeos e invertir en una buena cámara y herramientas de edición.

El vídeo da mucho juego: tu camarero haciendo un cóctel, tu repostero dando los últimos retoques a una tarta, tu chef presentando un nuevo plato... Verás que el alcance y la respuesta que generan hará que valga la pena el trabajo extra que requieren.

9. Anuncia las novedades

¿Has añadido un nuevo plato a tu carta? Compártelo. ¿Vas a empezar a abrir una hora antes todos los días? Compártelo. ¿Ha llegado un nuevo miembro al equipo? Compártelo. Cada vez que ocurra algo nuevo, compártelo. A todos nos gusta ser los primeros en enterarnos de las novedades y será un incentivo más para que tus clientes te sigan en redes.

10. Recetas

No tengas miedo a compartir tus secretos.

Enseña a tus seguidores cómo preparas tus platos estrella, que vean el cariño y el esfuerzo que pones en cada plato. Lo bueno que tiene compartir tus recetas tanto en formato vídeo como en texto, es que es un tipo de contenido con mucho potencial para ser visto por una audiencia más amplia que entrará en contacto con tu restaurante y que pueden acabar convirtiéndose en clientes.

La gente busca recetas en Google, la gente comparte recetas en Facebook e Instagram, el potencial de alcance de este tipo de contenidos es enorme. Y no tengas miedo de que otros vayan a copiarte, porque pasa todo lo contrario, enseñar el modo en el que hacemos las cosas anima a la gente a conocernos mejor y a confiar más en nosotros.

11. Maridaje

Si sabes que un determinado vino va muy bien con un determinado plato, no te guardes esa información.

Si sabes que tu pizza Margherita está buenísima con una cerveza de la casa, compártelo. Si sabes que tu postre estrella combina a las mil maravillas con ese licor que traes de Francia, deja que todo el mundo lo sepa. Descubre combinaciones y compártelas. Estarás ayudando a la gente a descubrir cosas nuevas, a disfrutar de los productos que ofreces y, además estarás practicando el cross-selling. Todos ganamos.

12. Atento a las preguntas

¿Servís a domicilio? ¿Abrís los lunes? Las redes sociales actúan como una especie de servicio de atención al cliente y tenemos que estar atentos a responder a las preguntas que nos vayan haciendo. Facebook informa del tiempo de respuesta de cada página y

asigna un distintivo a aquellas que responden con rapidez. Debemos ganarnos este distintivo. Los negocios que responden inspiran más confianza y demuestran que se preocupan por sus clientes, no dejes pasar los mensajes por alto.

13. Celebra tu cultura

Si tu restaurante ofrece gastronomía de un lugar determinado, celebra la cultura de ese lugar. Muestra lugares bonitos, comparte vídeos, informa sobre eventos, conviértete en un referente cultural de ese lugar cuya gastronomía es la base de tu negocio. Y si tu restaurante es más ecléctico y mezcla varias influencias, explícalas. Y si ofreces comida española, habla del origen de cada plato y de sus variantes por regiones. La gastronomía es cultura y la cultura nos dará mucho juego a la hora de generar contenidos de calidad para nuestro negocio.

14. Felicita las fiestas

Póntelo como un mandamiento, en redes sociales “santificarás las fiestas”. Especial mención a la navidad, momento del año que da mucho juego (nochebuena, fin de año, reyes) y no te olvides de otras fiestas paganas como el Black Friday (puedes preparar una pequeña promoción para unirse al espíritu festivo). Anota en tu calendario todas las fechas clave del año y no pierdas nunca la ocasión de felicitar.

15. Adáptate al clima

La llegada de las estaciones es un momento ideal para hablar de aquellos platos de tu carta que más tienen que ver con un clima determinado o aquellos que usen ingredientes de temporada. Que viene el invierno y aprieta el frío, presenta tus deliciosas sopas, que llega el verano y el calorazo, presenta tus cremas frías, que llega el otoño y las castañas, presenta tu tarta marrón glazé. En fin, tú ya me entiendes.

16. Recuerda cómo se puede reservar, pedir a domicilio...

Recuérdales a tus clientes toda la información práctica de tu negocio ¿se puede reservar por teléfono? ¿mediante una aplicación móvil? ¿hacéis entregas a domicilio? Esto también servirá para que las personas que entran en contacto por primera vez con tu restaurante a través de las redes sociales sepan todas las opciones disponibles.

17. Anuncia los días de cierre

Si tienes un día de descanso fijo a la semana, informa de que vas a estar cerrado. También anuncia los días de cierre por festivos o vacaciones. Tus perfiles sociales deben contener toda la información útil para tus clientes y así evitar sorpresas y decepciones.

18. Piensa en clientes con necesidades especiales (¿tienes opciones vegetarianas, sin gluten, veganas?)

No hace falta ser un restaurante especializado para poder satisfacer las necesidades de personas con necesidades nutricionales especiales ¿Hay platos de tu carta que no contienen carne? ¿Usas ingredientes orgánicos para alguno de tus postres? Informa a través de tus perfiles sociales y sé, de paso, un poco más inclusivo.

19. Atención a tus bebidas (vinos, cervezas, cócteles, etc.)

En un restaurante se come, pero también se bebe. Enseña tus vinos, tus cervezas, presume de batidos, cócteles, licores... en definitiva, enseña tus bebidas. Aquí también entra el punto del maridaje: si sabes que un plato combina bien con una bebida determinada, no dejes de proponerlo en tus redes sociales.

20. Comparte lo que pasa entre bambalinas

El cliente solo ve lo que pasa en la mesa, pero un restaurante es un hervidero de actividades que pueden dar mucho juego en redes sociales: muestra tu cocina, la reunión del equipo, la compra en el mercado, la visita del proveedor. Te ayudará a ponerle un punto humano, natural y espontáneo a tu restaurante.

21. Aprovecha los acontecimientos deportivos

Los eventos deportivos se viven mejor en compañía y, si tu restaurante tiene una televisión instalada, pueden ser una excusa perfecta para reunir a un grupo de amigos en torno a la mesa. Anuncia los partidos importantes e informa de que se podrán ver en tu restaurante.

22. Celebra tus hitos

Los logros hay que celebrarlos, porque nos hacen felices y, además, porque son una prueba de cara a nuestros clientes de tu dedicación. Si llegas a los 1,000 seguidores en Facebook, festéjalo, si cumples 10 años abierto, festéjalo, si te han dado un premio, festéjalo. No dejes pasar ninguna oportunidad de celebrar los buenos momentos.

24. Crea un menú online fácil de consultar y compartir

Debemos tener una versión web de nuestro menú que sea fácil de consultar y debemos enlazarla en cada uno de nuestros perfiles para que la gente pueda saber qué ofrecemos de un vistazo. También es un buen enlace para añadir en nuestros posts con frecuencia para que la gente pueda consultarlo. Facilita el acceso a la información sobre el restaurante.

25. No tengas miedo de repetirte

No pasa nada porque repitas contenidos de vez en cuando. El alcance de cada publicación es limitado, sobre todo en Facebook, así que mucha gente no lo verá la primera vez que lo publiques. Vuelve a compartir aquellos posts que hayan tenido un mejor rendimiento si siguen siendo relevantes.

26. Contesta a todas las reseñas

Las reseñas de clientes en plataformas como Google, Facebook o TripAdvisor han adquirido una importancia enorme para los restaurantes en los últimos años. La mejor manera de estimular las reseñas positivas es ofrecer un buen servicio, por supuesto. Sin embargo, también podemos ayudarnos un poco y, por ejemplo, animar a los clientes satisfechos a que nos dejen una buena valoración.

Los que sí debemos procurar hacer siempre es responder a las reseñas, agradeciendo las alabanzas, reconociendo las críticas constructivas y refutando con mucho tacto y educación, si es que procede, las críticas destructivas e injustas. Si el público ve que detrás del restaurante hay gente que se preocupa por su servicio y por su imagen, se fíarán más a la hora de escogerte.