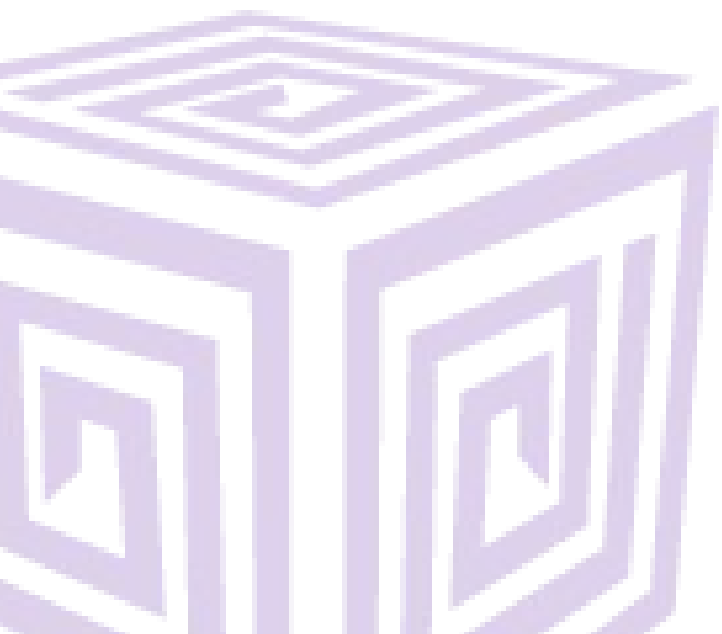




Plan de Marketing

**NEGOCIOS
DE COMIDA**



Introducción

El presente es un plan de marketing preliminar estandarizado para la mayoría de restaurantes y empresas dedicadas al rubro gastronómico en general.



*En un mundo tan competitivo, quien no tiene hambre,
podría quedarse sin comer.*

Invertir en un restaurante no es cosa fácil. Es más, para quienes no saben nada de este rubro, sugiero no meterse en él. A veces nos entusiasmos y pensamos que nuestra idea de negocio puede funcionar, pero no es así.

Tener un restaurante equivale a levantarte temprano por las mañanas a luchar por los mejores ingredientes en el mercado y en el terminal pesquero. Tener un restaurante es escoger un buen chef que puede abandonarte de un momento a otro dejándote en el aire. Tener un restaurante es contratar personal y capacitarlo para brindar una excelente atención.

¿Ya te desanimé?

Tranquilo, aquí te brindaré los mejores consejos de mi experiencia para que puedas colocar un restaurante exitoso.

La Sazón



Obviamente, lo más, más importante de todo, es el sabor de tu comida. **Si tus platos saben bien, no importa donde estés, la gente irá hacia ti.** Conservar la calidad de tu producto es la clave de un buen restaurante. Asegúrate de contar con los mejores proveedores y cocineros para poder prevalecer con un sabor constante y agradable.

Ubicación

La ubicación es clave para todo negocio de comida.

¿Quieres saber qué ubicación sería la mejor para tu negocio?

Aquí algunos aspectos a considerar:

- | Tu presupuesto
- | Tu alcance:
¿Cuál es el radio de tus consumidores que irán a tu local o que pedirán delivery?
- | Competencia
- | Tránsito comercial

Estar en un mall o en una zona muy comercial es obviamente muy beneficioso para cualquier negocio, inclusive si tenemos a nuestra competencia al costado, esto se convierte en un plus para el público local y en un 'win win' para ambos restaurantes.

Pero ojo, el apalancamiento funciona si tu producto/servicio es superior al de tu competencia. Si no lo es, más vale que huyas de ese lugar.

Estudio de mercado

Realizar un estudio de mercado puede ser una inversión fuerte, pero es éste el que te hará saber con exactitud si tu inversión triunfará o se desmoronará al cabo de unos meses.

¿Qué debes considerar evaluar antes de abrir un negocio de comida?

ESTUDIO DE MERCADO

Evaluar a tu competencia

Puedes investigar cuántos comensales reciben tus principales competidores en la zona en la que quieres aperturar. ¿Cuál es el ticket promedio, edad del público, género?, etc.

Evalúa a tu público

Puedes realizar una encuesta zonal para conocer más sobre sus preferencias y saber si estarían interesados o no en un nuevo restaurante con lo que ofrezcas, ¿Qué tan frecuentemente irían?, ¿Cuánto gastarían?, entre otras respuestas muy importantes de conocer.

Tu marca

En un negocio de comida es importante la conceptualización e imagen que ofreces.

¿Qué quieres que sientan tus comensales al entrar a tu local?

¿Quieres un ambiente familiar, corporativo, romántico?
Ten presente la identidad que quieres tener y demuéstalo en cada aspecto de tu negocio, desde tu logo, carta, presentación de los platos, local, a la vestimenta de tus trabajadores.

TU MARCA



TU MARCA



Fotografía y Video

La comida entra por los ojos. Es hora de pensar en la publicidad de tu empresa. Asegúrate de contratar a un fotógrafo **con especialidad en fotografía gastronómica** para que tus platos queden espectaculares. Estas fotos podrás usar para tu carta, adornar tu local, publicidad digital y exterior.

En caso no cuentes con presupuesto para contratar un fotógrafo profesional, puedes tomar tu mismo las fotos

bajo las siguientes recomendaciones:

La comida tiene que verse increíble

Usa tus mejores platos, la comida debe de estar caliente, recién salida del horno, o fresca en todo caso. Asegúrate de colocar acompañamientos que adornen la foto (frutos, verduras, bebidas, especias, etc).

La Iluminación

La iluminación es clave para cualquier fotografía. Asegúrate de estar en un lugar muy iluminado.



Publicidad Digital

Hay muchísimas cosas que podemos hacer en el campo digital. Aquí te dejo los principales medios que debes de usar en orden de relevancia para ti:

- 1 | ·Google Business
- 2 | TikTok
- 3 | Instagram
- 4 | Facebook

Si ya tenemos un buen logo y unas fotazos, es hora de dejar listas nuestras plataformas digitales sociales para crear contenido.

OJO, aún no vamos a crear contenido. Vamos a implementar, organizar y dejar bien pulidos nuestros medios primero. Todo lo que vamos a mencionar es **GRATIS** y lo puedes hacer tú mismo, pero claro, siempre recomiendo contratar a un **profesional**.

01 | Google Business

Primordial crearse una cuenta en Google Business. Solo necesitas una cuenta Gmail. Aquí te mostramos algunos de los pasos.

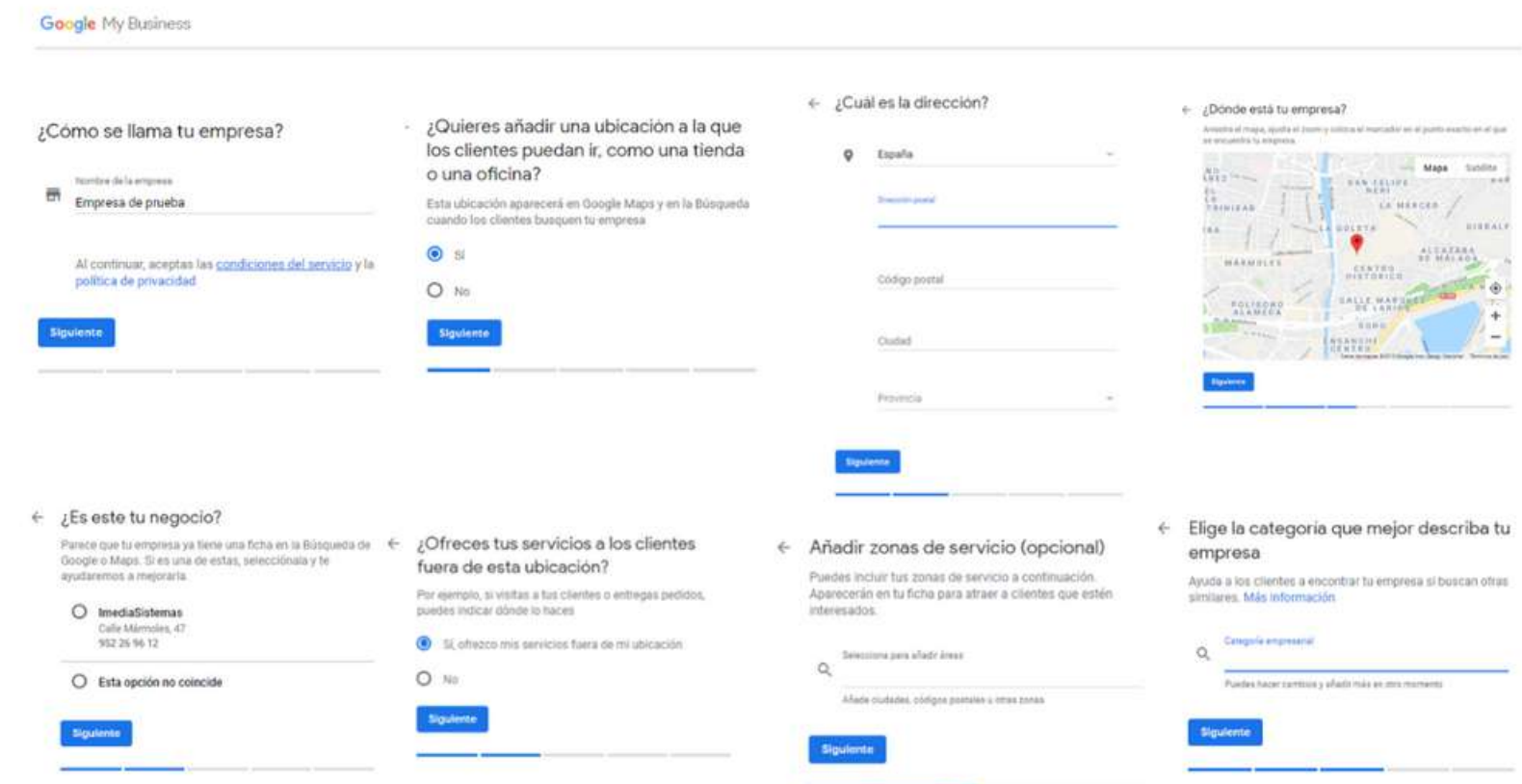
1 | **Accede a Google My Business**

Primero de todo debes acceder a la plataforma de Google My business desde la que podrás crear tu cuenta. Accede a empezar ahora y rellena la información requerida.

2 | Rellenar la información

Comienza rellenando el formulario en el que deberás introducir el nombre de tu empresa. Se recomienda que incluyas la ubicación real de tu negocio, a la que podrán acudir. Confirma los datos de localización y continúa con el proceso.

Si realizas pedidos fuera de dicha ubicación puedes indicarlo también, de manera que tus clientes puedan disponer de más información útil, aunque no es largo obligatorio de añadir en el momento. En el caso de que la respuesta a dicha pregunta sea sí, deberás añadir dichas localizaciones.



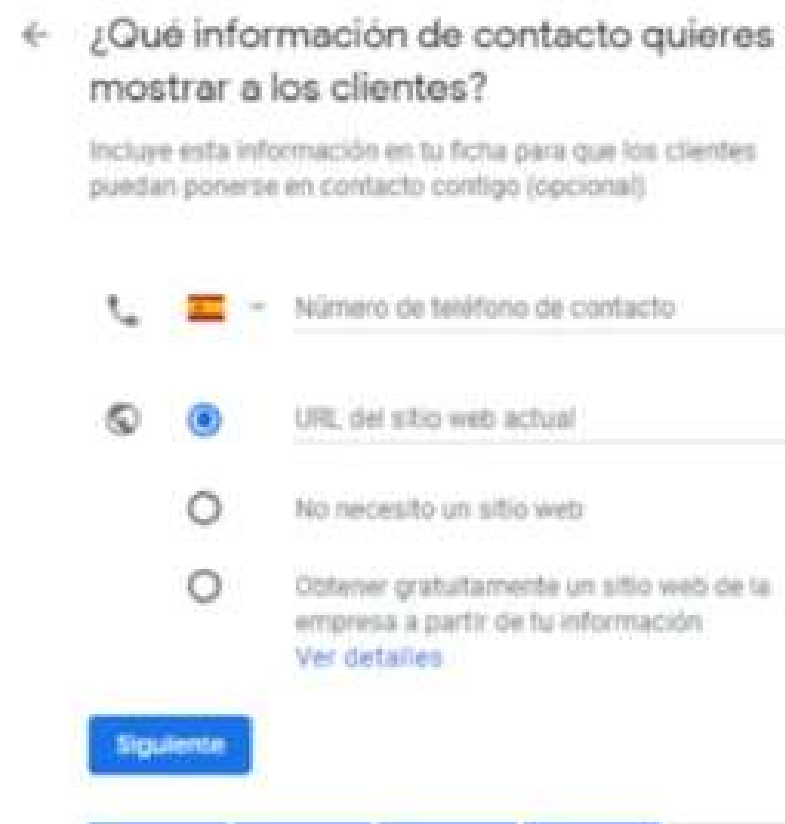
The image shows a multi-step registration form for Google My Business. The steps are as follows:

- Step 1: ¿Cómo se llama tu empresa?** (How do you name your business?) - Input field for company name, with "Empresa de prueba" (Test company) as a placeholder. Includes a link to terms and privacy policy.
- Step 2: ¿Quieres añadir una ubicación a la que los clientes puedan ir, como una tienda o una oficina?** (Do you want to add a location where customers can go, like a store or office?) - Radio buttons for "Sí" (Yes) and "No".
- Step 3: ¿Cuál es la dirección?** (What is the address?) - Fields for Country (Spain), Street name, Postal code, City, and Province.
- Step 4: ¿Donde está tu empresa?** (Where is your business?) - A map interface for selecting the location.
- Step 5: ¿Es este tu negocio?** (Is this your business?) - Radio buttons for "Inicia Sistemas" (Start systems) and "Esta opción no coincide" (This option does not match).
- Step 6: ¿Ofreces tus servicios a los clientes fuera de esta ubicación?** (Do you offer your services to customers outside this location?) - Radio buttons for "Sí, ofrezco mis servicios fuera de mi ubicación" (Yes, I offer my services outside my location) and "No".
- Step 7: Añadir zonas de servicio (opcional)** (Add service areas (optional)) - Input field for "Selecciona para añadir áreas" (Select to add areas) and a note to add cities, postal codes, or other areas.
- Step 8: Elige la categoría que mejor describa tu empresa** (Choose the category that best describes your business) - Input field for "Categoría empresarial" (Business category) with a search icon and a note to search for similar categories.

3 | Crear cuenta de Google My Business




Para continuar con el proceso de crear una cuenta de Google My Business, debes indicar el campo o categoría en la que se encuentra tu negocio, por ejemplo: agencia de modelos.

Para hacer la experiencia de los usuarios más cómoda y hacer posible la mejora del SEO de tu web, tienes la opción de añadir la url de la página de tu negocio. Finalmente realiza el último paso y finaliza el proceso.



← ¿Qué información de contacto quieres mostrar a los clientes?

Incluye esta información en tu ficha para que los clientes puedan ponerse en contacto contigo (opcional)

-   Número de teléfono de contacto
-  URL del sitio web actual
- No necesito un sitio web
- Obtener gratuitamente un sitio web de la empresa a partir de tu información [Ver detalles](#)

[Siguiente](#)



← Mantente informado

¿Quieres recibir comunicaciones con recomendaciones y consejos personalizados para mejorar la presencia de tu empresa en Google?

- Sí
- No

[Siguiente](#)



← Terminar de registrarse y verificar esta empresa

Para gestionar tu ficha, tendrás que verificar la conexión con esta empresa. Al hacerlo, podrás:

- ✓ Permitir que clientes nuevos te encuentren en la Búsqueda de Google y en Google Maps.
- ✓ Promocionar tu empresa con fotos y publicaciones.
- ✓ Hacer un seguimiento de las analíticas de tu empresa para comprender mejor a tus clientes.
- ✓ Responder a las reseñas de tus clientes

[Finalizar](#)

3 | Verificación de nuestra cuenta de Google My Business

¿Ya has conseguido crear una cuenta de Google My Business? Espera! aún no hemos terminado.

Una vez hayas finalizado el proceso de inscripción, recibirás una carta de Google por correo postal que contiene el código con el cual estarás verificando tu cuenta de Google My Business. Una vez introducido, ¡ya puedes empezar a trabajar!



Esto es muy importante para que puedan ubicarte en el mapa de tu localidad. Coloca mucha información y fotos; de la fachada, del interior, de ti mismo, tu equipo y tus clientes para inspirar confianza. Dale seguimiento y actualízala constantemente.

02 Redes Sociales

PUBLICIDAD DIGITAL

Tu publicidad principal para:



consiste en videos y fotografías.

Algunos tips:

- Realiza videos mostrando la comida que ofreces, tu trabajo, personal, clientes, tus locales, etc.
- Aprovecha las tendencias y realiza videos con influencers, o memes, entre otro material de enganche para captar la atención.
- Los videos deben de ser cortos, de 20 a 60 segundos máximo.
- Cuenta con un teléfono de alta gama o una cámara profesional, para tener un video de alta calidad.
- No uses diseño gráfico, no lo necesitas.**

Adicional a esto, sugiero realices un **anuncio** para estos medios, que dejes corriendo de 1 a 12 meses. **El anuncio debe de tener una fotografía espectacular y una oferta única.**

Publicidad Tradicional



Vivimos en un mundo digital, sí. Pero eso no significa que dejemos de lado la publicidad tradicional. Sobre todo, si la mayor parte de nuestro público es local.

Radio, televisión, periódicos, revistas, eventos, etc. Todos son medios válidos para lanzar nuestra publicidad, pero claro, todo depende de nuestro presupuesto.

Planificación

Ningún plan funciona sin objetivos, estrategias y presupuesto. Repasemos algunos puntos clave para ti:

1 | Definición de mí mismo y mi producto.

¿Quién soy?, ¿Qué vendo?, ¿Qué hago mejor que nadie?

2 | Mi público objetivo.

¿Quién deseo que tome mis servicios?

Por ejemplo: Personas de 25 a 65 años del distrito de Surco, Lima. O algo más específico como: oficinistas de la Av. Ricardo Palma, de 25 a 55 años que salgan a almorzar.

Ningún plan funciona sin objetivos, estrategias y presupuesto. Repasemos algunos puntos clave para ti:

3 | **Mi competencia**

Estudia a tu competencia. ¿Qué ofrecen y a qué precio? ¿Quiénes son sus clientes? ¿Qué están haciendo publicitariamente? ¿Qué puedo imitar? ¿Qué puedo hacer mejor?

4 | **Objetivos y medición**

¿Qué objetivos deseo para el siguiente año?

Aquí es importante hacer un análisis. Si no contamos con información previa, es relevante empezar a medir ya mismo.

Por ejemplo: El mes pasado tuve 100 clientes, este mes 150. Mi ticket promedio fue 50 soles. 50 personas me escribieron al whatsapp por Instagram, 20 personas me llamaron a mi teléfono por Google Maps.

Si no medimos, no podemos trazar objetivos reales. No importa que contratemos a la mejor agencia publicitaria del mundo. Si no medimos nuestros resultados, no tiene caso hacer publicidad. Identifiquemos exactamente ¿De dónde vienen nuestros clientes, ¿Qué tan satisfechos están? ¿Qué podemos mejorar?

Aquí un ejemplo:

- Nuestras estadísticas arrojan que crecimos 5,000 seguidores en Instagram en 01 año, para el siguiente año queremos llegar a los 20,000 mínimo. Entonces, ya no realizaremos un video semanal, sino dos, y agregaremos una pauta adicional.
- Hemos tenido un crecimiento mensual de 50 personas que nos han contactado a través de Facebook. Vamos a aumentar el gasto en Ads de Facebook para triplicar ese número.
- Tenemos una tasa de retorno del 20% de clientes. Enviaremos publicidad vía whatsapp con ofertas especiales para generar recordación de marca.

Mediciones reales, objetivos reales.

¿Estás listo para empezar?

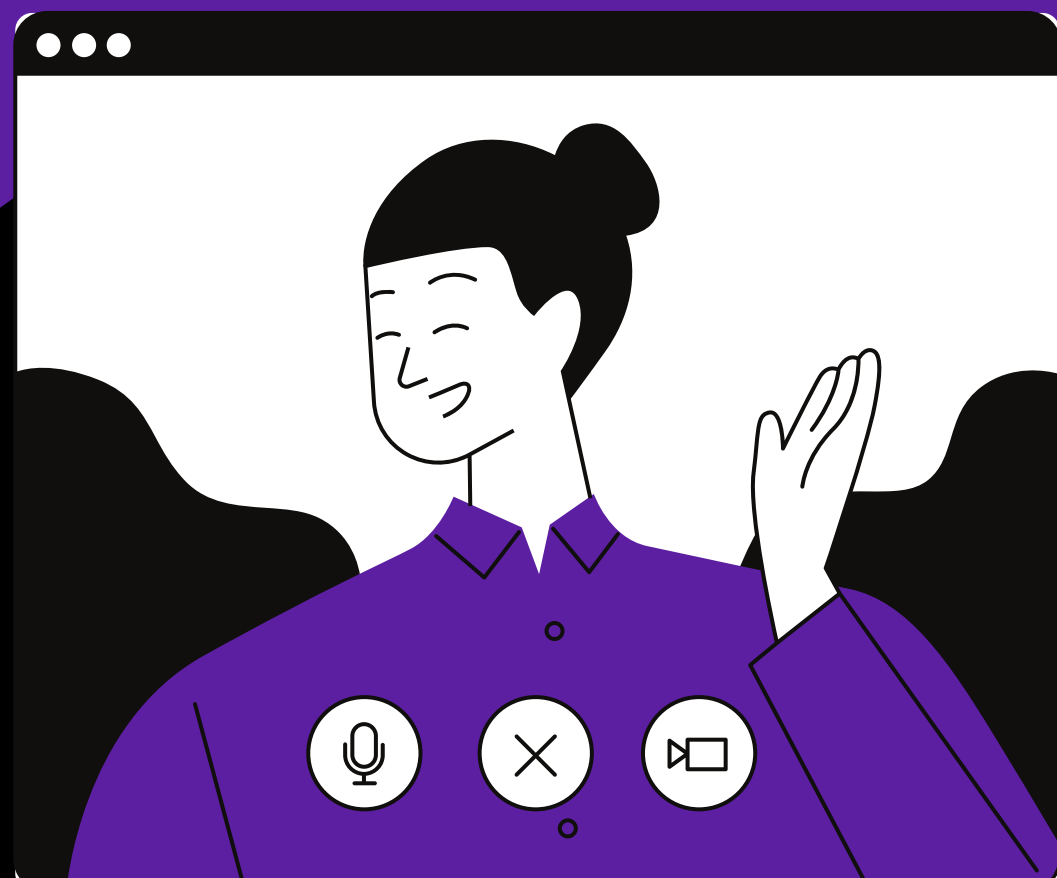
Contáctanos para una asesoría dedicada a tu negocio.

TELÉFONO

+51 993 856 531

CORREO

info@pandoramarketing.net



pandora
MARKETING & PUBLICIDAD

