

# MARKETING GASTRONÓMICO: LA IMPORTANCIA DE SER EL PRIMERO EN LAS BÚSQUEDAS

## - CAPÍTULO I -

En esta nueva píldora de Academy sobre la “Marketing gastronómico” conoceremos de cerca la importancia del posicionamiento digital de los establecimientos y el cambio de modelo actual.

En este primer capítulo, aprenderemos de la mano de Diego Coquillat las claves e importancia para conseguir que tu establecimiento se posicione de forma relevante en los entornos digitales.

En la actualidad, el posicionamiento es un factor muy importante. Hemos pasado de un modelo en el que solo importaba la experiencia del cliente en el restaurante de forma presencial, hasta llegar a un modelo donde la parte digital ocupa una parte muy importante y se fusiona con la experiencia presencial.

Hablamos de una amplificación del consumo por la digitalización del mismo. Hoy en día, existen dos etapas igual de relevantes que la gastronómica (aquella que sucede mientras el cliente disfruta en el establecimiento).

Estas dos etapas de las que hablamos a continuación se complementan con una tercera que posee la misma importancia:

- La primera etapa recibe el nombre de “Inspiración”. En ella, el cliente analiza y toma la decisión del restaurante visitando páginas webs, perfiles de redes sociales e incluso, portales de opinión.
- La segunda etapa recibe el nombre de “Compartir”. En esta fase, el cliente comparte comentarios, impresiones y fotografías en sus redes sociales con otras personas y es cuando la experiencia presencial se fusiona con la digital.
- La tercera y última etapa recibe el nombre de “Reputación”. En este último paso se centra en la amplificación en digital dando opiniones tras la experiencia.

Por todo esto, tenemos la obligación de posicionarnos en estos entornos con el objetivo de ser relevantes y participar en la decisión que el cliente está tomando. No es algo que se deba omitir debido a que el cliente es cliente antes de ir y después de haberse ido, ya que tiene la posibilidad de seguir conversando con nosotros.

Metafóricamente podríamos decir que la puerta de nuestro establecimiento ya no es una parte física de nuestro local, sino que también es digital. Hay que tener en cuenta que más del 70% de tus clientes accederán a tu restaurante mediante la puerta digital.

## RESUMEN

Las principales claves del posicionamiento digital son dos:

- Generar contenido de valor, ya sea en formato de vídeo, imagen, texto o enlaces. Además, este contenido siempre hay que intentar que aporte valor a tu relación con el usuario.
- Elegir de forma adecuada las redes sociales donde vamos a tener visibilidad y en las que podamos aportar este contenido de valor. Recuerda que siempre es mejor la calidad del mismo frente a la cantidad.

**¡RESUELVE EL QUIZ Y CONSIGUE PUNTOS EXTRAS!**

**DEMUESTRA QUE LO SABES**