



25 IDEE

PER IL MARKETING
DEL TUO RISTORANTE

webgab.eu

La competizione su internet tra ristoranti oggi è molto agguerrita, allora bisogna escogitare una strategia di Web Marketing efficace ed investire in pubblicità nel modo giusto. Con questa **piccola guida voglio proporti delle idee e delle strategie di marketing** che potranno migliorare il tuo business e attirare l'attenzione di chi è alla ricerca di un posto speciale dove andare a mangiare!

Ti illustrerò **25 idee** che potranno essere il punto di partenza per progettare la Strategia di Marketing vincente per il tuo locale di ristorazione.

1. Fai delle foto belle ed accattivanti

Se hai mai effettuato l'accesso ad Instagram, capirai che l'hashtag **#foodporn** è sempre il più seguito.

Probabilmente il modo migliore per promuovere il tuo ristorante online è con **foto di alta qualità** che fanno venire l'acquolina in bocca.

I contenuti visivi sono molto richiesti online ed avere **foto deliziose sul tuo sito Web** e sui vari **social media** è essenziale per avvicinare gli utenti affamati. Prendi in considerazione l'opzione di **assumere un professionista** per scattare fotografie di qualità: pubblicare foto di cibo fatte bene può essere più difficile di quanto sembri, poiché l'illuminazione è spesso un fattore chiave. Puoi seguire un **corso di fotografia** o trovare facilmente **fotografi professionisti a prezzi abbordabili**, non sarà una spesa poi così alta rispetto alla valorizzazione dei piatti che potrai ottenere!



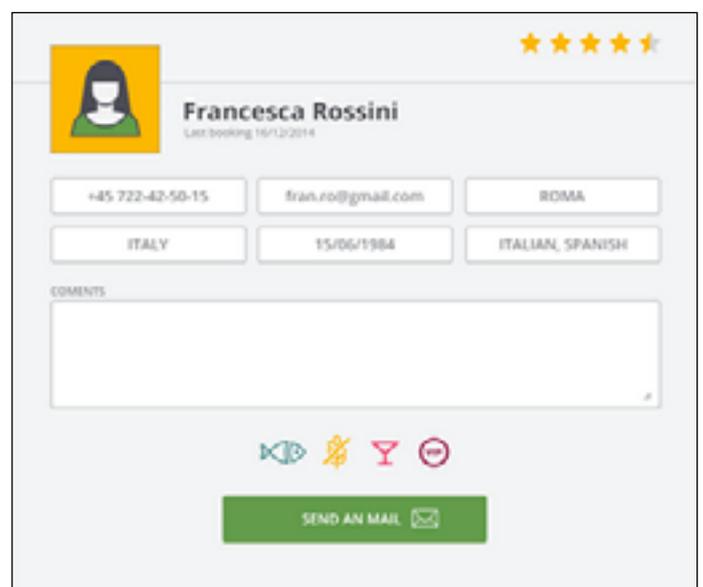
2. Programmi di fidelizzazione

Utilizzare **applicazioni online** dedicate al food dovrebbe sicuramente far parte del **piano di marketing di un ristorante**.

L'iscrizione alle app online permette ai ristoratori di controllare il proprio ristorante, attraverso la strategia di marketing, con dei programmi di fidelizzazione dei clienti, per esempio offrendo ai visitatori un acquisto o uno sconto gratuito dopo un certo numero di visite.

Uno dei programmi più diffusi è The Fork Manager (<https://www.theforkmanager.com>).

Ne potrai trovare tanti altri che magari faranno al caso tuo.



3. Yelp e Trip Advisor

[Yelp](#) e [Trip Advisor](#) hanno un enorme potere nel settore della ristorazione. Avere un forte sostegno dalle recensioni positive è molto importante: le recensioni possono fare miracoli per la tua attività.

La cosa più importante da capire su **Yelp** e su **Trip Advisor** è che le persone ti esamineranno anche se non hanno un account. Per questo motivo, come proprietario di un ristorante, dovresti assolutamente essere proattivo e **gestire gli account** di Yelp e di Trip Advisor in modo che funzioni per te, piuttosto che contro di te.

Ciò significa aggiungere e aggiornare periodicamente quanti più dettagli possibile, come ad esempio:

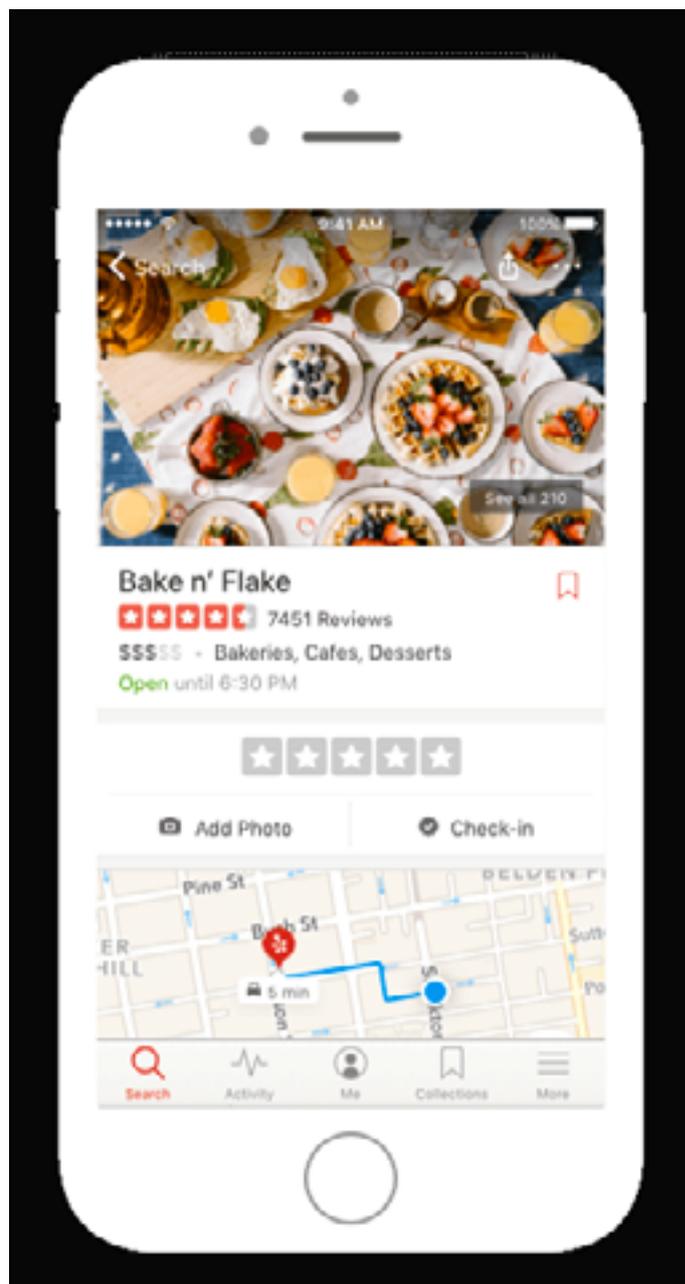
- **Fotografie**
- **Orari di apertura**
- **Posizione**
- **Menu**
- **Fascia di prezzo**
- **Wi-Fi / posti a sedere all'aperto / parcheggio**

Un'altra cosa importante da tenere a mente quando si parla di **Yelp** e di **Trip Advisor** è **come gestisci i feedback**: è molto importante ringraziare gli utenti per la loro recensione, positiva o negativa.

Se ricevi un **feedback negativo**, rispondi sempre in modo educato e professionale.

Se stai rispondendo pubblicamente alla recensione negativa, ringrazia il recensore per il feedback, chiedi scusa per l'incidente e prometti di migliorare in futuro.

Si consiglia inoltre di prendere in considerazione di **contattare l'utente privatamente** per ulteriori informazioni su eventuali incidenti negativi. Alcuni imprenditori inviano buoni regalo oppure offerte agli utenti che hanno avuto esperienze negative, sperando di farli tornare per concedergli una seconda possibilità. Gli utenti sono spesso lusingati dalla considerazione mostrata e sono più generosi nella loro prossima recensione, sapendo che il proprietario del ristorante ha valutato la propria opinione e sta lavorando duramente per migliorare.



4. Imposta la tua pagina di Google Business

Configurare correttamente la **pagina di Google Business** del tuo ristorante è altrettanto importante (diamine, forse ancora più importante) che impostare il tuo account di Yelp o di Trip Advisor.

Ti spiego il perché:

quando un utente cerca un'attività commerciale all'interno di Google, il **Knowledge Graph di Google** fornisce i dettagli dell'attività nella barra laterale.

Il Knowledge Graph di Google raccoglie la maggior parte delle sue informazioni dalla pagina di Google Business, quindi avere la tua attività su Google Business è un enorme vantaggio, dato che il tuo ristorante appare tramite il Knowledge Graph di Google e consente di avere più risultati di qualità (gratuitamente)!

Una buona consuetudine dovrà essere incoraggiare i tuoi clienti a **lasciare delle recensioni su Google Business**, poiché Knowledge Graph ama aggregare le recensioni degli utenti di Google.

The screenshot shows a Google Business listing for 'Ristorante Elle Et Lui Taverna Urbana'. At the top, there are two images: an interior view of the restaurant and an exterior view. Below the images are buttons for 'Visualizza foto' and 'Guarda esterni'. The listing title is 'Ristorante Elle Et Lui Taverna Urbana'. Below the title are buttons for 'Sito web', 'Indicazioni stradali', and 'Salva'. The rating is 4,6 stars with 129 Google reviews. The price range is €€€. The address is 'Via S. Anna, 64, 00038 Valmontone RM'. The hours are 'Chiuso' (Closed) and 'Apri alle ore 20' (Opens at 20:00). The phone number is '06 959 0498'. There is a link to 'Suggerisci una modifica' (Suggest an edit). Below this is the 'Domande e risposte' (Questions and answers) section with a 'Fai una domanda' (Ask a question) button. The 'Recensioni dal Web' (Web reviews) section shows ratings from Facebook (4,8/5, 126 votes) and Slurpy (85%, 524 votes). The 'Organizza la tua visita' (Organize your visit) section shows a 'Permanenza media: 1,5-3,5 ore' (Average stay: 1.5-3.5 hours). At the bottom, there is a 'Recensioni' (Reviews) section with buttons for 'Scrivi una recensione' (Write a review) and 'Aggiungi una foto' (Add a photo). A review snippet is visible: 'Consigliato per una serata romantica' (Recommended for a romantic evening).

5. Imposta Google Alert

Google Alerts ti avvisa quando il nome della tua attività commerciale (o un altro termine relativo alla tua azienda inserito nelle parole chiave) **appare in un nuovo contenuto sul web**.

The screenshot shows the Google Alerts interface. At the top is the Google logo. Below it is the word 'Alert' in a large font. Underneath is the text 'Monitora il Web per trovare nuovi contenuti interessanti' (Monitor the Web to find interesting new content). There is a search bar with the placeholder text 'Crea un pulsante di avviso...' (Create a notification button...). The interface is clean and modern with a blue header.

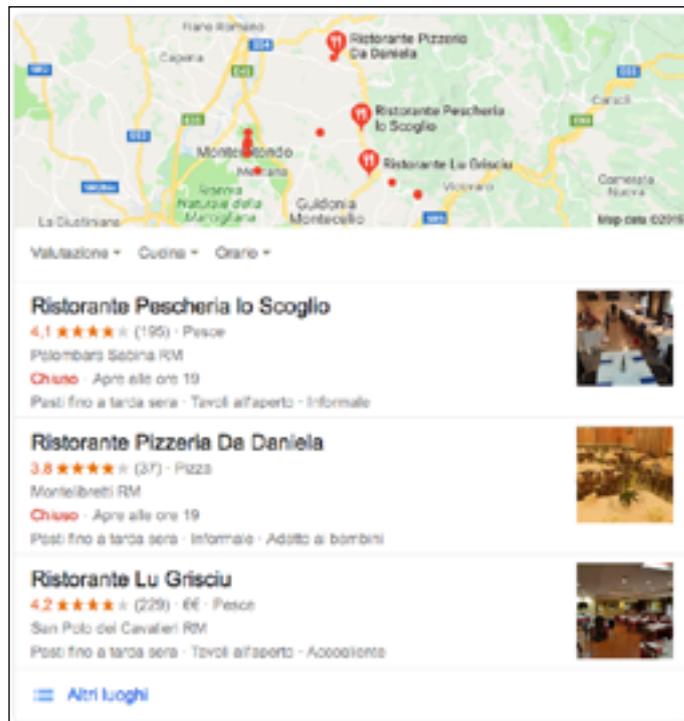
In questo modo sarà facile tenere d'occhio chi sta parlando di te.

6. Annunci pubblicitari online con il targeting geografico

Per la maggior parte dei ristoranti, la **clientela locale è il target fondamentale**.

La gran parte degli utenti è alla **ricerca di buon cibo vicino casa**: otterrai il massimo dalla tua strategia di marketing online **investendo principalmente in annunci con targeting geografico**. Gli annunci con targeting geografico ti aiutano a risparmiare denaro, assicurandoti che solo gli utenti in determinate città o all'interno di un raggio geografico specifico visualizzeranno i tuoi annunci (eliminando i clic non pertinenti, che possono costarti grosse perdite rispetto ai tuoi investimenti pubblicitari online).

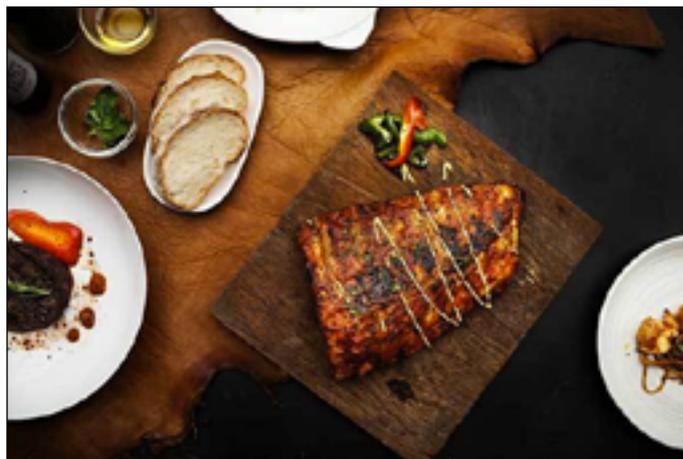
Molti servizi pubblicitari online, da **Google Ads** (precedentemente noto come Google AdWords) a **Facebook Adv** e **Twitter Ads**, offrono opzioni di **annunci con targeting geografico** che consente di visualizzare solo gli annunci di attività nei dintorni della fonte di ricerca: per esempio se un utente si trova a Roma e cerca su Google o su Facebook *"Ristorante di pesce"*, i primi risultati ottenuti saranno quelli nei paraggi, in quanto questi sistemi rilevano facilmente il luogo da dove l'utente sta effettuando la ricerca.



7. Utilizza Instagram al meglio

Avere una forte presenza su **Instagram** è un suggerimento quasi ovvio (ma troppo importante da ignorare) per una strategia di Web Marketing di un ristorante. Usa Instagram per promuovere le migliori immagini della tua azienda di ristorazione.

Mostra la tua vetrina, fotografa i tuoi piatti migliori e **utilizza questo canale social come luogo dove valorizzare la tua identità ed il tuo brand**. Ad esempio, un ristorante che offre alimenti biologici potrebbe provare a scattare foto di persone che praticano il kayak, che cucinano, che coltivano o altre attività che ritieni possano piacere ai tuoi fan.



Divertirti con gli **hashtag**: per esempio utilizza gli hashtag di Instagram già noti come *#picoftheday*, *#foodporn* o inventane di nuovi, gli hashtag sono un ottimo modo per divertirsi con i fan.

8. Invia una newsletter periodica ai tuoi clienti

Ricorda: la **newsletter di un ristorante** non deve essere settimanale, puoi semplicemente inviare ai tuoi clienti una newsletter ogni mese o giù di lì.

La tua newsletter può essere l'occasione per segnalare **nuovi menu**, i **piatti stagionali** o **condividere sconti speciali**. Ci sono moltissimi servizi professionali online con modelli o layout di newsletter che consentono anche l'implementazione di sistemi di **marketing automation**.



9. Promuovi i contenuti inviati dagli utenti

I **contenuti generati dagli utenti** sono un ottimo modo per sviluppare il coinvolgimento personale ed emozionale con gli utenti.

Ospita un **concorso fotografico** chiedendo ai clienti di condividere le foto dei piatti preferiti scattate presso il tuo ristorante e condividerle su una pagina di foto dedicata oppure **attraverso i social network**.

Puoi utilizzare degli **hashtag** su **facebook** o su **instagram** per creare delle collezioni dei post e delle foto postate dai tuoi clienti. Potresti anche assegnare un premio ai clienti che ricevono più condivisioni ai loro post!



Ospitare e promuovere i contenuti generati dagli utenti **mostra ai clienti che li apprezzate**, trasformando visitatori occasionali in clienti fedeli.

10. Mostra il tuo staff

Mostra il tuo personale mettendo in risalto ciò che sanno fare meglio!

Vedere dipendenti felici e sorridenti può fare miracoli per **la tua reputazione**, perchè ai clienti piace essere serviti da lavoratori soddisfatti del proprio lavoro.

Inoltre mettere in mostra i tuoi dipendenti contenti premierà la tua buona reputazione: **i lavoratori felici dicono molto di un'azienda**.



11. Monitora la tua presenza sui social media

Le **strategie di social media marketing** sono una forza innegabile nel mondo di oggi. Il volantaggio non funziona più come una volta. I ristoranti con una **forte presenza sui social media**, come parte del loro piano di marketing online, sono quelli che hanno maggior successo.

Come primo passo bisogna **creare una pagina fan di Facebook**, un **profilo Instagram** e un **account Twitter** per condividere **sconti speciali, coupon esclusivi, foto dei tuoi piatti** più recenti e **promuovere le tue news**.



Ma impostare i tuoi account è solo la metà del lavoro: è anche essenziale **tenere aggiornato il tuo sito internet** e i **tui canali social**, creando dei contenuti originali e personalizzati, pianificando i post e mantenendo costante l'aggiornamento dei tuoi canali di comunicazione.

12. Recensioni di food blogger

Quando sei un nuovo ristorante, potresti trovare difficoltà a **ricevere recensioni e pubblicità per la tua nuova attività**.

Un ottimo modo per ottenere recensioni e promuoverti sul web è quello di **invitare i food blogger al tuo ristorante** per consentirgli di testare i tuoi piatti: prendi in considerazione l'idea di offrire un pasto o un aperitivo gratis. Dopodiché chiedi cortesemente se sono disposti a recensire il tuo ristorante e a condividere la loro esperienza online.

Certamente non potrai richiedere una recensione positiva, perché sarebbe disonesto, ma puoi invitarli a fare semplicemente una recensione obiettiva del ristorante. Alcuni blogger potrebbero rifiutare la tua offerta, ma se farai un numero cospicuo di richieste, saranno maggiori le possibilità di ottenere feedback positivi e generare più interesse online.

Ricorda che alcuni **food blogger hanno un grande successo tra gli utenti** e ottenere la loro attenzione potrebbe avere una pubblicità enorme per tuo ristorante.



13. Apri un blog

Aprire un blog è un ottimo modo per creare una community e interagire con i tuoi clienti. I blog offrono la possibilità di **dare voce e definire la personalità del tuo ristorante e del tuo brand**.

Potrai condividere i tuoi successi, le informazioni, storie divertenti, ricette e qualsiasi altra cosa che pensi possa interessare ai tuoi clienti.

Non dovrai postare costantemente, la qualità è più importante della quantità, ma è utile avere un blog per il tuo ristorante dove pubblicare un annuncio o le notizie che vuoi far conoscere al mondo. **Gli articoli**, oltre che interessare i tuoi clienti, sono un **ottimo mezzo per posizionarsi su i motori di ricerca**, una **tecnica SEO** che potrà aiutarti a migliorare il posizionamento del tuo sito internet nei risultati della ricerca organica.



14. Condividi le recensioni positive

Ho un altro importante consiglio da darti per il marketing della tua azienda: quando vieni **citato in una rivista** o **ricevi una recensione in un sito internet** (per esempio su Trip Advisor), **riportalo sul tuo sito web e sui social media**.

I fan ti aiuteranno a diffondere queste recensioni e i nuovi utenti saranno incoraggiati a provare di persona quando leggeranno fonti attendibili che celebrano il tuo ristorante.



15. Verifica sempre che i dati del ristorante riportati online siano accurati

I clienti dei ristoranti amano fare ricerche online: **l'89% dei consumatori ricerca un ristorante online** prima di cenare.

Questo è il motivo per cui è di vitale importanza che tutti i **dettagli del tuo locale siano online e aggiornati**: indirizzo, numero di telefono, gli orari di apertura, il menu corrente, ecc.



16. Sviluppa il Brand del tuo ristorante

Costruire l'**identità del Brand** (Brand Identity) del tuo ristorante può avere un grande impatto sulle prestazioni dei tuoi social media.

Il tuo obiettivo deve essere quello di **rafforzare il Brand del ristorante** per i tuoi clienti in target.

I tuoi piatti sono destinati ai clienti che preferiscono un'alimentazione sana?

O il tuo ristorante ha un'atmosfera più simile ad un fast food?

Studia chi sono i tuoi **clienti in target**, la tua **buyer persona**, quindi **costruisci il tuo brand** sottolineando le caratteristiche a cui sono interessati.



17. Tweet a tempo

[Twitter](#) può essere uno strumento di comunicazione importante per un ristorante e **il tempismo dei tuoi tweet può avere una grande presa sugli stomaci affamati**.

Prova a creare e a **programmare tweet in diversi momenti della giornata** per invitare in modo mirato gli utenti a venire a fare colazione, pranzo o cena (a seconda della tua offerta).



18. Devi avere un menù online elegante e funzionale

Gli utenti amano fare ricerche online prima di ordinare o visitare il tuo ristorante. Fai in modo che **gli utenti riescano a trovare il tuo menù**: pubblicalo in modo tale che sia facile da leggere, aggiornato e preciso.

Non sai come? Puoi **pubblicare il tuo menù sul tuo sito internet** e poi diffonderlo sui tuoi canali social, basta avere un tuo sito internet facilmente aggiornabile.

Se non si dispone di un menù aggiornato online, la maggior parte delle altre strategie di web marketing per ristorante sono sostanzialmente inutili!



19. Organizza il servizio di consegna a domicilio

Molti **servizi di consegna a domicilio online** semplificano il processo per ordinare un pasto e gli utenti, anche meno esperti di internet, amano utilizzare questi servizi:

Ci sono tantissimi siti internet che ti possono offrire un servizio di consegna a domicilio, **scegli quello che ritieni più adatto alle tue necessità** e promuovilo tra i servizi che offri nel tuo sito internet e nei tuoi canali social.



Ti suggerisco alcuni servizi di consegna a domicilio tra i più popolari:

[Deliveroo](#)

[Foodracers](#)

[Justeat](#)

20. Offri coupon e sconti

Fornire coupon e sconti per il tuo ristorante è sempre un modo sicuro per far accorrere i clienti. Per esempio potresti offrire **un piatto gratuito ai nuovi abbonati alla newsletter**.

In alternativa, puoi provare a fare **pubblicità con uno sconto** tramite [Groupon](#) o altri servizi promozionali simili.

Se segui questa strada otterrai una grande esposizione pubblicitaria. Ma valuta bene: finirai per pagare una parte considerevole delle vendite al sito web dell'offerta, senza ricevere un grande guadagno.



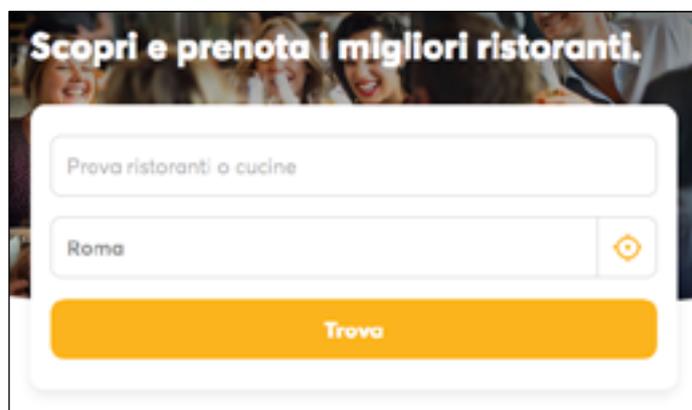
21. Strumenti di prenotazione online

Utilizzare uno **strumento di prenotazione online** consente ai clienti di effettuare prenotazioni per il locale su internet. Puoi inserire il processo di prenotazione online **sul tuo sito internet**, oppure **iscriverti ai siti** che permettono di utilizzare questo strumento.

Ecco alcuni dei siti più popolari per prenotare online:

[Thefork](#)

[Quandoo](#)



22. Sito internet responsive per cellulari e tablet

Il tuo sito internet deve essere sempre al passo con i tempi: oggi il 50% degli utenti naviga sulla rete con **smartphone** o con i **tablet**.

Quindi devi assolutamente avere un sito internet che risponda a questo tipo di device, perchè se l'utente accede ad un sito non adatto ad uno schermo del suo smartphone non perderà tempo e abbandonerà subito il tuo sito web.

Naturalmente per avere un sito internet professionale ti consiglio di rivolgerti ad un'agenzia pubblicitaria, come [WebGab](#), perchè **un sito amatoriale difficilmente riuscirà ad esprimere il valore del tuo Brand**.



23. Fai una lotteria con i biglietti da visita

Durante il pranzo o la cena, **raccogli i biglietti da visita in una ciotola per una lotteria**. La ricompensa può variare: un pranzo per il vincitore e qualche amico, un happy hour di 2 ore con bevande scontate, qualunque cosa tu voglia!

Queste lotterie non sono solo divertenti, ma potrai anche **usare quei biglietti da visita per inviare le newsletter ai clienti**.



Puoi far sapere loro che se non hanno vinto questa volta, potranno iscriversi alla tua newsletter per essere avvisati della loro prossima lotteria, oltre ad avere l'opportunità di conoscere gli sconti e altre offerte gradite.

In questo modo avrai nuovi abbonati di valore alla newsletter!

24. Ingredienti locali a Km zero

I clienti amano sapere cosa stanno mangiando, **procurarsi gli ingredienti locali e a Km zero** può fare molto per aumentare la cerchia di clienti affezionati e darti una reputazione positiva.

Se non è fuori budget, prendi in considerazione questa opzione!



25. Realizza video per valorizzare il tuo Brand

I video sono uno degli strumenti di comunicazione più seguiti dagli utenti internet: devi sapere che un canale come [youtube](https://www.youtube.com/) è uno degli strumenti più utilizzati anche per effettuare ricerche su internet.

Sui **social network**, come facebook o instagram, **gli utenti apprezzano molto guardare video**.



Insomma, il video è uno degli strumenti di comunicazione che non deve mancare nella strategia di marketing per il tuo ristorante: **con un video potrai raccontare facilmente la tua storia, mostrare il tuo locale, il tuo staff o raccontare le tue ricette**.

Ti consiglio di **realizzare dei video professionali**, con un audio senza rumori di sottofondo e con una qualità video buona, che abbiano tutti uno stile simile e riconoscibile. Dovrai riportare sempre il tuo logo e le informazioni del tuo ristorante.

Cerca di pensare e di scrivere un canovaccio prima di iniziare le riprese: è importante avere chiaro cosa si vuole esprimere per non passare inosservati. Fai qualche prova prima di pubblicarlo perchè, anche se colloquiale, **il video non dovrà sembrare troppo amatoriale**.

Per avere successo non si può improvvisare: la Strategia di Marketing è tutto!!

Leggendo le 25 idee che ti ho proposto in questa guida, avrai certamente capito che **improvvisare senza avere una strategia definita e le capacità tecniche per metterla in atto sarà solo uno sforzo inutile** e non raggiungerai i risultati attesi.

Come nella ristorazione, anche nel marketing servono competenze e professionalità: non basta avere un bravo chef se poi il servizio in sala non è professionale, così come non è sufficiente avere un locale in una buona zona se poi non è valorizzato da un arredamento comodo, originale e accogliente.

Allo stesso modo avere un sito internet non aggiornato e non visibile ottimamente sugli smartphone, piuttosto che una pagina facebook carente di dati del locale e utilizzata come un account personale, dove magari vengono postate foto e informazioni che non hanno nulla a che vedere con il tuo ristorante, comunicherà ad un ipotetico cliente superficialità e non metterà in risalto gli elementi di valore della tua azienda di ristorazione.

Per questi motivi **ti invito a contattarmi:** potrai mostrarmi le tante cose belle che caratterizzano il tuo ristorante e **sarò lieto di aiutarti** a comunicarle, **per dare valore al tuo Brand, per far aumentare il numero dei tuoi clienti e, di conseguenza, il tuo fatturato!!**



Gabriele D'Esposito

Web Marketing Strategist di WebGab



webgab.eu

WebGab di Gabriele D'Esposito © 2019

Tutti i diritti sono riservati.

info@webgab.eu -Tel. 331.85.74.881