

MARKETING PER RISTORANTI: LE NOSTRE MIGLIORI IDEE PER ATTRARRE CLIENTI



Vi capita mai di testare nuovi ristoranti, scoprire delle vere e proprie perle di sapore, piatti che non hanno nulla da invidiare a quelli dei locali più blasonati, ma purtroppo carenti di clientela? Perché? Ve lo siete domandato? Il segreto è il marketing per ristoranti.

Marketing per ristoranti: le nostre migliori idee per attrarre clienti

I dati ufficiali parlano di 197 mila ristoranti in Italia e 170 mila caffetterie. Tra quelli nati negli ultimi anni, il 45% non riesce a durare più di tre anni e viene rimpiazzato da un altro locale. Una ricerca condotta alla Harvard School of Economics sostiene che solo il 5% delle persone che conoscono i segreti del marketing per ristoranti e non li applica nelle proprie attività perché mancano gli esempi pratici.



I dati di cui sopra già ci forniscono molti spunti. Aprire e gestire un ristorante è difficile e rischioso, ma se poi anche il marketing non funziona allora tutto diventa ancora più complicato. Certo, non è semplice essere bravi in cucina e sapersi vendere, ma è pur vero che senza una buona strategia i clienti arriveranno col contagocce.



È fondamentale che i ristoranti imparino ad abbracciare il web marketing e coltivino una presenza online. I clienti oggi utilizzano i motori di ricerca e i siti di recensioni dei consumatori per trovare ristoranti e locali in genere, vogliono vedere il menù del ristorante prima di visitarlo e preferiscono quelli che hanno una forte presenza on-line.

Dato quanto sopra, nessun ristorante si può più esimere dall'adottare una buona strategia di marketing. Ecco che per tutti gli aspiranti ristoratori, ma anche per quelli già affermati, [TuscanyPeople](https://www.tuscanypeople.com) ha realizzato un piccolo vademecum sulle migliori strategie di marketing per ristoranti, e non solo.

Aggiornarsi

Tenetevi aggiornati sulle statistiche, sulle tendenze e sulle cifre che consentono di analizzare il vostro piano di marketing per ristoranti. Può essere il momento giusto per modificare il modo di proporre il vostro locale.



Realizzare un sito web funzionale

I clienti locali trovano facilmente il vostro ristorante online? Il vostro sito web è ottimizzato per il mobile? La partita si gioca sul fatto che i clienti trovino il vostro sito web prima di quello dei vostri concorrenti. Perché non creare un blog di cucina, elencare le specialità del giorno e indirizzare i visitatori alle pagine nei social media e nelle community di recensioni dei clienti come TripAdvisor?

Impegnarsi in pratiche SEO locali

Dal momento che il 76% di tutte le ricerche online sono legate a contenuti geolocalizzati, dovete essere sicuri che nella vostra zona il vostro sito web appaia nelle ricerche pertinenti al vostro ristorante. Se il vostro è un ristorante di design a Firenze, assicuratevi di essere in cima alla lista per la parola chiave "ristorante di design a Firenze". Prova a fare la ricerca su google o [clicca su questo link](#); su 27,9 milioni di risultati di ricerca su google, un nostro articolo è in prima pagina "Ristoranti di design a Firenze: il gusto a 360°".

Presenza sui social network

Siate presenti in modo importante, costante e professionale sui social network. Rafforzate il vostro passa-



parola con una presenza interattiva su social come [Facebook](#), [Instagram](#), [Twitter](#). Coinvolgete i vostri clienti senza sosta, esponete il vostro marchio e chiedete loro di condividere le proprie storie. Tutto questo ha un valore inestimabile.



Dipende molto dalla personalità del locale: un ristorante elegante non è adatto a una socialità digitale sbarazzina. Un sito web e un profilo Google Business potrebbero anche bastare. Al contrario, una giovanile paninoteca vegan può essere spinta su network come Snapchat, mentre un locale per intellettuali o per artisti potrebbe andare molto bene su Twitter.

Foto dei piatti

Altro punto importante del marketing per ristoranti è pubblicare sui social le foto dei piatti, soprattutto su [Instagram](#). Importanti anche i video su [Youtube](#). Siccome però tutti pubblicano foto di piatti che sono loro piaciuti, meglio se fate realizzare il servizio a professionisti che sappiano valorizzare i prodotti con immagini adeguate.

Dare al menù un aspetto fresco

Se già disponete di un design ben realizzato, non è necessario, ma se invece il vostro menù è un po' vecchio, noioso, poco aggiornato, poco "cool" i clienti potrebbero essere indotti a pensare che anche il cibo non sia molto allettante.



Umanizzare il personale

Rendete il vostro staff, la vostra brigata di cucina, protagonista sul vostro blog o sui social, usando il magico potere dello storytelling. TuscanyPeople docet.

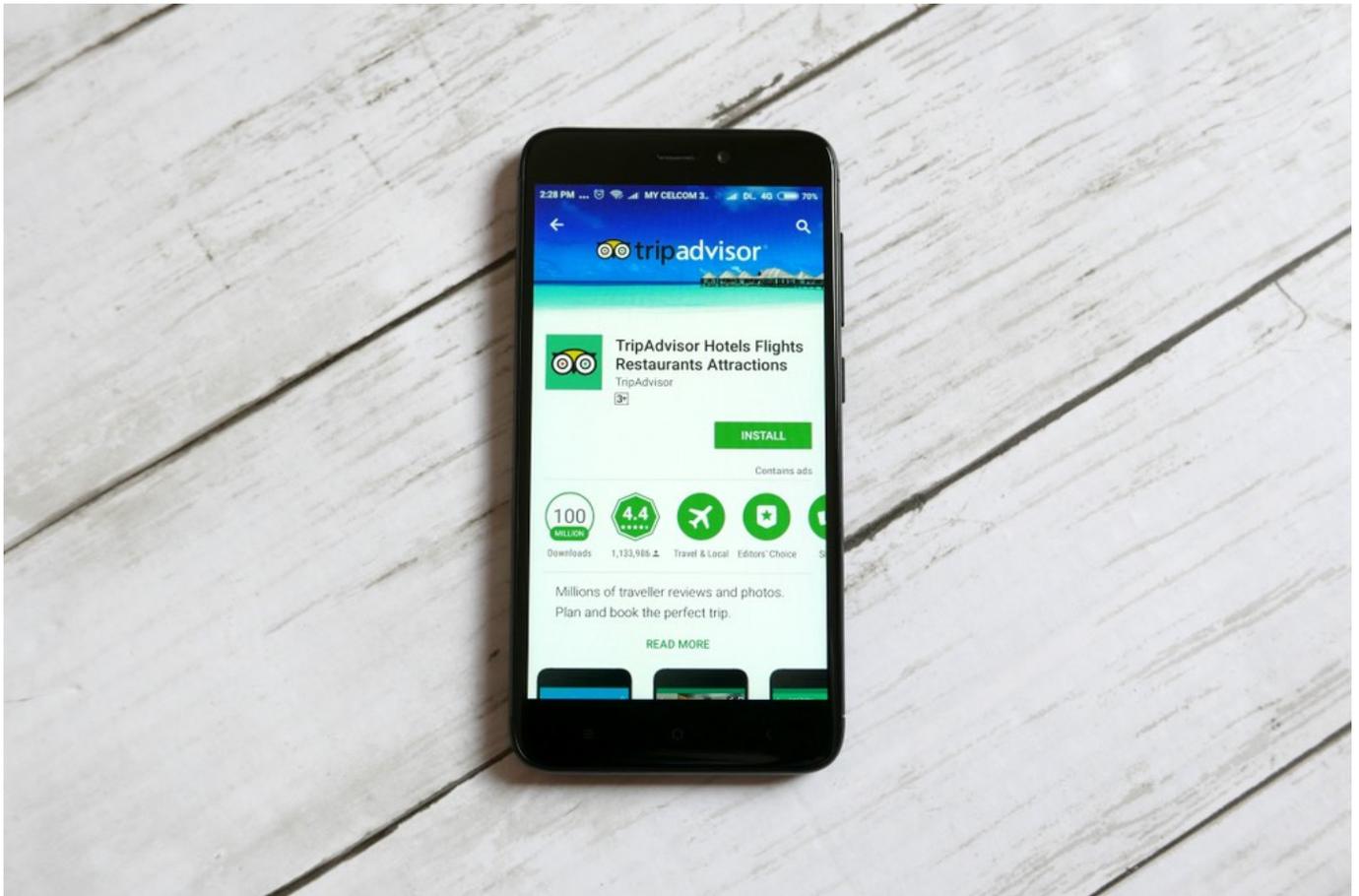
Coerenza

L'identità del vostro locale deve essere ben definita e tutte le scelte di marketing devono essere strettamente legate all'immagine che volete trasmettere.

Influencer

Chiedere ai *food blogger* locali di realizzare una recensione del vostro ristorante in cambio di una experien-

za presso il vostro locale, può essere una buona idea. Il link esterno ottenuto dal loro articolo vi aiuterà nel posizionamento sui motori di ricerca, mentre una recensione positiva su TripAdvisor aiuterà a incrementare la vostra reputazione.



Tutto online

Dal vostro sito si dovrebbe potere: 1. prenotare un tavolo; 2. leggere il menù compreso quello dei vini e quello del giorno; 3. visitare il locale virtualmente; 4. capire lo stile e la personalità del ristorante compreso i servizi; 5. capire se è adatto ai bambini.

Tutto mobile

È la versione 2.0 della regola "tutto online". Dovete assicurarvi che i vostri servizi non solo siano online, ma che siano anche ottimizzati per le versioni *mobile* per smartphone. Create un'app tutta vostra, ma soprattutto ottimizzate il sito.



Allergie, intolleranze e ingredienti

Oggi è essenziale dire esplicitamente se i vostri alimenti sono senza glutine, senza olio di palma, senza zucchero, senza lievito, senza grassi idrogenati, senza coloranti, senza conservanti, o se gli ingredienti provengono in tutto o in parte da aziende biologiche o biodinamiche, meglio ancora se a km 0.



Monitorare i siti di recensioni

Come per qualsiasi attività, la reputazione di un ristorante ha un'importanza cruciale. È quindi per voi basilare prestare molta attenzione a ciò che si dice online sul vostro locale. È qui che i visitatori non in linea possono raccontare al mondo on-line la propria esperienza nel vostro ristorante. Ringraziare i clienti per le recensioni positive e rispondere rispettosamente alle recensioni negative è un'altra buona pratica.

Newsletter

È necessario che create la vostra newsletter e che facciate crescere il vostro database di e-mail. Paragonato al *direct marketing*, l'e-mail marketing è un modo più efficiente, ecologico e veloce per mantenere informati i clienti. Promuovete la vostra newsletter attraverso i social media, sul vostro sito e dentro il vostro ristorante.



Offerte limitate

Sfruttate il senso d'urgenza, una tecnica psicologica efficace, preparate il piatto del giorno, presentatelo bene, scattategli una foto e lanciatelo su [Instagram](#) con un'offerta giornaliera valida solo per chi condivide il post.

Incentivo

Fornite un incentivo alle persone che vi seguono sui canali social, inducetele a venire nel vostro ristorante, rendete loro semplici queste azioni. Se mettete regolarmente le vostre offerte speciali su [Facebook](#), ad esempio, i vostri fan potrebbero perdere interesse. Non abbiate paura di variare, mescolando gli elementi, divertendovi a essere parte della comunità locale.

Lanciare concorsi

Altro aspetto molto utile del lato social del marketing per ristoranti è lanciare concorsi. E' un ottimo modo per premiare i fan dei social media, far crescere la vostra base di fan, ottenere nuovi clienti e promuovere la fedeltà. Concedete ai clienti la possibilità di vincere un grande premio e fornirete loro un nuovo motivo



per tornare.



Programma di fidelizzazione

Create e implementate un programma di fidelizzazione. Inviare newsletter a coloro che si iscrivono al programma, mettendo in evidenza le offerte esclusive. Promuovete il vostro programma di fidelizzazione offline e online.

Ospitare

Diventate un punto di riferimento sociale e culturale: concerti, mostre, eventi, presentazioni, discussioni, serate a tema. Oppure, corso di cucina, degustazioni e workshop: l'interattività è uno strumento di successo.

Sei un ristoratore? Hai trovato l'articolo sul marketing per ristoranti interessante? C'è qualche altro punto che secondo te potrebbe essere portato all'attenzione dei tuoi colleghi? [Scrivici](#).



PER APPROFONDIRE:





[Tour enogastronomico in Toscana sul sentiero delle stelle Michelin 2020](#)





Dal mare alle stelle: un sogno ad occhi aperti chiamato Ristorante Capo Nord





[Chef Antonello Sardi: tutte le virtù del ristorante Virtuoso](#)





Ogni storia è degna di essere raccontata...anche la tua

La Toscana è la tua passione? Anche la nostra!

Teniamoci in contatto



