



5 estrategias para incrementar las ventas de tu restaurante



Plan de marketing.

Estrategia 1: “la rutina nos hace repetir los mismos errores”.

Cuando te decides a montar un restaurante estás creando una empresa. Lo sabes, pero a veces la rutina y el ajetreo del día a día te hacen perder perspectiva. Resulta muy fácil caer en la repetición de los mismos procesos y, como consecuencia, repetir los mismos errores. Si queremos incrementar las ventas, hay que tomarse un tiempo para reflexionar y ver cuál es el camino que llevamos.

La única manera de recorrer correctamente este camino es un plan de marketing. Aunque todavía te cueste verte como un experto dispuesto a montar un restaurante, no tienes que desanimarte. Una buena base de partida para tu plan

de marketing puede basarse en el análisis de las 4R que propone el marketing moderno:

Reach (alcance): Desde el mismo momento en que decides montar un restaurante, debes intentar llegar al máximo número de clientes dentro del público objetivo que nos hemos marcado.

Receptivity (receptividad): Saber en qué momento determinado nos estamos dirigiendo a nuestro público y hacerlo teniendo en cuenta la emocionalidad.

Resonance (resonancia): Los mensajes y el canal que estemos utilizando tienen

que ser los adecuados para dejar un mensaje positivo en la mente del consumidor.

Relationship of choice (relación de elección): Tenemos que tener en cuenta que somos una opción más dentro de los muchos restaurantes a los que puede ir nuestro cliente, y que no siempre vamos a ser la única elección.

Plantéate qué puedes mejorar en cada una de estas materias. Nadie como tú conoce tu restaurante. Y si no crees poder hacerlo, no lo dudes, busca ayuda experta en un profesional de la gestión de restaurantes. Verás que los resultados hablarán por sí mismos.

Conoce a tu cliente.

Estrategia 2: "Busca tu cliente ideal.
Es imposible gustarle a todo el mundo"



Si vas a montar un restaurante, procura saber perfectamente a quién te diriges.

Si no conoces a tu cliente es imposible que sepas qué le puedes ofrecer porque, simplemente, no sabes lo que le gusta ni lo que busca. Conoce a tu cliente y diferénciate de la competencia ofreciendo un valor añadido; céntrate en sus gustos para que repita y atraerás nuevos clientes. Sin esto de nada servirá todo el esmero que has puesto en montar un restaurante.

Tenemos que ser conscientes de que es imposible gustarle a todo el mundo. Por tanto, ten presente cuando vayas a montar un restaurante que la clave del éxito pasa por la segmentación. Una vez que tengamos el mercado más acotado será más fácil adquirir una diferenciación con respecto a la competencia y poder ofrecer servicios adicionales que nos hagan más atractivos. Hace unos años, conocer a nuestro cliente era más complicado, pero en la actualidad podemos hacer uso de las ventajas de las redes sociales para acercarnos a él. Además, las redes sociales, nos permitirán usar a nuestros clientes como prescriptores para que atraigan a más gente a nuestro restaurante.

El local.

Estrategia 3: “Tu local es lo primero que el cliente sabe de ti. Así de importante es la cuestión”.

Tu local es lo primero que percibe el cliente y, por tanto, tu tarjeta de presentación. Estudia tu fachada y, si es necesario, cámbiala para ofrecer un diseño más atractivo que haga entrar más personas a tu negocio. Por supuesto, también hay que cuidar el interior del local y especialmente la limpieza. Se asocia la comida con la salud, por lo que un local descuidado provocará desconfianza en el comensal. Aunque pueda resultar obvio, hay que insistir en este punto y ser riguroso con la limpieza. Mejorar el aspecto de tu local es una inversión que siempre resulta rentable.

El buen profesional de la gestión de restaurantes tiene

siempre en cuenta que la iluminación y el sonido son también dos elementos a destacar. El cliente viene al restaurante buscando experiencias satisfactorias y, para conseguir dárselas, es vital el escenario en que se desenvuelve todo. Merece la pena hacer un estudio de la luz que tenemos en el local y utilizar diferentes tipos de contrastes según la hora del día. El sonido también cuenta. Debes cuidar la música de ambiente y también la propia acústica del local. Hay locales en los que la voz reverbera de tal manera que se hace incómodo tener una conversación. Existen soluciones de aislamiento que proporcionarán un ambiente más agradable.

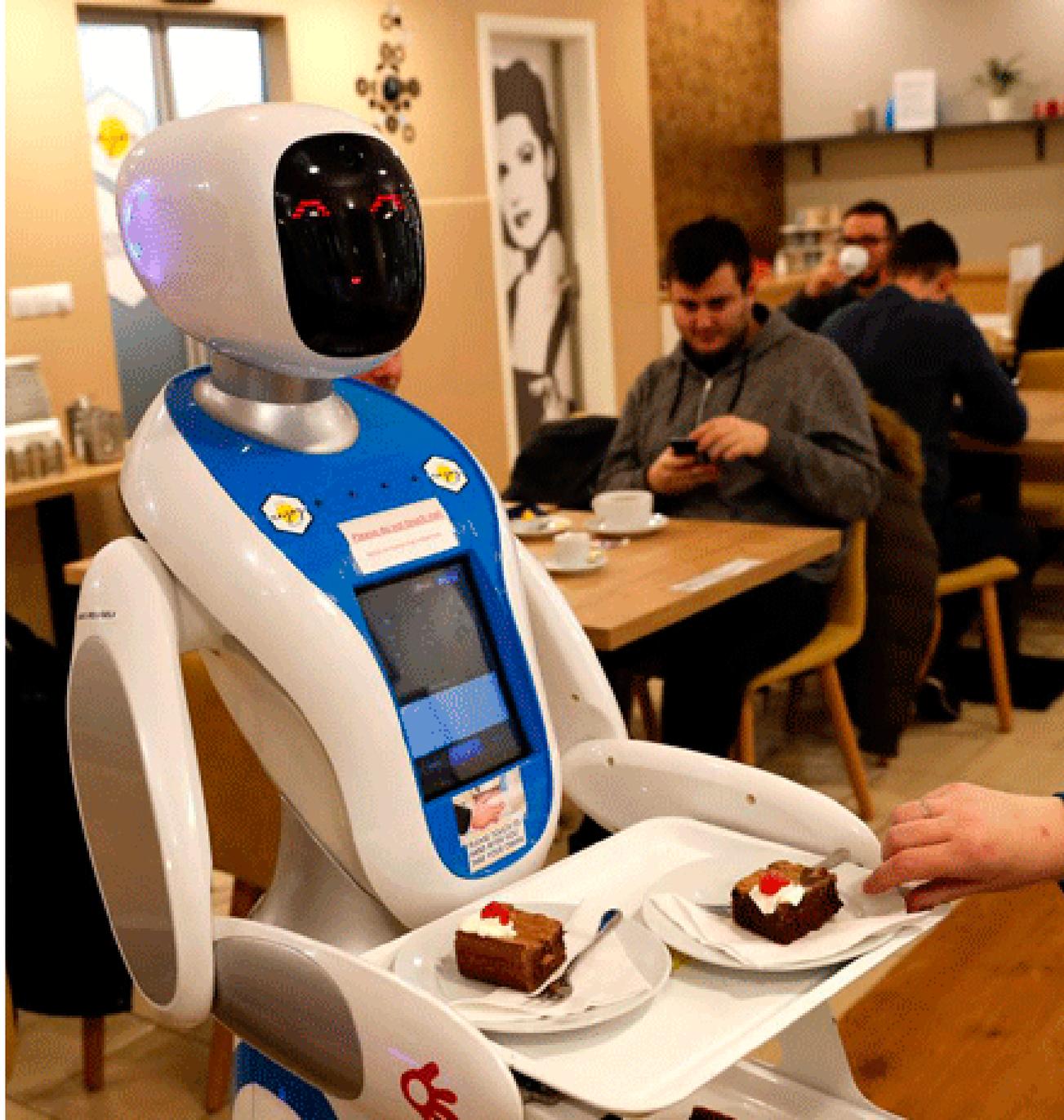


El personal.

Estrategia 4: “No vendes comida, vendes experiencias agradables”.

Tu personal debe estar entrenado para generar experiencias positivas. Los restaurantes son el marco de algunos de los momentos más destacados de nuestras vidas. Si cuentas con esta premisa como factor clave a la hora de abrir un restaurante, tienes que asumir que tu personal juega un papel fundamental a la hora de fijar en la mente del cliente una vivencia agradable que esté dispuesto a repetir. Si conseguimos ofrecer un recuerdo positivo obtendremos un doble beneficio: fidelización y prescripción.

Para conseguir que nuestro personal esté a la altura de las circunstancias, es necesario llevar a cabo un meticuloso proceso de selección y trabajar la motivación. Es fundamental conocer a las personas que están trabajando con nosotros y ofrecerles aquellos incentivos que les hagan sentirse cómodos y pertenecientes al equipo. Si nuestro personal está satisfecho y feliz, transmitirá estos sentimientos a la hora del trato con el público.



La ubicación.

Estrategia 5: “Si consideras que tu local tiene una mala ubicación, cámbiala”.

La ubicación, por sí sola, lo es todo y es un factor que se decide cuando se abre el restaurante. Un restaurante bien localizado puede hacer que el negocio funcione solo, por consiguiente, es uno de los aspectos más influyentes en el éxito de un restaurante. Si consideras que tu local tiene una mala ubicación, cámbiala. Es solo cuestión de estrategia y tomar la iniciativa. Son muchos los restaurantes que han decidido pasar de una ubicación discreta a un lugar reconocible y, manteniendo el mismo modelo de funciona-

miento, han visto incrementadas sus ventas de manera considerable.

No es un cambio fácil que se pueda hacer de un día para otro, pero si la ubicación que tiene nuestro restaurante hace que éste quede escondido, no vendría mal ir pensando en qué otros locales con mejor localización están disponibles y cómo podemos acceder a ellos.

