

# MARKETING GASTRONÓMICO: TU REPUTACIÓN DIGITAL ES LO PRIMERO

## - CAPÍTULO II -

En esta nueva píldora de Academy sobre la “Marketing gastronómico” trataremos un tema que preocupa especialmente a los hosteleros: La reputación online del establecimiento en los portales de opiniones.

En este nuevo capítulo, aprenderemos de la mano de Diego Coquillat a gestionar las opiniones generadas en el entorno digital sobre bares, restaurantes y otro tipo de locales.

El hecho de que los consumidores puedan hacer públicos sus comentarios es algo que preocupa los hosteleros. Existen una serie de aspectos clave que debemos tener en cuenta para conseguir aprovechar y aprender del contenido generado por nuestros clientes.

En el último año en España se han generado más de 4 millones de opiniones. Este rastro digital está compuesto por todos aquellos comentarios y críticas que afectan directamente a la posibilidad de atraer o alejar consumidores a nuestro establecimiento.

Existen dos vías para gestionar este tipo de contenidos:

- Vía pública, a través de esta vía cualquier persona puede acceder a opiniones y/o comentar. Además, podemos encontrar tanto comentarios positivos como negativos sobre nuestro negocio o el establecimiento en el que trabajamos.
- Vía privada, a través de esta vía podemos accionar comentarios de forma proactiva e involucrar a nuestro equipo. Esta vía es muy importante y debemos tomarla como elemento diferenciador frente a otros restaurantes.

El hecho de no poder controlar lo que se dice sobre nuestro negocio en foros públicos no debe asustarnos, tenemos la oportunidad de saber lo que la gente piensa de verdad, dándonos la oportunidad de mejorar aquello que no hacemos bien y mantener aquello que sí.

Por lo tanto, los comentarios negativos son necesarios y debemos verlos como oportunidades de mejora del establecimiento.

Las estadísticas apoyan la importancia de la reputación online:

- Más del 80% de los clientes leen los comentarios antes de elegir un restaurante.
- Más del 95% de esos clientes que leen los cometarios se ven influenciados a la hora de tomar una decisión.

## RESUMEN

A modo de resumen, te sintetizamos los contenidos y te traemos las cinco claves para poder gestionar los comentarios sobre tu establecimiento:

1. Contestar en menos de 24-48 horas. Así, conseguirás que los clientes sientan que los comentarios te importan y te interesan sus opiniones.
2. Contestar a todas las opiniones, tanto a las positivas como a las negativas. Además, las negativas siempre son muy importantes y no hay que excluirlas.
3. Contestar de una forma positiva todos los comentarios y agradecer siempre que te hayan dado su opinión.
4. Contestar de una forma sincera, humana y cercana. Es importante que el cliente sienta que habla con personas y no con un robot.
5. Contestar siempre en el mismo canal que te han dado esa opinión y de forma pública para que el resto de usuarios puedan verlo.

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

**DEMUESTRA QUE LO SABES**