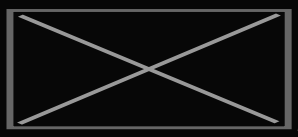
La migliore strategia marketing per l'attività di ristorazione

ideamarketing-ba23f0a8



*Iniziamo con questo articolo una collaborazione con **Cibando**, l'app trova ristoranti che fornisce ai locali un servizio di visibilità multimediale che comprende anche **un blog** che fornisce consigli per presentarsi al meglio in internet e sui canali social. Questa settimana Eleonora Baldwin, capo redattore di Cibando ci parla dell'importanza del marketing per l'attività di ristorazione.*

Sembra impossibile al giorno d'oggi, ma esiste ancora chi pensa che disporre di una strategia marketing per la propria attività di ristorazione non sia utile alla crescita del successo.

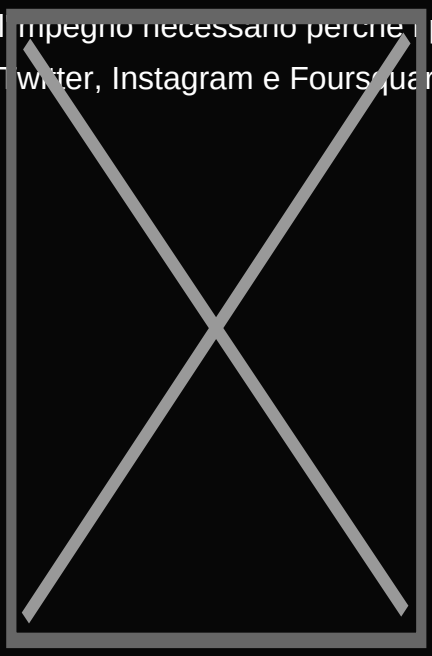


Invece i risultati possono vedersi chiaramente a prova del

contrario: approfonditi *case studies* condotti su singoli locali di diversa tipologia e località, dimostrano che, come per qualsiasi altra azienda, i ristoranti, bar, pizzerie e altri esercizi nel campo della ristorazione, beneficiano enormemente da un corretto *branding* e una mirata strategia di marketing. Io che curo campagne di comunicazione per diversi ristoranti, per esperienza personale, posso convalidare questi dati. Un locale sostenuto da un abile lavoro di marketing fattura di più!

Gli strumenti a disposizione degli imprenditori del gusto sono molteplici, ma ruotano tutti attorno alla visibilità online. Sottovalutare la forza del web, d'altronde, significa non capire che ormai questa ha soppiantato i metodi tradizionali di pubblicità.

Quindi è importante che i ristoratori capiscano l'alleato rappresentato dai **social media**; che mettano l'impegno necessario perché i propri siti web, pagine Facebook, nonché presenza su canali quali Twitter, Instagram e Foursquare siano quanto più attivi e aggiornati possibile.



Un locale poi che non ha un proprio **sito web** ben realizzato, o che non ha una posizione business su Google Local – o peggio – che non sfrutta piattaforme come Trip Advisor, Cibando e Restopolis (per le recensioni degli utenti il primo, la visibilità e promozione dei propri contenuti il secondo, e per le prenotazioni online l'ultimo), rischia di non veder prosperare gli affari come vorrebbe.

Tenersi al passo con i tempi del web è davvero molto importante, e mostrarsi indifferente ai cambiamenti può risultare addirittura dannoso per i propri affari. Internet è uno tra gli strumenti più utilizzati quotidianamente dalla maggior parte di noi. Da utente, poter far affidamento su un locale che, a) si rende reperibile facilmente; e che b) cura i dettagli della propria immagine in rete, non solo aumenta esponenzialmente il passaparola sull'attività, ma crea inoltre un senso di fiducia tra ristoratore e clientela.

Il segreto della visibilità è molto semplice: si deve quanto più possibile condividere contenuti sempre di grande qualità, e che risultino interessanti per i propri utenti, invogliandoli a diventare clienti seduti al tavolo. Di un locale, cosa fa venire più appetito (e di conseguenza spinge a recarsi di persona)? Una

fotografia di una sala ben apparecchiata, o un piatto fumante di bucatini all'amatriciana, ben ritratto e sapientemente diffuso, proprio dove la gente affamata si rivolge alla ricerca di golose destinazioni?

Chi lavora nel campo della promozione online e del branding di ristoranti, questi trucchi li conosce. Si tratta infatti solitamente di un esperto di comunicazione, specializzato in marketing ma soprattutto a contatto con l'ambiente del food & beverage in maniera totale e quotidiana. Parliamo di *business strategists* insomma che conoscono dinamiche e sfumature di questo mondo, e ne parlano lo stesso linguaggio. È per questo utile affidarsi a professionisti del settore per curare la propria immagine e comunicazione online. Spesso il fai-da-te in questo particolare caso, può risultare più dannoso che non l'essere proprio presenti in rete!

Nel corso dei prossimi guest post, sarò felice di condividere con i miei lettori alcuni utili suggerimenti e "dritte" per migliorare la comunicazione delle attività di ristorazione, e per incrementare la presenza sul web, con la conseguente maggiore possibilità di essere trovati e raggiunti da nuovi clienti.

Buon appetito!



***Eleonora Baldwin**, blogger e food writer devota al buon mangiare con una sana passione per i formaggi stagionati e il lievito madre, vive a Roma e collabora in veste di inviato speciale per numerose testate online statunitensi, è capo redattore e content manager per Cibando; inviata speciale per incursioni e back-stage nelle cucine dei più famosi ristoranti stellati, contribuendo anche articoli ed interviste per la stampa e organi di settore; persino guida gourmet nei luoghi golosi di Roma per viaggiatori e foodies da tutto il mondo. Eleonora ha inoltre contribuito la propria penna ad un numero di libri e guide di successo per grandi case editrici d'oltreoceano.*