Bar, bistrot, ristoranti: Instagram fa proprio per voi!

20230727180833instagram-bb05bb48

Qualche numero: gli utenti internet in Italia sono circa 51 milioni, quelli dei social media circa **43 milioni** (dati Hootsuite-Wearesocial 2022), e 36 milioni sono quelli che usano **Instagram** almeno una volta al mese. Il **71%** degli utenti italiani di Instagram **ha fra i 18 e i 29 anni** (dati Shopify 2023).

Notiamo che gli italiani che usano Facebook sono di più, sono 39 milioni, e sono tendenzialmente meno giovani. Di questi, molti usano anche altre piattaforme, in particolare YouTube, che va fortissimo in Italia, e WhatsApp.

SONO GHIOTTI DI IMMAGINI DI FOOD & BEVERAGE

Se aggiungiamo a questi numeri il fatto che i contenuti più postati e visualizzati hanno a che fare con il mondo del food & beverage, i vostri dubbi sull'opportunità di Instagram dovrebbero scomparire.

Come ci rivelano le rilevazioni statistiche di Instagram che vengono rilasciate ogni anno, il food e, più in generale, **il settore della ristorazione e ospitalità** si è rivelato anche per il 2022 **'trending topic' sui Reels di Istagram**, dove spopolano le ricerche per le ricette step by step, curiosità su ingredienti e prodotti esotici e infine i racconti fotografici di ristoranti, bar e locali pubblici dove ci si diverte e si gustano prelibatezze colorate.

CI VUOLE TEMPO E COSTANZA, E QUALCHE RISORSA

C'è però una questione da valutare, e non è minima: Instagram è animato ed esiste per mostrare contenuti visivi (video e foto) di alta qualità, interessanti e belli esteticamente. **L'estetica è fondamentale** per contenuti senza una utilità specifica – ad esempio una videoricetta viene cercata e vista per quello che insegna a fare, mentre una fotografia di un drink o di un allestimento deve essere davvero bella, soprattutto se vogliamo che venga condivisa.

Voi avete voglia e tempo di dedicarvi a produrre dei contenuti visuali interessanti e ben fatti? Avete voglia e tempo di lavorare su questo profilo per farlo crescere, con azioni mirate? Avete un **piccolo budget** per cercare un social media manager vicino a voi che possa aiutarvi ad ottenere questi obiettivi?

CONSIGLI E INDICAZIONI DA APPROFONDIRE

Se le risposte sono positive, ecco qualche consiglio: sono aree da approfondire con l'aiuto di un corso di formazione (trovatene uno, ad esempio, erogato da FIPE nella vostra provincia), di un **social media manager locale** che vi possa seguire o di qualche manuale di auto-formazione, per cominciare.

1) Le pagine e i profili dei social network vanno aggiornate con costanza, ciò che si vede deve essere recente: per i vostri post, prendete a modello le uova fresche, dopo 2 settimane sono andate a male. Il sito web è meno impegnativo dei social media, ma i social network portano occasioni di fatturato molto più preziose.

2) Partiamo dal logomarchio che utilizzate per il vostro locale: deve essere adatto al web e alle piattaforme social, quindi breve (il nome) e memorabile. Se non avete un logomarchio adatto è il momento di ripensarlo insieme ad un grafico.

3) Create il vostro nametag, condividetelo e stampatelo su tutti i materiali cartacei (è una 'targhetta' con il nome del bar che i clienti possono scannerizzare come un QR code, e che serve per far seguire il vostro profilo). Partite dal menù del vostro profilo in alto a destra, e scegliete nametag: da lì seguite le istruzioni.

4) Prendetevi il tempo di creare il vostro piano editoriale, decidete quali contenuti volete condividere con chi segue il vostro profilo, e quando li posterete nel tempo. Avete mai fatto un piano vetrine per il bar? Prendete un calendario ed evidenziate gli eventi che caratterizzano la vostra attività, ad esempio le feste di Natale, l'arrivo dell'estate, il riavvio dopo le ferie, Capodanno, San Valentino, la finale della Champions League…e così via. Cominciate a pensare per ognuno di questi **momenti chiave**, quali potrebbero essere gli argomenti di cui vorreste parlare per attirare i clienti: argomenti che possano essere comunicati con contenuti visuali (le parole sono meglio adatte ad un sito web o a Facebook, ma su Instagram non vanno bene).

5) Quali argomenti scegliere? Oltre agli eventi che accadono nonostante tutto, potete pubblicare contenuti che raccontano eventi che avete organizzato voi nel vostro locale, come concerti, proiezioni, serate a tema, degustazioni, aperitivi. Poi potreste pubblicare i vostri cavalli di battaglia: cocktail (ad

esempio puoi fare dei video di cocktails pestati, spiegando i segreti), illustrare la vostra collezione di gin con un post a settimana, oppure la preparazione dei vassoi degli aperitivi o di golosi panini. Potreste far conoscere le persone che lavorano nel locale e, ancora, potreste parlare dei vostri clienti più affezionati. Guardate la bella varietà dei contenuti del **profilo di @otto.place**, un locale di Milano che ha una grossa platea di clienti – tutti piuttosto giovani.

6) Faccio un video o una foto? Ricordate che i vostri clienti amano tanto le storie, cioè qualcosa che si compie mentre guardano, come una ricetta, un prima/dopo, una composizione. Per queste cose i video sono grandemente preferibili. Ma le fotografie sono perfette quando – proprio perché ben eseguite – massimizzano un aspetto estetico interessante, e sono impaginate bene, fatte con la luce giusta, trasferiscono una sensazione di un momento perfetto. **Non servono grandi strumenti tecnologici**, poiché i telefonini di ultima generazione sono già super, ma serve un po' di **competenza**, soprattutto per conoscere le inquadrature esteticamente più gradite al target. Magari procuratevi alcuni accessori professionali come un treppiede per fare i video e un selfie-stick.

7) Per finalizzare i vostri contenuti, usate un template, cioè una 'cornice'. I template sono modelli grafici personalizzati, contenenti testi e/o immagini (foto o grafiche statiche o animate), che sistemano già automaticamente sia la risoluzione che il formato, a cui possiamo aggiungere scritte ed elementi grafici. Spesso si lasciano appositi spazi vuoti che gli utenti possono andare a riempire, **stimolando l'interazione con il profilo**. Ci sono delle APP gratuite che consentono di creare questi template in modo semplice: la più usata è il portale **Canva**, che offre tanti modelli già pronti e che potete personalizzare. Potete anche provare **PicsArt** o **Unfold**.