Ristoranti: i consigli per usare TripAdvisor, Cibando, Yelp...

app-39e70eab

Come sfruttare la potenza di piattaforme come TripAdvisor, Cibando, Yelp e altre per comunicare l'eccellenza del proprio locale, corredando la presenza con contenuti a prova di truffa



Sarebbe avventato per un ristoratore ignorare la potenza di piattaforme come TripAdvisor, Yelp, Cibando e altre per la comunicazione e il buzz generato sul proprio locale.

Prima di prenotare un tavolo ad un ristorante che non si conosce, spesso ci si affida ai consigli che fornisce il world wide web, tramite alcuni siti dedicati. Fra i più famosi risalta certamente *TripAdvisor*, dove è possibile valutare la reputazione di un locale espressa dalla clientela che l'ha frequentato. Altra realtà simile è *Yelp!*, i cui contenuti condivisi dagli utenti – che includono ovviamente anche qui sia complimenti che critiche – garantisce ai consumatori di farsi un'idea accurata di come si troverà presso una specifica attività.

Per un esercente di un'attività ricettiva/ristorativa, non essere presenti su questi potenti "social network" a tutti gli effetti, in cui le persone si scambiano milioni di pareri, opinioni e recensioni sui luoghi da loro visitati, nonché costituenti di una vera e propria community, comporta un potenzialmente elevato rischio commerciale.

Altri siti specializzati poi, come Cibando e Restopolis, che mettono in contatto i consumatori con le migliori attività locali grazie ai dettagli approfonditi e contenuti di qualità, adottano un avanzatissimo modello di distribuzione web: allargare la visione fuori dalla cerchia dei conoscenti, verso il virale,

affidando la parola al content marketing, dove sono i contenuti a rappresentare la comunicazione.

Se per TripAdvisor, chiunque si può registrare e lasciare una recensione, e su Yelp! invece il “critico” è sottoposto ad un più rigido scrutinio; su siti come Cibando sono i contenuti a prova di truffa a parlare per anticipare l’esperienza che si andrà a vivere nel dato locale. Una fotografia che illustra un piatto, corredata da didascalia bilingue e prezzo, per esempio, assolve molteplici funzioni in un unico, attraente pacchetto. Prima di tutto fornisce informazioni chiare e veritiere sull’offerta gastronomica, illustrandone in maniera accattivante l’aspetto con garantito effetto acquolina, inquadra la spesa che si può sostenere in quel dato locale, e annulla qualsiasi polemica o falso giudizio negativo.

Una galleria fotografica professionale e recensioni in continuo aggiornamento rendono il profilo e la notorietà dei locali segnalati sempre attuali; ma lo è anche diffondere i propri contenuti fotografici (che solitamente sono quelli che attirano maggiori persone in ambito culinario) sul web – e allora è avventato non sfruttare la forza delle immagini anche su colossi quali TripAdvisor per essere sotto gli occhi di milioni di potenziali clienti.

La condivisione d’immagini appetibili sulla pagina TripAdvisor del proprio ristorante è una strategia molto in voga al momento. E vista la grande accessibilità che questo servizio possiede, le foto pubblicate saranno sempre in prima linea e mostreranno gli aspetti migliori dell’attività. Fugando ogni dubbio sollevato da eventuali critiche e recensioni negative. L’importante è assicurarsi che le fotografie che rappresentano l’offerta siano di livello qualitativo superiore, sempre belle e realizzate da mano professionale: in tal modo si attireranno sicuramente molti più clienti rispetto a quanto possa fare un ristorante che si serve solo delle fotografie scattate dai visitatori col cellulare!

In conclusione, sul web esistono molti portali che permettono ai ristoratori di avere grande visibilità e di potare migliaia di persone alla pagina internet della propria attività in ambito food, convertendole possibilmente in potenziali clienti. L’importante è nutrire prima gli occhi per poi saziare la pancia.

Per scoprire in quale capacità le fotografie possono raccontare la ristorazione, è possibile sfogliare la gallery Cibando. Da leccarsi i baffi!

Si conclude qui questo primo ciclo di appuntamenti in cui viene messa sotto la lente d’ingrandimento il restaurant marketing. Arrivederci alla prossima edizione!

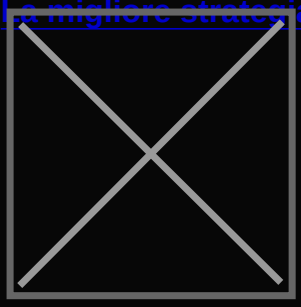
Eleonora Baldwin

Gli articoli precedenti in collaborazione con Cibando

Come ottimizzare e gestire il tempo sui social media
Facebook e Newsletter fanno guadagnare i ristoranti

Comunicazione: aumentare visibilità e indicizzazione del tuo locale

Le migliore strategia marketing per l'attività di ristorazione



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.*