

Media społecznościowe w branży gastronomicznej - jak za pomocą internetu przyciągnąć klientów do lokalu?

Nowoczesny marketing w branży gastronomicznej

Media społecznościowe to obecnie jedno z najważniejszych narzędzi nowoczesnego digital marketingu. Często stanowią one filar internetowej działalności firm, zwłaszcza w branży usługowej. Facebook czy Instagram to miejsca, które umożliwiają szybki i bezpośredni kontakt z naszymi klientami. Możemy z łatwością wchodzić z nimi w interakcję, a także otrzymywać od nich błyskawiczny feedback, pozwalający na dopracowanie naszej oferty. Taki model doskonale sprawdza się zwłaszcza w gastronomii, w której często dominuje bliska relacja z odbiorcami. Jak odpowiednio zaplanować działania w social mediach, aby przyciągnąć jeszcze więcej klientów? Oto wskazówki, które pomogą Ci prowadzić **media społecznościowe w branży gastronomicznej**.

Media społecznościowe w branży gastronomicznej - od czego zacząć?

Jesteśmy właścicielami lokalu i chcemy zaistnieć w sieci. Jak się do tego zabrać? Jednym z naszych pierwszych wyzwań będzie wyróżnienie się spośród konkurencji. Jeśli pokażemy coś, czego nikt jeszcze nie widział, z pewnością w naszych drzwiach pojawi się wielu klientów, kierowanych czystą ciekawością. Jak ich w takim razie do tego zachęcić? Może być to ciekawy wygląd potrawy, niecodzienny wystrój lokalu czy unikatowy składnik. Ważne, aby odpowiednio zakomunikować to w mediach społecznościowych. Stwórzmy post prezentujący naszą wyjątkowość i opatrmy go wysokiej jakości zdjęciem i ciekawym opisem. Jeśli nasz pomysł na wyróżnienie się zadziała, możemy liczyć na marketing wirusowy - ludzie będą udostępniać nasz wpis swoim znajomym, dzięki czemu szybko trafimy do świadomości wielu klientów.

Jak pobudzić wyobraźnię odbiorców za pomocą zdjęć i opisów?

Podstawowym atutem, który dają **media społecznościowe w branży gastronomicznej** są zdjęcia, a wiadomo, że nic tak nie zachęca do odwiedzenia danego lokalu, jak odpowiednio przygotowane zdjęcie jedzenia, wraz z pobudzającym wyobraźnię opisem. Zadbajmy o to, aby każda potrawa, która będzie fotografowana, mogła poszczycić się apetycznym wyglądem. Nie bez przyczyny sieci takie jak KFC czy McDonald's posiadają zespoły specjalistów, którzy zajmują się tylko fotografowaniem produktów - wiele rzeczy kupujemy oczami, a w szczególności ma to miejsce w przypadku jedzenia.

Poza odpowiednim zdjęciem, do naszego posta warto dodać krótki i ciekawy opis. Tekst odwołujący się do zmysłów - smaku czy zapachu - z pewnością trafi do wyobraźni naszego odbiorcy. Skorzystajmy z marketingowego wezwania do działania i zachęćmy klientów do odwiedzenia naszego lokalu. Być może zmobilizuje ich specjalna promocja, dostępna tylko dla osób, które obserwują nasz profil?

Nie zapomnijmy o skuteczności real-time marketingu. Odwołujmy się do bieżących wydarzeń. Napiszmy coś ciekawego w dniu, w którym polska reprezentacja gra ważny mecz. Odnieśmy się do rozpoczęcia wakacji czy Sylwestra. Podepnijmy się pod ciekawy trend, który bije rekordy popularności w sieci. W ten sposób pozytywnie zaskoczmy naszych odbiorców, a ci być może odwdziczą się nam wizytą w lokalu lub skorzystaniem z dostawy do domu.

Potrzebujesz pomocy w prowadzeniu profilu w mediach społecznościowych? Możesz zgłosić się specjalistów! Agencja marketingowa [Conture](http://www.conture.pl) z Poznania z miłą chęcią pomoże Ci w tworzeniu wyjątkowych i angażujących postów w social mediach.