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

**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 opatrzmy 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 wyobraźnie 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.

Cały artykuł przeczytasz [TUTAJ](https://www.conture.pl/blog/media-spolecznosciowe-w-branzy-gastronomicznej/)