



SOCIAL MARKETING  
INTELLIGENCE



**15 HERRAMIENTAS DIGITALES  
QUE TODO RESTAURANTE DEBE TENER  
SEGÚN LA LISTA DE SOCIALWIBOX**





**15 HERRAMIENTAS DIGITALES QUE  
TODO RESTAURANTE DEBE TENER  
SEGÚN LA LISTA DE SOCIALWIBOX**  
1ª Edición Enero 2018

**SOCIALWIBOX ©**

Reservados todos los derechos. Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida sin el permiso por escrito del titular del copyright.

**Editado por:** [ContenidosClick.es](http://ContenidosClick.es)

# 15 HERRAMIENTAS DIGITALES QUE TODO RESTAURANTE DEBE TENER SEGÚN LA LISTA DE SOCIALWIBOX

PRÓLOGO	03
INTRODUCCIÓN	05
01. GOOGLE ANALYTICS	09
02. GOOGLE TRENDS	10
03. BUFFER	11
04. HOOTSUITE	12
05. KEYHOLE	13
06. MENTION	14
07. KLEAR	15
08. AUDIENSE	16
09. TRIPADVISOR	17
10. JUST EAT	18
11. VIVINO	19
12. GOOGLE ADWORDS	20
13. SOCIALWIBOX	21
14. FOODYT	22
15. BRANDWATCH	23





## PRÓLOGO



Hola soy Joan Puig socio de SocialwiBox la solución de Social Marketing Intelligence que convierte el Wifi de restaurantes, bares, hoteles y otros locales en una herramienta de social marketing automática que está ayudando a ganar y a fidelizar clientes a miles de locales del sector HORECA de España y Taiwan.

La transformación digital está ayudando a mejorar todos los procesos más habituales en los restaurantes y son muchas las soluciones digitales y herramientas nuevas que están contribuyendo a ello, pero hasta la fecha no existía una guía específica que ayudase a identificarlas y compararlas en un sitio único. Es por ello, que junto a mi equipo de marketing hemos querido contribuir activamente al sector HORECA creando **la primera guía que recoge aquellas herramientas y soluciones digitales** que hemos considerado imprescindibles para la mayoría de directores, propietarios y responsables de restaurantes que quieran avanzar en la transformación digital de sus negocios.

Espero que esta guía os ayude a descubrir nuevas soluciones y que éstas os aporten muy positivamente a vuestro negocio.

**¡Disfrutad de su lectura!**

RESEARCH  
- 65%

Content

ANALYSIS  
RANKING!

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

# DIGITAL MARKETING

Feed Back  
- good  
- Bad.

CHECK LIST

Analysis  
content

SEARCH

- phone
- Laptop
- Compute

WWW.  
WEBSITE OPTIMIZATION

DATA





## INTRODUCCIÓN

Hoy en día, la búsqueda de restaurantes está totalmente digitalizada y, si obviamos casos puntuales de restaurantes de barrio o polígonos industriales (y de menú), lo normal es que el público busque en internet lo que quiere. Por este motivo, la transformación digital de los negocios no es una opción, sino una obligación. Si no lo haces, te estás quedando desfasado y, en consecuencia, corres el peligro de quedarte fuera del mercado a largo plazo.

Lo curioso es que esto puede suceder aun teniendo una buena propuesta gastronómica. En mi vida he podido conocer lugares con una oferta gastronómica objetivamente interesante y que no han tenido una gran difusión debido a que solo eran conocidos en un determinado segmento de población. Aunque el boca a oreja sigue siendo la principal forma de hacer clientes, no nos hemos de engañar y hay que tener presente que, cada vez más, la elección responderá a baremos objetivos (o que sean percibidos como tales). El cliente quiere que su gasto valga la pena y, como *homo economicus*, tenderá a minimizar los riesgos de una experiencia insatisfactoria. Entender esto es imprescindible para pasar al siguiente punto.

Hay determinados negocios que no han dado el salto por no valorar la importancia de este aspecto o minimizarla: craso error. Por otra

parte, y más importante de lo que puede parecer, también sucede que algunas PYMES desconocen qué herramientas han de utilizar en cuestiones como las métricas de clientes o para saber qué impacto tiene la publicidad que realizan. Hacer marketing es fundamental, pero igualmente importante es saber cómo hacerlo para no perder el tiempo y, en consecuencia, el dinero. Es aquí donde entran las herramientas digitales que, en una sociedad que ya lo es, resultan imprescindibles para cualquier negocio.

Por otra parte, no utilizar las herramientas digitales es problemático porque, sin pretenderlo, los negocios cierran puertas que son necesarias. Hoy en día, el cliente de un restaurante va con el objetivo de recibir un servicio integral y valora más cosas que una buena comida; un vino compatible, una decoración atractiva, un servicio profesional, una atmósfera íntima, tener o no una conexión wifi o, por ejemplo, la posibilidad de poder llevar la comida a casa. Cualquier factor que suponga una ventaja competitiva sobre otros negocios tiene que ser destacado porque es ahí donde se puede conseguir un nicho de mercado determinado.

Se trata, pues, no solo de estar en el mercado, sino de ofrecer algo diferente. Por mi propia experiencia personal, un negocio medianamente bien gestionado podrá destacar siempre en alguna cosa. Lo importante es detectarla y ponerla en valor. Recuerdo que un local de barrio destacaba por preparar unas lentejas muy buenas y la gente iba allí solo por eso; si hubiese tenido un *influencer* que extendiese la fama de esas lentejas, probablemente habría aumentado la clientela rápidamente.

Esta lista pretende hacer una selección de las herramientas digitales

imprescindibles para un negocio de hostelería. Somos conscientes de que dejaremos alguna por fuera, pero nuestro principal criterio es que este *ebook* te resulte útil y te ayude a ganar clientes. Por este motivo, enumeraremos 15 que consideramos que aportan cosas interesantes para cualquier profesional de la hostelería. También somos conscientes de las necesidades específicas por tamaño del negocio o por el momento en que este esté, de manera que también hemos introducido referencias a la gratuidad o no y al momento ideal para utilizarlas.





# 01

## GOOGLE ANALYTICS

Es cierto que las mejores herramientas digitales suelen ser de pago, pero esto no es óbice para que existan algunas posibilidades gratuitas interesantes para empezar a vender con posibilidades de éxito. Este es el caso de **Google Analytics** que te permite monitorizar las **estadísticas de tu página web**, a través de diversos baremos. Quizás una tienda online tradicional le saque más partido, pero hay una serie de variables que te interesa conocer y que ofrece esta herramienta. Por ejemplo, si tu restaurante está en Barcelona, no tiene demasiado sentido que tengas más visitantes que procedan de Madrid que del lugar donde está emplazado. Google Analytics puede ayudarte a detectar estas situaciones para buscar soluciones.

Desde la perspectiva de los negocios de hostelería, Google Analytics es especialmente interesante porque permite conocer la procedencia de las visitas, cuál es la palabra clave con la que han identificado tu local y, finalmente, qué contenidos de tu blog les interesan más.



## 02 GOOGLE TRENDS

Siguiendo la estela de la gratuidad, tenemos el caso de **Google Trends**, complementario con la anterior herramienta y a disposición de toda aquella persona con una cuenta en Google. La principal ventaja es que permite saber, introduciendo una palabra de referencia, cuál es el impacto de esta búsqueda en términos absolutos y desglosado por distintos países y regiones. Esto es especialmente interesante si tienes que **posicionar tu restaurante** porque, de esta forma, sabrás qué palabras o conceptos tienen más gancho en el país en el que operas. Por ejemplo, quizás te encuentras con que es más importante poner como referencia “sidrería” que “restaurante vasco”, dependiendo de cuál sea tu *target*.

Al ser de uso gratuito, esta aplicación está especialmente recomendada para pequeños negocios que están buscando la forma de posicionarse en el mercado y que no saben por dónde empezar.

The logo for Google Trends, featuring the word "Google" in its signature multi-colored font (blue, red, yellow, green, blue) followed by the word "Trends" in a dark grey, sans-serif font.

# 03

## BUFFER

Cuando estás en un restaurante, no necesitas perder el tiempo y, en consecuencia, una aplicación que te permita publicar simultáneamente en varias redes sociales es útil. Este es el caso de **Buffer**. Además, tienes la oportunidad de programar con antelación los contenidos y automatizarlos, lo que es ideal si, por ejemplo, tu equipo de marketing se plantea una programación semanal. Hay que decir que, más allá de que existan otras herramientas quizás más complejas, Buffer ha logrado posicionarse como una referencia en el sector y, de hecho, son muchos los locales que lo utilizan para **hacer más en menos tiempo**.

La suscripción de Buffer es de pago o gratuita dependiendo de los equipos que vayas a utilizar y los servicios que desees, previa contratación. En cualquier caso, los precios te van a compensar por el ahorro de tiempo que se genera.



## 04 HOOTSUITE

Probablemente, **Hootsuite** es la herramienta Premium de **planificación** para todos los propietarios de un restaurante porque engloba todos los perfiles de redes sociales, estudia estadísticas de visitas e impacto, permite publicar al mismo tiempo y, además, también facilita la presentación de campañas para atraer a un determinado público. Todas estas funciones te ayudan a llegar allí donde te lo propongas. La idea es que Hootsuite sea un **partner de referencia para la gerencia del restaurante**, pero también para los camareros si se da el caso.

En cierto modo, realiza una función similar a Buffer, pero más especializada y pensada para que puedan interactuar varios miembros del equipo del restaurante. Por este motivo, es una herramienta de pago, aunque con distintas tarifas según el grado de servicios y miembros del equipo que van a aportar, partiendo de los 19,99 \$.



# 05 KEYHOLE

**Keyhole** es una herramienta especialmente útil para ver cuál es la **incidencia que tienen las fotos de nuestro restaurante en determinadas redes sociales**, concretamente Twitter e Instagram. Esto sirve, a efectos prácticos, para localizar aquellas palabras clave asociadas a tu restaurante que están teniendo impacto en redes sociales y, por qué no decirlo, para aumentarlo si eso es necesario. Como en muchas otras vertientes, te interesa qué está sucediendo a tu alrededor y las fotos son un elemento gráfico poderosísimo que, bien gestionado, contribuirá a que aumente tu incidencia económica.

Esta herramienta digital tiene un coste alto, puesto que en ningún caso es menor a los 149\$ al mes, por lo que está especialmente indicada para aquellos restaurantes grandes o con una muy alta rotación que se pueden permitir esta inversión.



# 06 MENTION

Saber que están diciendo de tu restaurante en tiempo real es fundamental, porque así puedes contestar una mala crítica o agradecer una buena, incidiendo en la necesaria fidelización de los clientes y en su *engagement*. **Mention** es un servicio que te **permite recibir información al momento de las referencias que se hacen de tu local en la red**, así como seguir a la competencia u otras palabras clave que te interesen. No es verdad que sea bueno que hablen de ti aunque sea mal y, en consecuencia, si puedes minimizar el efecto de las críticas negativas, mejor que mejor.

Esta herramienta tiene un precio variable en función de las circunstancias, puesto que oscila entre los 29 \$ y los 99 \$. En cualquier caso, el servicio básico sí puede ser asumido por restaurantes de nivel medio.



# 07 KLEAR

La **búsqueda del influencer** se ha convertido en un imperativo para ganar popularidad cuando hacemos *branding*, también en los restaurantes. **Klear** es una herramienta que permite localizar los líderes de esta disciplina por áreas de interés o redes sociales, para así poder contactar con ellos y que puedan conocer mejor nuestros servicios. Este punto es fundamental para poder crecer en las redes sociales y aspirar a aumentar la clientela, puesto que la población sí está dispuesta a creer en el trabajo de estos profesionales independientes. Los *influencers* más visitados tienen la capacidad de extender una marca a lugares a los que difícilmente llegaríamos por nuestros propios medios, de ahí que contar con su concurso (positivo) sea tan importante para darnos a conocer y ampliar las posibilidades de venta.

Existe un plan gratuito de demostración que te puede servir para probar algunas de las ventajas de esta aplicación, pero si buscas algo más completo, tendrás que pagar una suscripción. Si le haces un buen uso, probablemente te compense, en especial en la fase de lanzamiento del restaurante y, una vez que esté consolidado, para no perder cuota de mercado.



# 08 AUDIENSE

Aunque el futuro pasa por la integración de distintas funciones, existen aplicaciones especializadas en una determinada red social que no podemos ni debemos obviar. Este es el caso de **Audiense**, que te permite **segmentar tu audiencia** en Twitter, lo que es especialmente importante cuando estamos trabajando en un restaurante, que es un emplazamiento físico en una determinada población. De esta forma, nos centraremos en lo que nos interesa y no perderemos el tiempo, tanto por ubicación geográfica como por el *target* al que te dirijas. Si tienes un local en Zaragoza de comida rápida, probablemente tu público no sea una persona que viva en Bilbao con más de 65 años.

Es una herramienta de pago, aunque incluye un periodo gratuito de prueba de 15 días y está especialmente indicado para aquellos locales con una cierta rotación. Una vez que has conseguido tráfico, lo realmente importante es la *conversion rate*, es decir, que se traduzca en clientes y en dinero contante y sonante.

The Audiense logo is displayed in a white rounded rectangle. The word "audiense:" is written in a bold, lowercase, sans-serif font. A horizontal line with a dot at its right end is positioned under the "e" in "audiense".

audiense:

# 09 TRIPADVISOR

Si no hablásemos de [Tripadvisor](#), no entenderíamos cuál ha sido el alcance real de la red en la búsqueda y crítica de restaurantes. El uso de internet para que los usuarios puedan evaluar los locales y dar una opinión con más detalles ha convertido a este portal en la principal **referencia a la que van los usuarios españoles cuando quieren conocer algún lugar donde comer** o tomar unas copas. Por este motivo, tener una buena reputación en este portal es imprescindible para vender bien, tanto si tienes un restaurante de menú como si optas por una experiencia gastronómica innovadora. Cada año emite un certificado de excelencia para aquellos locales que han recibido las mejores críticas en su localidad, que es habitual que puedas ver en las puertas de entrada porque estos lo han identificado como sinónimo de calidad.

Tripadvisor es de uso gratuito, pero, eso sí, no puedes controlar todo lo que se dice, aunque sí responder las opiniones, tanto positivas o negativas, y así mejorar la imagen de tu restaurante. De hecho, es habitual que muchos jefes de relaciones públicas lo hagan. Sí hay, en cambio, servicios especializados para que, como propietario, puedas ampliar la información de tu restaurante y saber qué tipo de audiencia te visita y comenta.



# 10 JUST EAT

Aún existen personas que hacen una asociación errónea entre comida a domicilio y comida rápida. No toda la comida a domicilio tiene por qué ser *fast food* y, de hecho, puedes disfrutar de un plato bien elaborado en tu casa, como podremos ver. **Just Eat** es una aplicación que tiene como objetivo **poner en contacto a interesados en cualquier tipo de comida a domicilio y a los restaurantes que la comercializan**. Gracias al elevado tráfico que posee, tiene la capacidad de generar volumen de negocio y, en consecuencia, estar ahí resulta igualmente interesante para ambas partes. Primero, para los comensales, porque consiguen precios más competitivos y promociones especiales, y después para los restauradores, que tienen la opción de llegar a un número de clientes mayor del que tienen gracias

El registro en la plataforma para los restaurantes es de pago, aunque se garantiza la amortización de la inversión total en menos de 10 pedidos y se genera valor. Si eres un local de comida rápida o quieres apostar decididamente por este segmento como posibilidad de negocio complementarias, te interesará darte de alta.

The logo for Just Eat, featuring the words "JUST EAT" in a bold, red, italicized sans-serif font. The text is set against a white rectangular background that has a slight drop shadow, making it stand out from the dark blue background of the page.

## 11

## VIVINO

Aunque somos conscientes de que la veteranía es un grado y que, por lo tanto, nadie mejor que un sumiller para recomendar un vino, hay miles de locales que no se pueden permitir eso. Sin embargo, aplicaciones como Vivino facilitan el trabajo, tanto a camareros como a propietarios y clientes. **Vivino** permite **escanear una etiqueta o una carta de vinos, extrayendo las principales ventajas y maridajes** que tiene cada referencia en comparación a las demás. Su uso es muy efectivo, sobre todo si tu restaurante tiene una carta extensa y, aunque circunscrito a esta área, no está exento de interés para todas las partes implicadas.

El uso de esta aplicación es gratuito, de manera que podrás añadir valor a tu servicio, rapidez y, sobre todo, información para que tus clientes sepan qué están eligiendo en caso de duda. Especialmente recomendable para restaurantes de gama media donde es el cliente el que desea adaptarse.



# 12

## GOOGLE ADWORDS

La posición de dominio de Google le permite realizar un tratamiento de datos con mucho volumen y, en consecuencia, incluir herramientas publicitarias para promocionar negocios. **Google Adwords** sea probablemente una de las herramientas digitales más antiguas, pero dependiendo del sector y del posicionamiento de la palabra clave, sigue siendo útil porque visibiliza tu negocio por encima de la competencia. Saldrás como **primer resultado en la sección de contenido patrocinado**, antes que los demás, y de esta forma tendrás muchas más posibilidades de que contacten contigo, ya sea directamente llamando o mediante una visita a tu página web que genere tráfico y aumente las probabilidades de que se conviertan en visitas.

Los precios de Google Adwords son variables, en función del dinero que te quieras gastar y de las funciones de marketing que tengas intención de introducir. En cualquier caso, esta aplicación veterana, ya existente desde 2000, solo cobra si hay volumen de visitas, así que te servirá para generar tráfico, tan necesario en muchas ocasiones en restaurantes nuevos.





SOCIAL MARKETING  
INTELLIGENCE

# 13

## SOCIALWIBOX

SocialwiBox es la herramienta de social marketing intelligence que ayuda a ganar y fidelizar clientes en a muchos restaurantes, bares y hoteles de España y Taiwan. Esto lo consigue gracias a la evolución de un software propio que parte de la base del Wifi Social y que combina la potencia propia del Wifi con el Big Data y Redes Sociales.

SocialwiBox ofrece un servicio único en el mercado: el Módulo de Anuncios en Redes Sociales, que permite hacer campañas hipersegmentadas en las redes sociales, mejorando notablemente la eficacia de las mismas. Pero la funcionalidad preferida por muchos restauradores es la integración con Tripadvisor Review Express que permite mejorar el volumen de valoraciones en restaurantes, hoteles y bares que junto con el Asistente Personal de Marketing lo que convierten a SocialwiBox en la herramienta la más completa e innovadora del mercado.

Imprescindible para cualquier restaurador que quiera aumentar y fidelizar a sus clientes de forma automatizada.



SOCIAL MARKETING  
INTELLIGENCE

# 14 FOODYT

La mayoría de los restaurantes siguen funcionando con una carta convencional de papel o cartón, la cual en ocasiones puede resultar un tanto arcaica y, sobre todo, poco práctica. Por cuestiones de espacio, hay cartas que no pueden incluir toda la información sobre alérgenos y, en consecuencia, se quedan cortas. **Foodyt** es un **portal que permite al cliente consultar previamente sobre el tipo de plato que va a comer, ver sus fotos, precios, aspecto exterior y otras informaciones** de interés. Desde la perspectiva del restaurante, resulta útil porque sabrás el interés que genera tu carta mediante el análisis de las visitas generadas y, además, podrás incluir el código **QR** para que las personas lo descarguen.

Otra ventaja añadida es que la inscripción en este portal es gratuita, de manera que es una opción interesante que pueden considerar aquellos negocios pequeños o que estén empezando. Realmente, es una herramienta que no te hace perder nada y sí te puede dar a ganar.



# 15

## BRANDWATCH

**Brandwatch** es una empresa especializada en Big Data porque, realmente, si tienes un negocio no estás para perder el tiempo y te interesa especialmente **distinguir lo importante de aquello que, aunque tenga incidencia, no lo es**. Manejar una gran cantidad de datos no es sinónimo de una buena gestión, y la compañía se propone conseguirlo. Esta herramienta lo que hace es analizar conversaciones de usuarios de redes sociales en las que se hable de tu restaurante, tanto para bien como para mal, y así podrás acceder a información rápidamente para tomar decisiones maduras y con fundamento. Podrás, por ejemplo, responder a una crítica negativa de forma profesional, etiquetar recomendaciones y, en definitiva, contar con una información que, en la sociedad de hoy, es poder.

Esta empresa ofrece un servicio de pago y, en consecuencia, tendrás que valorar las distintas posibilidades de precios que se ofrecen dependiendo de lo que busques. En cualquier caso, es una herramienta interesante para aquellos negocios que ya cuentan con un cierto volumen y necesitan aumentarlo.





**SOCIAL MARKETING  
INTELLIGENCE**