

# Ræk ud efter Stjernerne

A photograph of two women in a restaurant setting. The woman on the left has blonde hair and is wearing a dark, long-sleeved blouse with a gold clutch bag. The woman on the right has dark hair and is wearing a light-colored blouse with a tan clutch bag. She is holding a smartphone up to take a selfie. In the foreground, there is a vase of pink and purple flowers and a small decorative object on a table. The background shows a modern restaurant interior with a sink and a mirror.

Sådan gør du  
din restaurant  
mere Insta-venlig  
– og giver din  
forretning et boost

**TORK**

Think ahead.



**Vigtigheden af den samlede gæsteoplevelse kan ikke understreges nok. En Tork undersøgelse viser, at gæsterne bemærker helt op til 7.000 detaljer i alle områder af restauranten under deres besøg – Det kan du udnytte til din fordel.**

Se mere på side 9







# Skab en oplevelse der rækker ud over tallerkenen

I en verden hvor man kan få fantastisk mad leveret til døren når som helst, er den fysiske restaurant nødt til at tænke ud over tallerkenen og skabe unikke oplevelser, som tiltrækker gæster. Når konkurrencen er hård, vil madens kvalitet altid være i centrum, men andre faktorer som indretning og stemning – selv små detaljer som valg af servietter og sukkerpakker – bliver vigtige for den samlede gæsteoplevelse. Vi har lært ikke at dømme en bog på dens omslag, men førstehåndsindtryk kan hænge ved. For restauranter betyder det, at omgivelserne i spiseområdet, på toiletterne, ja endda i køkkenet, påvirker alt fra gæsteoplevelsen til omtalen på sociale medier og i sidste ende din restaurants succes.

Denne rapport bygger på en indsigt om, at den øgede deling af oplevelser på sociale medier

har direkte effekt på din forretning, og at du kan udnytte dette til din fordel. Intet undslipper gæsternes blikke, og hver eneste detalje kan øjeblikkeligt blive delt på sociale medier. Derfor er det afgørende, at dine nuværende og potentielle gæster kan lide det, de ser, både i selve restauranten og i andre områder – også på toiletterne. En god måde at sikre dette er at skabe en mere iøjnefaldende indretning, som kan løfte gæsteoplevelsen og gøre den spændende og delbar. Tork er en ekspert med mange års erfaring inden for restaurantsegmentet. Med denne rapport håber vi at kunne guide og inspirere dig gennem et konstant skiftende marked og hjælpe dig med at forvandle udfordringer til muligheder, ruste dig mod konkurrenterne og give din forretning et boost mod stjernerne.



# Sociale medier: Vores tids vigtigste marketingredskab

Det er ingen nyhed, at sociale medier er i vækst, både i forhold til hvor meget tid vi bruger på dem og deres betydning for markedet. Og hvor folk er, følger markedet efter. Derfor er online anmeldelser blevet så vigtige for business.

Ifølge en international undersøgelse gennemført af TripAdvisor, er 87-94 procent af alle restaurantgæster påvirket af online anmeldelser, når de skal beslutte sig for, hvor de vil ud og spise. TripAdvisor og Yelp er nogle af de vigtigste platforme, hvor kunderne deler både positive og negative oplevelser, og gæster verden over bruger dem som guides, når de skal beslutte sig for hvor de vil spise<sup>1</sup> – udelukkende ud fra andres meninger.

Det er tydeligt for alle, at mund til mund reklame officielt er flyttet online, hvor også Instagram er en nøglespiller. Denne foto-drevne platform giver kunderne mulighed for at dele deres feedback ved at poste egne billeder, ligesom de kan kommentere på andres. Og det bliver mere og mere populært. I 2018, steg antallet af restauranter, der bruger Instagram til markedsføringen eksplosivt fra 24 til 78 procent.<sup>2</sup> Derfor er butikker, restauranter, museer og







hoteller i hele verden nu begyndt at tilpasse deres indretning med tanke på sociale medier. Blomstervægge, spejle fra kendte brands og neonskilte er blot nogle få eksempler på, hvordan man opmuntrer til selfies og online delinger.<sup>3</sup>

Det større fokus på æstetik i kombination med den hårde konkurrence i restaurationsbranchen gør evnen til at tiltrække nye kunder til en knald-eller-fald faktor. Som den dominerende kommunikationskanal og vores tids vigtigste markedsføringsplatform, bør de sociale medier anerkendes for deres store betydning for business. Et godt råd er at holde sig opdateret med de seneste social media trends, så du ved, hvordan du bedst kan engagere dine gæster og opmuntre dem til at dele deres bedste stunder i din restaurant og dermed bidrage til at udvide din gennemslagskraft online.

Få op til

**9%**

**boost af indtjeningen med en halv stjerne mere på Yelp<sup>4</sup>**

Op til

**94%**

**af restaurantgæsterne er påvirkede af online anmeldelser, når de skal beslutte sig<sup>5</sup>**



“Alle mine venner tjekker restaurantens Instagram for at se, hvad vi vil have, når vi går ud og spiser.”

fortæller 23-årige Georgie fra London til The Independent<sup>1</sup>



## Sociale mediers betydning

91%



af alle restauranter i USA bruger Facebook og 78% bruger Instagram<sup>2</sup>

30%



af alle millennials i UK undgår en restaurant hvis den har en svag Instagram-profil<sup>1</sup>

45%



af alle gæster i USA har prøvet en restaurant på baggrund af stedets posts på social medier<sup>21</sup>

Andelen af restaurantgæster der er påvirkede af online anmeldelser, når de skal beslutte sig for, hvor de vil spise<sup>5</sup>



90%  
Frankrig



91%  
Spanien



93%  
Italien



# Er din restaurant Insta-venlig nok?

Indtil for nylig postede restaurantgæster mest fotos af mad, og det hotteste på Instagram var dekadente milkshakes, regnbue-lattes, kager og toast med avocado i kunstfærdige udskæringer. Nu er fokus flyttet mere over på iøjnefaldende ting uden for tallerkenen. Derfor er restauranterne nu begyndt at gøre deres indretning så Insta-venlig som muligt. Det kan være alt fra borde, der indrammer maden, lysætning der får både

maden og gæsterne til at tage sig bedre ud og unikke gulve til smarte take-away emballager og servietter, der matcher brandets personlighed. Sådanne tiltag viser resultater gennem stedspecifikke tags og gennem trendbølgen af hashtags. **#ihavethisthingwithfloors** og **#accidentallywesanderson** er to eksempler, der viser, hvordan indretningen kan drive trafik til din restaurant.





## Køkkener og toiletter træder ind i rampelyset

I takt med at restaurantgæster søger de mest unikke og intime oplevelser, arbejder restauranterne hårdt for at imødekomme gæsternes krav. En af de største trends gennem de sidste par år er åbne køkkener og "kokkeborde". Med muligheden for at få et kig om bag scenen og opleve køkkenet med alle sanser bliver gæsteoplevelsen løftet til et helt nyt niveau. Når man har gæsterne siddende på første række, betyder det også, at perfekt hygiejne bliver mere afgørende end nogensinde

før. Gæsterne vil med stor sandsynlighed tage billeder og video af køkkenheltene in action, og det er din opgave at sikre, at de billeder sælger fremfor at skræmme folk væk. Helt op til 75 procent af kunderne vil ikke besøge eller købe mad fra en restaurant med negative anmeldelser om hygiejnen<sup>7</sup>, hvilket gør fokus på personalets fremtræden og hygiejnestandarder til et absolut must.

Og det er ikke bare køkkenet, men også toiletterne, som er kommet i kundernes rampelys, og den mulighed som hermed er

# 75%

af kunderne vil ikke besøge eller købe mad fra en restaurant med negative anmeldelser om hygiejnen<sup>7</sup>





opstået for at løfte den samlede restaurantoplevelse har gjort toiletterne til et vigtigt branding-redskab. I takt med at folk lægger mere vægt på den generelle stemning, er det vigtigt, at de nyder at være i rummet, uanset hvor de befinder sig i restauranten, og toiletterne er ingen undtagelse. Selfies på toiletterne er blevet så udbredt, at magasinet *Restaurant Hospitality* nu giver råd om, hvordan restauranter kan gøre deres toiletter mere Insta-agtige med idéer som grafiske tapeter til hashtags på spejlene og discokugler<sup>3</sup>, og top-ti lister med verdens mest "Instagrammerede"

restauranttoiletter er allerede dukket op på Internettet.<sup>6</sup>

For enhver restaurantejer bør det naturligvis være en top prioritet at sikre, at gæsterne bliver budt velkommen i ordnede omgivelser med gode affaldsløsninger. Gulve og affaldsspande må ikke flyde over med brugte eller ubrugte papirhåndklæder – hverken i køkkenet eller på toiletterne. Sørg for at disse områder efterlader gæsterne med det indtryk, du ønsker, de skal have – og dele!

## Et teknologisk eksperiment afslører hemmeligheden bag bedre restaurant anmeldelser

En undersøgelse iværksat af Tork har givet en dybere forståelse af, hvor vigtige alle mulige små detaljer kan være for gæsteoplevelsen. Undersøgelsen omfattede 3.000 restaurantgæster og bestod bl.a. af et unikt eye-tracking eksperiment, som afslørede, hvordan en restaurant opleves gennem gæstens øjne.<sup>9</sup>



**Gæsterne lægger mærke til 7.000 detaljer i hele restauranten i løbet af deres besøg**

**Over 50 procent af deltagerne i undersøgelsen delte fotos fra restauranten på sociale medier af alt fra mad til bordpynt**

**Ni ud af ti mener, at det er vigtigt, at toiletterne holder mindst samme standard som spiseområdet**





## Effekten af individuelt design

75% af servietbrugerne bemærker  
printet og

# 70%

vil huske budskabet

**Sjove og engagerende servietprints** øger sandsynligheden for at blive delt på sociale medier og er et effektivt markedsføringsredskab, som giver dig mulighed for at sprede de rette budskaber i overensstemmelse med dit brands fortælling. Hvis en sætning eller en tagline ikke lige passer til stilen, så brug i stedet en signaturfarve til at gøre oplevelsen sjovere og mere delbar<sup>10</sup>



# Det kan du gøre – nogle inspirerende eksempler

Vi har samlet nogle inspirerende eksempler på, hvordan caféer, barer og restauranter verden over har gjort deres steder mere Insta-venlige og på den måde har ladet deres kunder fortælle historien om deres restaurant og således bidrage til branding.

## Løjnefaldende og engagerende omgivelser

På graffitimuren udenfor **The Riddler** baren i San Francisco optræder en stor champagneflaske. Det er en smart, strategisk ramme, som begejstrer og engagerer gæsterne, og som får dem til både at tage fotos og beslutte sig for at gå ind på restauranten.

Restauranten **Cosmic Diner** på Bali i Indonesien har interiør i New York 1960'ers stil. Restauranten har buse med skinnende, røde sæder og udklip fra retro-tegneserier. Og så bliver deres milkshakes serveret i glas formet som cowboystøvler.<sup>11</sup> Nogle gange har enkelhed lige så stor gennemslagskraft.

**Zenith** i Portugal serverer cocktails og brunch og lader maden tale for sig selv på en baggrund af minimalistiske, Insta-venlige murstensvægge.<sup>11</sup>

## Sukkeremballage, der får smilene – og kameraet frem

Uanset om gæsterne sætter sig og slapper af i din restaurant, eller de bare bestiller en to-go kaffe, er der her en mulighed for at få dem til at bemærke en detalje. Måske kunne du tilføje en lille ting til deres bestilling, som får smilet frem.

For eksempel har New Yorks hotspot **Jack's Wife Freda** designet sukkeremballage med sætninger som "I Love You A Latte" og "Sugar For My Honey," som kunderne ofte har postet

på Instagram, siden restaurant åbnede i 2012.<sup>12</sup> Detaljerne kan også være del af et mere ambitiøst tema, gennem farver, lysætning og musik.

## Alting i signaturfarve

**MaMa Kelly** i Amsterdam har sat sig på farven pink og bruger den overalt i restauranten, fra vægge og stole til – naturligvis! – servietterne.<sup>13</sup>

## Farver gør en stor forskel

Vidste du, at farver har en vigtig indflydelse, ikke bare på hvordan gæsterne opfatter restauranten, men også på deres oplevelse af madens smag? Når du anretter maden med de rigtige farver, får den ekstra spil og liv, og gæsterne får en endnu bedre oplevelse.<sup>14</sup>





I London bruger fast-casual kæden **Pret A Manger** også farver som et effektivt blikfang, især til deres vegetariske sub-brand **Veggie Pret**, hvor den grønne signaturfarve er gennemgående i alle deres restauranter.<sup>15</sup>

En anden farve-koordineret café er **Matcha Mama** i Tulum, Mexico. Mikset af rustikke materialer og finurlige, turkise skilte, gør stedet værdigt til nomineringen som “den mest Insta-venlige, lille café nogensinde”<sup>11</sup> Cases som disse viser, at djæveln helt bestemt ligger i detaljen.

### **Pakker, neonskilte og selfie-kompatible toiletter**

Burger-restaurant **Shake Shack** åbnede i 2004 i New York og er siden vokset til en global kæde. Deres succes skyldes for en stor del deres brand-identitet, og som en fast-casual kæde, spiller emballagerne en helt central rolle. Looket er inspireret af 1950’ernes fastfood restauranter med neonskilte og symboler. Da man begyndte at udvide til andre lande, var en af de højeste prioriteter at sikre, at denne brand-identitet fulgte med, og at gæsterne overalt i verden kunne identificere de ikoniske poser, æsker og uniformer, uanset hvor de befandt sig.<sup>16</sup> De

nemt genkendelige designs er fortsat et vigtigt markedsføringsredskab, som tager sig godt ud i posts på sociale medier, hvor de vækker opmærksomhed både blandt eksisterende og nye kunder.

**Media Noche**, en Havana-inspireret restaurant i San Francisco, er berømt for deres farverige gulve og toiletter med banan-tapeter – og det har virkelig givet pote. Ejerne vurderer, at halvdelen af alle deres kvindelige gæster poster deres besøg på Instagram. Og selv om det har krævet en investering, så har marketingeffekten utvivlsomt haft en betydelig indvirkning på besøgstallet.<sup>17</sup>

### **Et rent køkken og et velsoigneret personale**

På Hong Kong restauranten **VEA**, hvor op til 80 procent af gæsterne sidder langs med disken, er køkkenet designet med det særlige formål at optimere gæsteoplevelsen. Her er elegante marmoroverflader og en indretning, der giver et blik ind til de kulinariske forberedelser. Ved begyndelsen af hver arbejdsdag bliver hele personalet linet op og får tjekket, at deres fingernegle er rene, tænderne børstet, håret redt stramt tilbage og uniformerne er strøget.<sup>11</sup>





# 62%

af restaurantgæsterne vil med større sandsynlighed komme igen hvis de har haft en personlig oplevelse<sup>18</sup>





# Fem nemme tips

## Sådan kan du inspirere gæsterne til at dele deres oplevelse

Ved at ændre på nogle enkle detaljer kan du sikre en bedre gæsteoplevelse. Smarte og Insta-venlige designløsninger kan få din restaurant til at skille sig ud og opmuntre gæsterne til at sprede det gode budskab – sig appelsiin!



### Gør det åbent

Dine gæster vil scanne hvert eneste hjørne af restauranten efter en mulighed for at tage billeder til Instagramprofilen – så hvorfor ikke invitere dem til at gøre det?. Hop med på åbent køkken trenden, men sørg for at dispenserne er ens i hele køkkenet, for dine gæster vil helt sikkert lægge mærke til det, og det vil Instagram også.

**Tork anbefaler:** Tork® Aftøringspapir til køkkener og små dispenserbeslag



### Gør det uforglemmeligt

Dine gæster lægger mærke til små detaljer som sukkerbreve og take-away æsker, så grib denne mulighed for at gøre et uforglemmeligt indtryk ved at få trykt dine slogans eller taglines, som får oplevelsen til at brænde sig fast hos dine gæster.

**Tork anbefaler:** Tork servietter med individuelt tryk og Tork Xpressnap® AD-a-Glance®



### Gør det lækkert

Brug en leverandør der kan supportere designet i din restaurant. Det sikrer, at du kan skabe den visuelle oplevelse, du ønsker dine gæster skal have. Samtidig er et strategisk leverandørpartnerskab en fantastisk måde at spare tid og penge, samtidig med at du får gode råd tilpasset netop din forretning.

**Tork anbefaler:** Tork Image Design™ dispensere





### **Gør det smukt**

Udsmykning fortjener opmærksomhed. Servietter, sugerør og salt- og sukkeremballager påvirker gæsternes oplevelse af maden og omgivelserne. Giv ekstra opmærksomhed til farver, servietfoldninger og borddækningen. Mulighederne er uendelige – vælg dine egne!

**Tork anbefaler:** Tork LinStyle® Servietter og tilbehør til bordet



### **Gør det kendt**

Sørg for at hele restaurantens indretning er Insta-venlig med æstetiske detaljer og personlige budskaber, der giver kunderne lyst til at dele dem med andre – og sprede ordet.

**Tork anbefaler:** AD-a-Glance® DIY Social Media Tool





Think ahead.

---

## Kilder

1. The Independent, 2017
  2. Toast, Restaurant Success Report, 2019
  3. Restaurant Hospitality, 2019
  4. Harvard Business School, 2016
  5. TripAdvisor, "Influences on Diner Decision-Making" survey, 2018
  6. Adweek, 2018
  7. Cintas Corporation, Harris Poll, 2015
  8. The Daily Mail, 2019
  9. Tork, "Eye-tracking experiment reveals diner expectations", 2016
  10. Tork, 2019
  11. Big 7 Travel, 2019
  12. CNN, 2018
  13. Antravelfoodie.com, "15 Most Instagrammable restaurants of Amsterdam", 2018
  14. Tork, "Whats your color?", 2016
  15. Pret A Manger, 2016
  16. Fast Company, 2015
  17. Bon appétit, 2017
  18. Michelin Guide Magazine, 2018
- 

[www.tork.dk](http://www.tork.dk)