

# Alcanza las estrellas

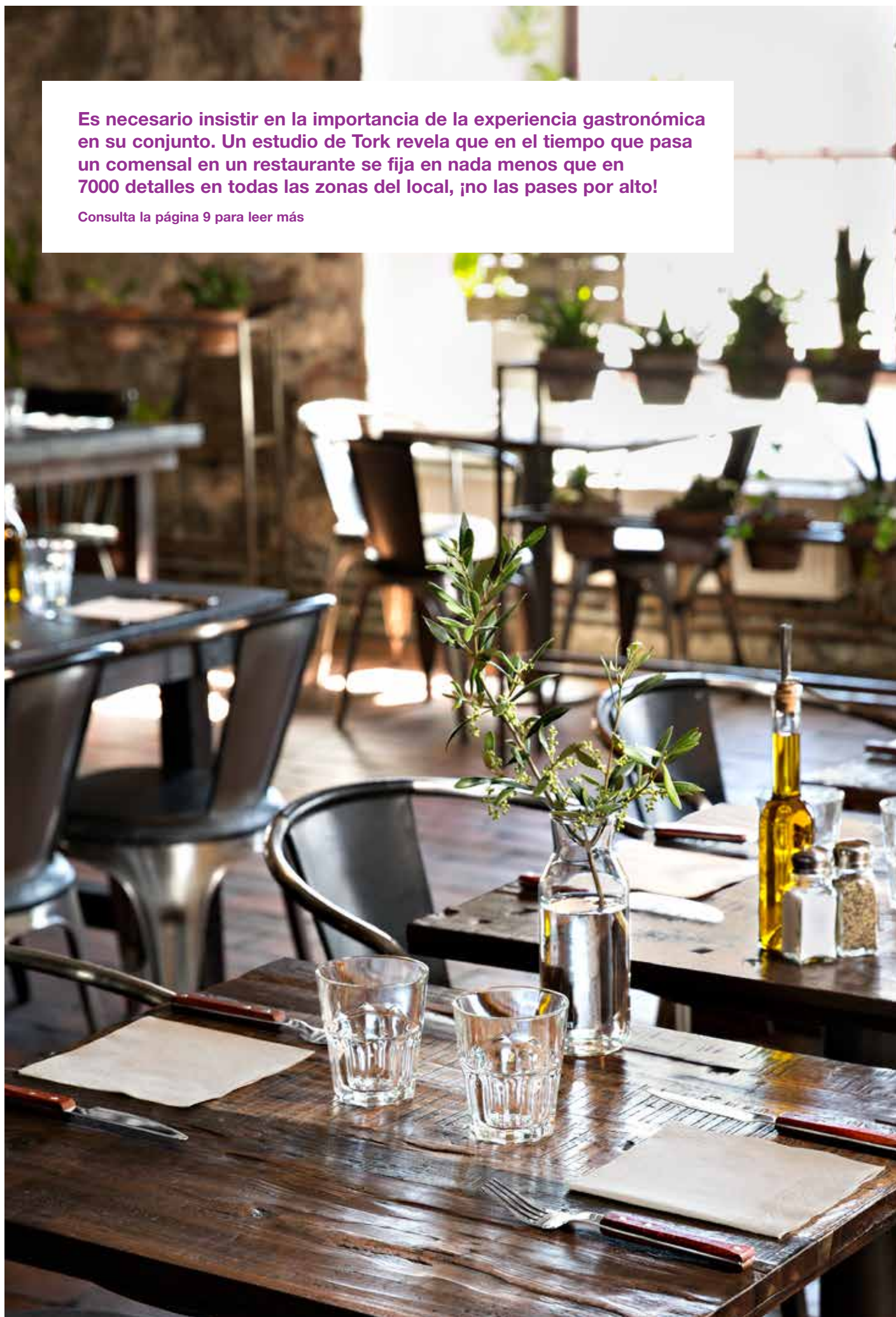
Cómo preparar  
tu restaurante  
para la foto  
e impulsar  
tu negocio

**TORK**

Think ahead.

**Es necesario insistir en la importancia de la experiencia gastronómica en su conjunto. Un estudio de Tork revela que en el tiempo que pasa un comensal en un restaurante se fija en nada menos que en 7000 detalles en todas las zonas del local, ¡no las pases por alto!**

Consulta la página 9 para leer más





# Crear una experiencia que va más allá del plato

En un mundo en el que la gente puede disfrutar siempre que quiera de deliciosa comida desde la comodidad de su hogar, los restaurantes físicos deben ir más allá de la oferta gastronómica y crear experiencias únicas que atraigan a los clientes. Cuando hay mucha competencia, la calidad de la comida siempre resulta clave, pero otros factores como el ambiente y el diseño interior, incluso la elección de las servilletas y los sobres de azúcar, pueden ser también importantes para la experiencia global del cliente. Siempre nos recomiendan no dejarnos guiar por las apariencias, pero las primeras impresiones pueden perdurar. En el caso de los restaurantes, significa que el ambiente del comedor, los aseos e incluso el de la cocina afectará a todo, desde la experiencia, la repercusión en los medios sociales y, en última instancia, el éxito de tu restaurante.

Este informe destaca el hecho de que compartir los momentos en los medios sociales influye

enormemente en tu negocio y que puedes sacar partido de ello. Hoy en día, los clientes están al tanto de todo y cada detalle se comparte al instante en los medios sociales. Por tanto, es crucial que a tus clientes actuales y potenciales les agrade lo que ven en el comedor, así como en otras partes del restaurante, incluido el aseo. Una excelente forma de conseguirlo es crear un entorno más llamativo que incite al usuario a compartir esta experiencia. Tork es un experto con una larga trayectoria en el segmento de la restauración. Nuestra intención, a través de este informe, es inspirarte y guiarte por las necesidades cambiantes del mercado, ayudándote a convertir las dificultades en oportunidades, equipararte a la competencia e impulsar tu negocio hacia las estrellas.

# Medios sociales: la principal herramienta publicitaria de nuestro tiempo

No es ninguna novedad que los medios sociales están en auge, tanto por el tiempo que les dedicamos como por la función que desempeñan en el mercado. Si la gente le dedica tiempo, las empresas también, por eso, las reseñas digitales son cada vez más importantes para el negocio.

Según una encuesta internacional llevada a cabo por TripAdvisor, los comentarios en línea influyen en el 87-94 % de los comensales a la hora de elegir dónde comer. TripAdvisor y Yelp son dos de las plataformas más importantes en las que los clientes comparten experiencias positivas y negativas, que sirven de guía para comensales de todo el mundo cuando eligen

restaurante<sup>1</sup>, basándose totalmente en las opiniones de otras personas.

Huelga decir que el boca a boca se ha trasladado oficialmente a Internet, y otro protagonista clave es Instagram. Esta plataforma cada vez más popular, y cuya esencia son las fotos, permite a los clientes compartir su opinión al publicar sus propias





instantáneas, así como hacer comentarios de las de otras personas. En 2018, el número de restaurantes que utilizaron Instagram para promocionarse se disparó del 24 al 78 %.<sup>2</sup> En consecuencia, tiendas, restaurantes, museos y hoteles de todo el mundo han empezado a adaptar su diseño interior teniendo en cuenta los medios sociales. Las formas de alentar a los clientes a que hagan fotos y las compartan en los medios sociales son variopintas, como, por ejemplo, paredes adornadas con flores, espejos de marca y letreros luminosos.<sup>3</sup>

El cambio de enfoque hacia la estética, junto con una mayor competencia en el sector de la restauración, hace que la capacidad de atraer a nuevos clientes sea un factor decisivo. Hay que reconocer la fuerza publicitaria de los medios sociales: el canal de comunicación dominante y la principal plataforma de marketing de nuestro tiempo. Una buena técnica es estar siempre al tanto de las últimas tendencias en los medios sociales para saber cómo captar mejor a tus clientes y animarles a compartir su experiencia en tu restaurante para así llegar a más gente en la web.

Incrementa hasta un

**9 %**

**tus ingresos con media estrella más en Yelp<sup>4</sup>**

Hasta un

**94 %**

**de los comensales tiene en cuenta los comentarios en línea a la hora de tomar una decisión<sup>5</sup>**

“Cuando salimos a comer fuera, todos mis amigos miran la página de Instagram del restaurante para ver lo que queremos”.

Comentó a The Independent Georgie, un londinense de 23 años<sup>1</sup>



## El poder de los medios sociales

El **91 %**



de los restaurantes de EE. UU. utilizan Facebook y el 78 % usan Instagram<sup>2</sup>

El **30 %**



de los mileniales británicos evitaría ir a un restaurante si tiene poca presencia en Instagram<sup>1</sup>

El **45 %**



de los comensales estadounidenses han probado un restaurante por la publicación en una red social de dicho establecimiento<sup>21</sup>

Porcentaje de comensales que tienen en cuenta los comentarios en línea a la hora de decidir dónde comer<sup>5</sup>



90 %  
Francés



91 %  
Español



93 %  
Italiano

# ¿Tu restaurante está a la altura de Instagram?

Hasta hace poco, los clientes de restaurantes solían publicar fotos de platos, y en Instagram abundaban instantáneas de batidos decadentes, arcoíris en tazas de café, pasteles y tostadas de aguacate cortado de forma artística. Pero ahora se presta más atención a capturar aspectos que van más allá de los platos. Este es el motivo por el que los propietarios de restaurantes se esfuerzan por mejorar el diseño interior para hacerlo lo más “instagrameable” posible. Hay diversidad de propuestas, que van desde mesas que sirven de

marco para los platos, iluminación que favorece tanto a la comida como a los comensales, suelos personalizados, hasta una forma llamativa de empaquetar la comida para llevar y servilletas que destacan la personalidad de la marca. Estas iniciativas dan como resultado etiquetas específicas de la ubicación y también el volumen de hashtags. **#ihavethisthingwithfloors** y **#accidentallywesanderson** son dos ejemplos de cómo el propio entorno puede servir para atraer nueva clientela a tu restaurante.



## La cocina y los aseos acaparan la atención

La búsqueda de experiencias únicas y personales de los usuarios hace que los restaurantes se esfuercen por cumplir las exigencias de sus clientes. Una de las tendencias más destacables de los últimos años es el auge de cocinas abiertas y “mesas del chef”. Ofrecer a los comensales la oportunidad de meterse “entre bastidores” y experimentar la cocina a través de todos los sentidos cambia la experiencia gastronómica por completo. No obstante, poner a los comensales en primera fila hace que la excelencia en higiene sea

imprescindible. Es muy probable que los clientes hagan fotos y vídeos para mostrar el talento de estos héroes de la cocina, y es tu responsabilidad garantizar que el contenido atraiga las ventas y no espante a la clientela. Nada menos que un 75 % de los clientes no iría ni frecuentaría un restaurante con comentarios negativos sobre su limpieza<sup>7</sup>, por lo que es fundamental tener en cuenta el aspecto del personal y un alto nivel de higiene.

Aparte de la cocina, los aseos han adquirido protagonismo para los clientes, y se han convertido en una herramienta de marketing cada vez más





común para resaltar la experiencia gastronómica en su conjunto. Las personas valoran cada vez más el ambiente general, por eso es importante que los clientes disfruten de cualquier espacio del restaurante, y el aseo no es una excepción. Hacerse fotos en el baño se ha puesto tan de moda que la revista *Restaurant Hospitality* muestra a los restaurantes cómo hacer que sus aseos triunfen en Instagram, por ejemplo, colocando papel pintado gráfico, estarciendo etiquetas en el espejo o colgando bolas de discoteca<sup>3</sup>. Además, en Internet están apareciendo listas de los aseos de

restaurantes más fotografiados en Instagram a nivel mundial.<sup>6</sup>

Se puede afirmar que los propietarios de restaurantes deben dar máxima prioridad al orden y la limpieza, y recibir a sus clientes en un entorno ordenado, con soluciones de gestión de residuos adecuadas que eviten que las toallas de papel estén tiradas por el suelo o rebosen las papeleras de la cocina y los aseos. Asegúrate de que estas zonas causen a tus clientes la impresión que quieres que tengan ¡y compartan!

## Un experimento tecnológico revela los secretos para que un restaurante obtenga mejores reseñas

Un estudio de Tork nos ayuda a comprender la importancia de cada detalle en la experiencia del cliente. La iniciativa incluía una encuesta realizada a 3000 clientes de restaurantes y un exclusivo experimento de seguimiento ocular diseñado para averiguar cómo se percibe un restaurante a través de los ojos de un comensal.<sup>9</sup>



**Durante su visita, un comensal se fija en 7000 detalles de todas las zonas de un restaurante**

**Más del 50 % de las personas encuestadas han compartido fotos de un restaurante en los medios sociales, desde los platos hasta la decoración de la mesa**

**Nueve de cada diez manifiesta que es importante que los aseos mantengan, como mínimo, el mismo nivel que el comedor**



## El poder de la personalización

El 75 % de los usuarios de servilletas se fijará en la impresión, y el

# 70 %

se acordará del mensaje

**Los diseños de servilletas divertidos** aumentan la probabilidad de que se compartan en medios sociales y suponen una eficaz herramienta publicitaria que te permitirá transmitir el mensaje adecuado y en sintonía con la historia de la marca. Si una frase o eslogan no es lo tuyo, ¿por qué no pruebas con el color característico de tu restaurante para que la experiencia sea más divertida y apetezca más compartirla?<sup>10</sup>

# Ejemplos inspiradores de lo que hay que hacer

Hemos recopilado unos cuantos ejemplos interesantes de cómo las cafeterías, bares y restaurantes de todo el mundo han hecho que sus establecimientos sean más “instagrammeables” e, inteligentemente, han fomentado su marca al dejar que los clientes cuenten su historia a través del entorno del restaurante.

## Entornos llamativos que captan la atención

En el mural de grafiti que tiene fuera el bar **The Riddler**, en San Francisco, aparece una gran botella de champán. Es un marco estratégico e inteligente que consigue llamar la atención de los visitantes y les incita a sacarse fotos o entrar en el restaurante.

Por otro lado, el diseño interior del **Cosmic Diner** en Bali, Indonesia, está ambientado en el Nueva York de los años 60. El restaurante tiene reservados decorados en color rojo brillante, viñetas de época y recortes de cómics. Ah, y los batidos se sirven en vasos con forma de bota de cowboy.<sup>11</sup> Pero, a veces, la sencillez es igual de impactante.

En **Zenith**, un local de Portugal que sirve cócteles y “brunch”, las paredes de ladrillo minimalistas, que tanto gustan en Instagram, dejan paso a la verdadera protagonista: la comida.<sup>11</sup>

## Sobres de azúcar que te hacen sacar una sonrisa, y una foto

Tanto si los clientes se lo toman con calma en tu restaurante como si piden rápidamente un café para llevar, no dejes escapar la oportunidad de que se fijen en los detalles. Complementa su visita con algo que les haga sonreír.

Por ejemplo, el popular **Jack's Wife Freda**, en Nueva York, ha diseñado sobres de azúcar con frases como “I Love You A Latte” (Te quiero la leche) y “Sugar For My Honey” (Azúcar para mi bomboncito) que los clientes llevan publicando en

Instagram desde que el restaurante abrió sus puertas en 2012.<sup>12</sup> Los detalles también se pueden expresar a través de una temática ambiciosa, los colores, la iluminación y la música.

## Pon tu sello mediante el color

**MaMa Kelly**, en Ámsterdam, se ha apoderado del color rosa y lo utiliza en todo su establecimiento, desde las paredes y las sillas, hasta, cómo no, las servilletas.<sup>13</sup>

## Los colores pueden impactar

Un estudio de Tork revela que no solo influyen mucho en la percepción que tienen los clientes de un restaurante, sino también en cómo perciben el sabor de un plato. Combinar los alimentos con el color adecuado es una gran oportunidad para mejorar la experiencia global de tus comensales.<sup>14</sup>



En Londres, la cadena de comida rápida **Pret A Manger**, también emplea convincentemente el color, sobre todo para su filial vegetariana **Veggie Pret**, donde su característico color verde prevalece en todos sus locales.<sup>15</sup>

Otra cafetería donde el color sirve de nexo es **Matcha Mama**, en Tulum, México. La combinación de materiales rústicos y curiosos letreros pintados de color turquesa le han valido la nominación del “pequeño café más instagrameable”.<sup>11</sup> Este tipo de casos dejan claro que la gracia está en los detalles.

### Presentación, letreros luminosos y aseos ideales para selfis

La hamburguesería **Shake Shack** comenzó su andadura en 2004 en un local de Nueva York y desde entonces se ha convertido en una cadena a nivel global. Parte de su éxito se debe a la identidad de la marca y, como cadena de comida rápida, la presentación juega un papel fundamental. La imagen está inspirada en los restaurantes de comida rápida de los años 50, con letreros luminosos y símbolos. Durante su expansión internacional, se dio máxima prioridad a garantizar la homogeneidad de la marca para que los clientes de todo el mundo pudieran reconocer las emblemáticas bolsas, cajas y uniformes allá donde fueran.<sup>16</sup> Los diseños de

amapola siguen siendo una importante herramienta publicitaria porque quedan muy bien en los medios sociales y son fácilmente reconocibles para los clientes nuevos y existentes.

**Media Noche**, un restaurante de San Francisco inspirado en La Habana, es famoso por sus suelos de color y los aseos empapelados con bananas, y les compensa. Los propietarios calculan que la mitad de su clientela femenina publica su visita en Instagram. Aunque es una inversión, es muy probable que la cobertura publicitaria tenga un efecto positivo en el número de clientes.<sup>17</sup>

### Pulcritud en la cocina y del personal

En el restaurante **VEA**, en Hong Kong, donde hasta un 80 % de los comensales se sientan en la barra, la cocina ha sido diseñada con el objetivo concreto de optimizar la experiencia del cliente, con elegantes encimeras de mármol y espacios interiores que permiten ver mejor la preparación de los platos. Antes de empezar cada servicio, todo el personal se pone en fila para hacer un control físico y revisar que las uñas estén cortadas, los dientes limpios, el pelo recogido y los uniformes planchados.<sup>11</sup>



El **62 %**

de los clientes de un restaurante ve más probable volver si han tenido una experiencia personal<sup>18</sup>



# Cinco consejos fáciles

## Cómo animar a los clientes a compartir su experiencia

Tan solo hacer unos sencillos cambios en los detalles te garantizará que tus clientes disfruten de una mejor experiencia. Las soluciones de diseño inteligentes que fomentan la participación en medios sociales pueden hacer que tu negocio destaque y animar a tus clientes a que corran la voz: ¡di patata!



### Muéstralo todo

Para tus clientes, cada parte del restaurante es una oportunidad para mostrarlo en los medios sociales, así que pónselo fácil. Únete a la tendencia de cocinas abiertas, pero no te olvides de comprobar que los dispensadores de higiene sean los mismos en toda la cocina porque tus clientes se darán cuenta, y en Instagram también.

**Tork recomienda:** Tork® Toallas de limpieza para los servicios alimentarios y pequeño soporte de dispensador



### Hazlo inolvidable

Los clientes se fijarán en detalles de los productos como las servilletas, los sobres de azúcar o la presentación de la comida para llevar, así que no desperdices esta oportunidad para dar una buena imagen imprimiendo tu eslogan o frases típicas que dejarán huella a tus clientes.

**Tork recomienda:** Tork servilletas con impresión personalizada y Tork Xpressnap® AD-a-Glance®



### Haz que combine

Contrata un proveedor que colabore en la parte estética de tu restaurante. Además de causar una buena impresión a nivel visual para tus clientes, las colaboraciones estratégicas con proveedores son una excelente forma de ahorrar tiempo y dinero, así como de recibir asesoramiento personalizado para tu negocio.

**Tork recomienda:** Dispensadores de la línea Tork Image Design™



### **Ponlo bonito**

La decoración merece especial atención. Las servilletas, las pajitas, los saleros y azucareros influyen en la experiencia gastronómica y sensorial de tus clientes. Piénsate bien los colores, el plegado de las servilletas y la distribución de las mesas ya que hay infinidad de opciones, ¡elige la tuya!

**Tork recomienda:** Servilletas y productos de mesa Tork LinStyle®



### **Que corra la voz**

Elige un estilo que merezca la pena ser retratado en Instagram, con detalles atractivos a la vista y mensajes personales que los clientes quieran compartir con otras personas, y deja que corra la voz.

**Tork recomienda:** Herramienta personalizable para medios sociales AD-a-Glance®



Think ahead.

---

## Fuentes

1. The Independent, 2017
  2. Toast, Restaurant Success Report, 2019
  3. Restaurant Hospitality, 2019
  4. Harvard Business School, 2016
  5. TripAdvisor, encuesta "Influencias en la toma de decisiones de clientes de restaurantes", 2018
  6. Adweek, 2018
  7. Cintas Corporation, Harris Poll, 2015
  8. The Daily Mail, 2019
  9. Tork, "Experimento sobre seguimiento ocular revela las expectativas de los comensales", 2016
  10. Tork, 2019
  11. Big 7 Travel, 2019
  12. CNN, 2018
  13. Antravelfoodie.com, "15 Most Instagrammable restaurants of Amsterdam" (Los 15 restaurantes más "instagrameables" de Ámsterdam), 2018
  14. Tork, "¿Cuál es tu color?", 2016
  15. Pret A Manger, 2016
  16. Fast Company, 2015
  17. Bon appétit, 2017
  18. Revista Guía Michelin, 2018
- 

[www.torkglobal.com](http://www.torkglobal.com)