

Sikta mot fler stjärnor

A photograph of two women in a restaurant setting. The woman on the left has blonde hair and is wearing a black top, holding a gold clutch. The woman on the right has dark hair and is wearing a light-colored blouse, holding a brown clutch and taking a selfie with a smartphone. In the foreground, there is a vase of flowers and a small table with a candle and a drink.

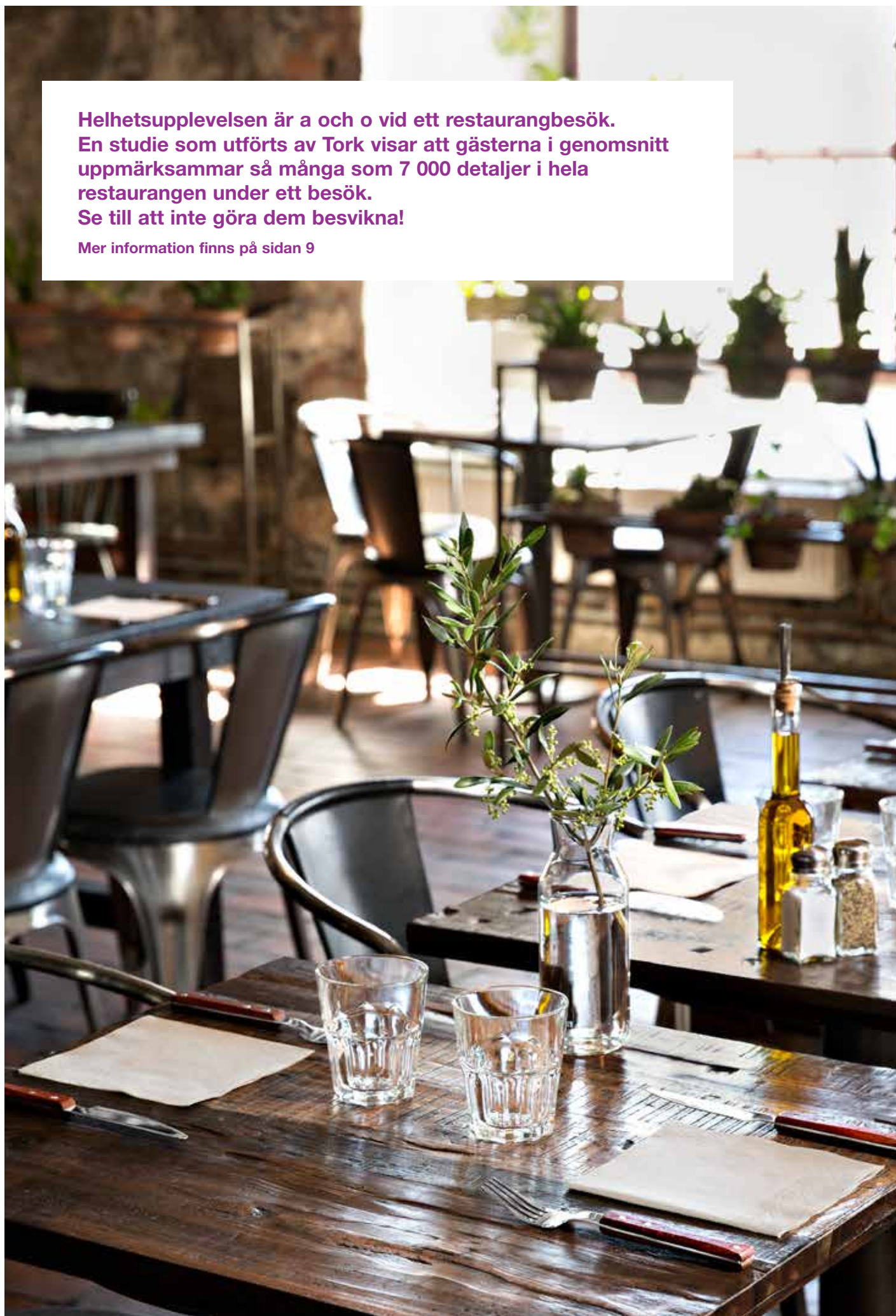
Så här gör du
din restaurang
Instagram-vänlig och
ökar lönsamheten

TORK

Think ahead.

**Helhetsupplevelsen är a och o vid ett restaurangbesök.
En studie som utförts av Tork visar att gästerna i genomsnitt
uppmärksammar så många som 7 000 detaljer i hela
restaurangen under ett besök.
Se till att inte göra dem besvikna!**

Mer information finns på sidan 9





Skapa en upplevelse utöver den goda maten

Idag kan man enkelt beställa hem god mat, vilket innebär att de traditionella matställena behöver anstränga sig till det yttersta för att locka till sig gäster. Konkurrensen är hög och även om kvaliteten på maten givetvis toppar listan över väsentliga faktorer så påverkar även inredningen och miljön mer än vad du kanske tror. Stilrena detaljer som servetter och saltkar bidrar till helhetsupplevelsen. Vi har fått lära oss att utsidan inte räknas men gästerna påverkas av sitt första intryck. Samtliga delar av verksamheten, från restaurangdelen och toalettutrymmet till köket måste hålla en hög standard eftersom de alla påverkar upplevelsen, uppmärksamheten på sociala medier och i slutändan restaurangens lönsamhet.

Den här rapporten handlar om den växande användningen av sociala medier och hur detta

direkt påverkar din verksamhet och hur du utnyttjar detta till din fördel. Dagens restaurangbesökare har möjlighet att granska och dela varje liten detalj på sociala medier. Därför är det viktigt att både nuvarande och potentiella kunder gillar vad de ser, både i restaurangdelen och i övriga delar – även toalettutrymmena. Skapa en iögonfallande och intressant miljö som gästerna kommer att vilja dela med sig av. Tork är ett av de ledande företagen som tillhandahåller sådana produkter till restaurangbranschen. Rapporten innehåller tips och inspirerande exempel på hur du möter utmaningarna och omvandlar dem till möjligheter som lyfter din verksamhet mot stjärnorna.

Sociala medier – vår tids mest effektiva marknadsföringsverktyg

Sociala medier växer alltmer – både när det gäller vår användning av det och dess roll som marknadsföringsverktyg. Företagen söker sig till de platser där deras målgrupper samlas. Digitala omdömen har därför fått en avgörande betydelse för verksamheter.

Enligt en internationell undersökning som utförts av TripAdvisor väljer 87–94% av alla restauranggäster var de ska äta baserat på recensioner online. TripAdvisor och Yelp är några av de mest populära plattformarna på nätet och många människor tar beslut utifrån tidigare gästers positiva eller negativa omdömen där.¹ En annan viktig plattform i marknadsföringssyfte är Instagram. Via denna fotobaserade plattform

kan gästerna dela bilder och intryck med andra och även kommentera på andra personers inlägg. Antalet restauranger som marknadsför sig på Instagram ökade kraftigt under 2018 då procentandelen steg från 24% till 78%.² Detta har lett till att affärer, restauranger, museum och hotell över hela världen nu inreder och renoverar med sociala medier i åtanke. Exempel på detta är blommönstrade väggar, varumärkesspeglar och





neonskyltar – detaljer som uppmuntrar till delning via sociala medier.³

I och med ett ökat fokus på estetiska faktorer och den ökande konkurrensen är förmågan att locka till sig nya kunder avgörande. Plattformer för sociala medier har blivit vår tids främsta marknadsföringsverktyg och bör erkännas som detta. Håll dig uppdaterad om vad som händer inom sociala medier för att få en bättre insikt i vad som lockar kunderna och får dem att dela med sig av sina restaurangupplevelser så att verksamheten når nya kunder.

Öka lönsamheten med upp till

9%

med bara en halv stjärna på Yelp⁴

Upp till

94%

av restauranggästerna väljer restaurang baserat på onlineomdömen⁵

”Alla mina vänner kollar upp restaurangens Instagram-sida innan de bestämmer sig för vart vi ska gå och äta.”

berättar 23-åriga Georgie från London för The Independent¹




Sociala mediers makt

91%

 av alla amerikanska restauranger finns på Facebook och 78% använder sig av Instagram²

30%

 av Generation Y i Storbritannien väljer bort restauranger som inte är tillräckligt synliga på Instagram¹

45%

 av amerikanska restauranggäster väljer restaurang utifrån sociala medier²¹

Antal restauranggäster (i procent) som väljer restaurang baserat på recensioner online⁵



90%
av gästerna
i Frankrike



91%
av gästerna
i Spanien



93%
av gästerna
i Italien

Är din restaurang tillräckligt Instagram-vänlig?

Fram tills nu har de flesta bilder som delats på Instagram varit matfokuserade – överdådiga milkshakes, regnbågslattar, bakelser och konstnärliga avokadosmörgåsar har spridits kors och tvärs. Trenden har dock övergått till att dokumentera själva miljön. Restaurangägare lägger därför tid och pengar på att göra sin verksamhet så "Instagram-vänlig" som möjligt. Det kan handla om allt från möbler, stämningsfull belysning och golvmönster till stilrena

förpackningar för hämtmat och servetter som är unika för verksamheten. Med hjälp av både trendmässiga och platsspecifika hashtaggar som **#ihavethisthingwithfloors** och **#accidentallywesanderson** kan kunderna locka fler gäster till restaurangen.



Köken och toalettutrymmena tar över ramplyset

Restaurangbesökare vill gärna besöka unika matställen med en personlig touch och restaurangägarna jobbar hårt för att inte göra sina gäster besvikna. En märkbar trend under de senaste åren är koncepten öppna kök och "chef's tables", där gästerna bjuds in bakom kulisserna och får ta del av en helt ny upplevelse. Detta innebär att god hygien är viktigare än någonsin. Gästerna delar gärna med sig av bilder och videoklipp av proffsiga kockar så det

är viktigt att visa upp de bästa sidorna. 75% av restauranggäster väljer bort eller dömer restauranger på förhand baserat på dåliga recensioner om renlighet⁷ – lägg därför ribban högt för personal och hygien.

Toalettutrymmena har fått en alltmer framträdande roll för helhetsupplevelsen av restaurangen och utgör en viktig marknadsföringsfaktor. Ett större värde läggs på helheten av restaurangupplevelsen och gästerna vill att samtliga utrymmen, inklusive toaletterna, håller samma standard.

75%

av restauranggäster väljer bort eller dömer restauranger på förhand baserat på dåliga renlighetsomdömen⁷



Bilder från toalettutrymmen har blivit så pass vanligt att tidskriften *Restaurant Hospitality* har börjat ge tips på hur restaurangägarna kan göra sina toalettutrymmen mer "Instagram-vänliga" med allt från tips om grafiska tapeter och hashtaggar på speglarna till diskokulor³. Listor på restauranger med de mest fotade toalettutrymmena på Instagram har dessutom blivit allt vanligare på nätet.⁶

välorganiserad miljö med bra lösningar för avfall för att undvika överfulla papperskorgar och papper på golvet. Målet är att skapa miljöer som gästerna trivs i och vill dela med sig av.

Det borde därmed ligga i alla restaurangägares intresse att se till att erbjuda gästerna en

Tekniska experiment avslöjar de viktigaste faktorerna för att förbättra restaurangens recensioner

En studie utförd av Tork visar hur viktiga detaljerna är för helhetsintrycket. Studien omfattade en teknik som följde ögonrörelserna på 3 000 restauranggäster för att kunna undersöka hur restaurangbesök upplevs utifrån gästernas perspektiv.⁹



Matgäster uppmärksammar i genomsnitt så många som 7 000 detaljer när de besöker en restaurang

Mer än hälften av de tillfrågade har delat bilder från restauranger på sociala medier – bilder på både mat och dukning

Nio av tio gäster anser att toalettutrymmena ska hålla samma standard som resten av restaurangen



Vikten av att sticka ut

75% av restaurangbesökarna noterar trycket på servetten och

70%

kommer ihåg meddelandet

Roliga och intressanta tryck på servetten

ökar chansen till delningar på sociala medier och är ett effektivt sätt att sprida ditt varumärke och restaurangens story. Även om du inte känner för att lägga till ett budskap kan du välja servetter som har restaurangens signaturfärg. Det kan också inspirera till att gästerna tar bilder och delar med sig.¹⁰

Här följer några inspirerande exempel

Vi har samlat några exempel på snillrika steg som kaféer, barer och restauranger världen över tagit för att göra sin verksamhet mer minnesvärd och redo för Instagram. De har tagit hjälp av gästerna för att locka nya besökare.

Minnesvärda och fängslande miljöer

Graffiti-målningen utanför baren **The Riddler** i San Francisco föreställer en stor champagneflaska. Detta är ett smart sätt att locka till sig kunder och inspirera dem till att ta bilder innan de besöker restaurangen.

Cosmic Diner på indonesiska Bali har ett inredningstema som för tankarna till 60-talets New York. Restaurangen har röda, glansiga bås, tidstypiska förpackningar och citat från serietidningar. Sist men inte minst serverar de sina milkshakes i glas formade som cowboystövlar.¹¹ Men ibland har enkelhet lika stor genomslagskraft.

På restaurangen **Zenith** i Portugal serveras cocktails och brunch i en minimalistisk miljö av Instagram-vänliga tegelväggar och låter maten tala för sig själv.¹¹

Sockra med ett leende

Detaljerna är viktiga, oavsett om gästerna sitter ner och äter eller bara beställer en kaffe att ta med. Om inte annat lockar du kanske fram ett leende på deras läppar.

Ett bra exempel är den populära restaurangen **Jack's Wife Freda** i New York. De erbjuder sockerpaket med fraser som "I Love You A Latte" och "Sugar For My Honey" som har delats regelbundet på Instagram sedan restaurangen

öppnade 2012.¹² Det går även att vara mer ambitiös och arbeta med färger, belysning och musik.

En signaturfärg på allt

På **MaMa Kelly** i Amsterdam har man valt att göra hela restaurangen rosa – från väggar, gardiner och stolar till servetter.¹³

Fängslande färger

En studie som utförts av Tork visar att färger påverkar både gästernas upplevelse av restaurangen och av maten. Genom att presentera dina rätter med passande färger som fångar intresset kan du höja gästupplevelsen ytterligare.¹⁴



Den brittiska snabbmatskedjan **Pret A Manger** använder sig också av färgteman, speciellt när det gäller deras vegetariska alternativ **Veggie Pret** där det gröna temat är påtagligt.¹⁵

Ett annat ställe som använder sig av färgteman är **Matcha Mama** i mexikanska Tulum. Genom en kombination av rustika material och fyndiga turkosa skyltar har de nominerats till "det mest Instagram-vänliga kaféet i världen".¹¹ Detta är ett tydligt bevis på att det är detaljerna som räknas.

Förpackningar, neonskyltar och selfie-vänliga toalettutrymmen

Hamburgerrestaurangen **Shake Shack** började som en fristående restaurang i New York 2004 och har sedan vuxit till en världsomspännande kedja. En faktor till deras framgång är hur de marknadsfört sina förpackningar. Inspirationen kommer från 50-talets snabbmatsrestauranger med neonskyltar och symboler. Ägarna såg till att varumärket överfördes till samtliga restauranger i kedjan för att gästerna ska kunna känna igen de ikoniska påsarna, förpackningarna och uniformerna var de än befinner sig.¹⁶

Den medvetna inredningen är ett viktigt

marknadsföringsverktyg som låter dem sprida sitt varumärke till såväl befintliga som nya kunder.

Restaurangen **Media Noche** i San Francisco är känd för sitt Havanna-inspirerade tema. Väggarna är färgglada och på toaletten hänger bananmönstrade tapeter. Detta har varit ett lyckat koncept. Ägarna bedömer att hälften av de kvinnliga gästerna delar med sig av sin restaurangupplevelse på Instagram. Så investeringen är värd pengarna eftersom fler gäster lockas till restaurangen.¹⁷

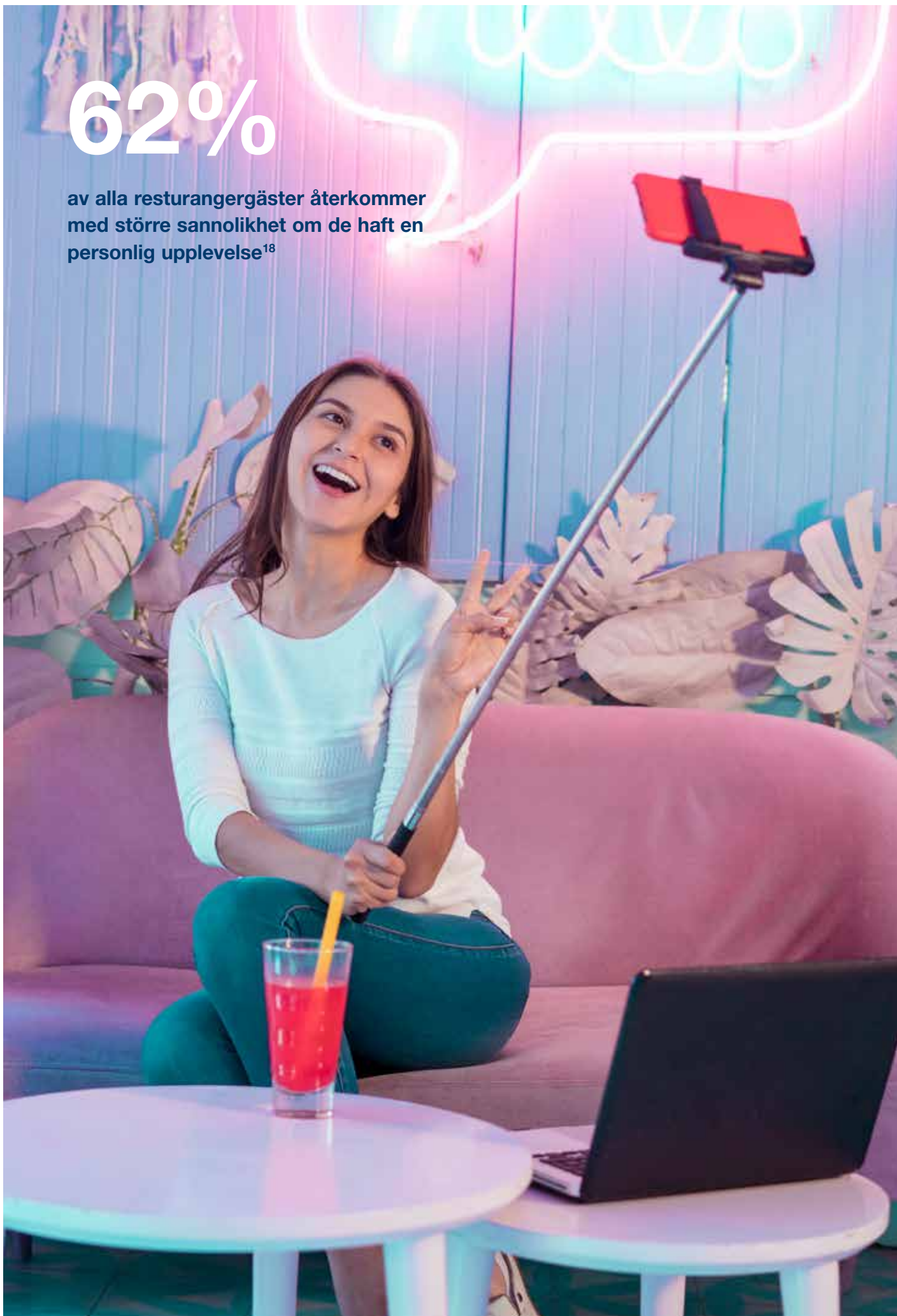
Rena kök och hygienmedveten personal

På restaurangen **VEA** i Hongkong sitter 80% av gästerna längs disken mot köket. Tanken är att det öppna köket ska förhöja gästernas upplevelse och via de stiliga marmorbänkarna kan man ta del av kockarnas arbete. Innan arbetspasset startar kontrollerar man att personalens fingrar är rena, tänderna är borstade och håret är uppsatt och att uniformen är ren och struken.¹¹



62%

av alla restauranggäster återkommer med större sannolikhet om de haft en personlig upplevelse¹⁸



Fem enkla tips

Så här inspirerar du dina gäster att dela med sig av sin upplevelse

Förbättra gästupplevelsen med små förändringar. Med smarta designlösningar som är anpassade för sociala medier sticker verksamheten ut från mängden och inspirerar gästerna till att dela med sig. Säg omelett!



Öppna upp

Bjud in gästerna bakom kulisserna för att inspirera dem till att dela bilder på sociala medier. Hoppa gärna på trenden med öppna kök men se till att det finns synliga hygiendispensrar på flera platser i köket. Gästerna kommer att upptäcka eventuella skavanker och för dessa vidare på Instagram.

Tork rekommenderar: Tork Rengöringsduk Slitstark, placerad i en skyddande dispenser, för rengöring i köket



Lämna ett avtryck

Skräddarsydda detaljer, servetter och hämtmatsförpackningar uppskattas av de flesta gäster så dela gärna din tagline eller ditt budskap på dessa för en ännu bättre kundupplevelse.

Tork rekommenderar: Tork servetter med eget tryck och Tork Xpressnap® AD-a-Glance® (Xpressrutan)



Se till att det matchar

Använd leverantörer som förstår restaurangens estetiska aspekter. Detta förbättrar inte bara den visuella upplevelsen utan är ett bra sätt att spara både tid och pengar, plus att du får tips och råd som är specifika för just din verksamhet

Tork rekommenderar: Tork Image Design™ servettdispensrar



Gör det med stil

Lägg tid på att dekorera. Gästernas upplevelse påverkas av detaljer som servetter, sugrör, salt- och pepparkar. Välj färger och dukningar som man gärna lägger på minnet. Möjligheterna är oändliga!

Tork rekommenderar: Tork LinStyle® servetter och bordsprodukter



Sprid ordet

Se till att din restaurang är Instagram-vänlig. Fyll den med snygga detaljer och personliga meddelanden som dina gäster kommer att vilja dela med andra.

Tork rekommenderar verktyget där du kan skapa dina egna budskap till Tork Xpressnap servettdispensrar:
www.tork.se/xpressrutan



Think ahead.

Källor

1. The Independent, 2017
 2. Toast, Restaurant Success Report, 2019
 3. Restaurant Hospitality, 2019
 4. Harvard Business School, 2016
 5. TripAdvisor-enkäten "Influences on Diner Decision-Making", 2018
 6. Adweek, 2018
 7. Cintas Corporation, Harris-undersökning, 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 – "Vilken är din färg", 2016
 15. Pret A Manger, 2016
 16. Fast Company, 2015
 17. Bon appétit, 2017
 18. Michelin Guide Magazine, 2018
-

www.tork.se