

Reach for the stars

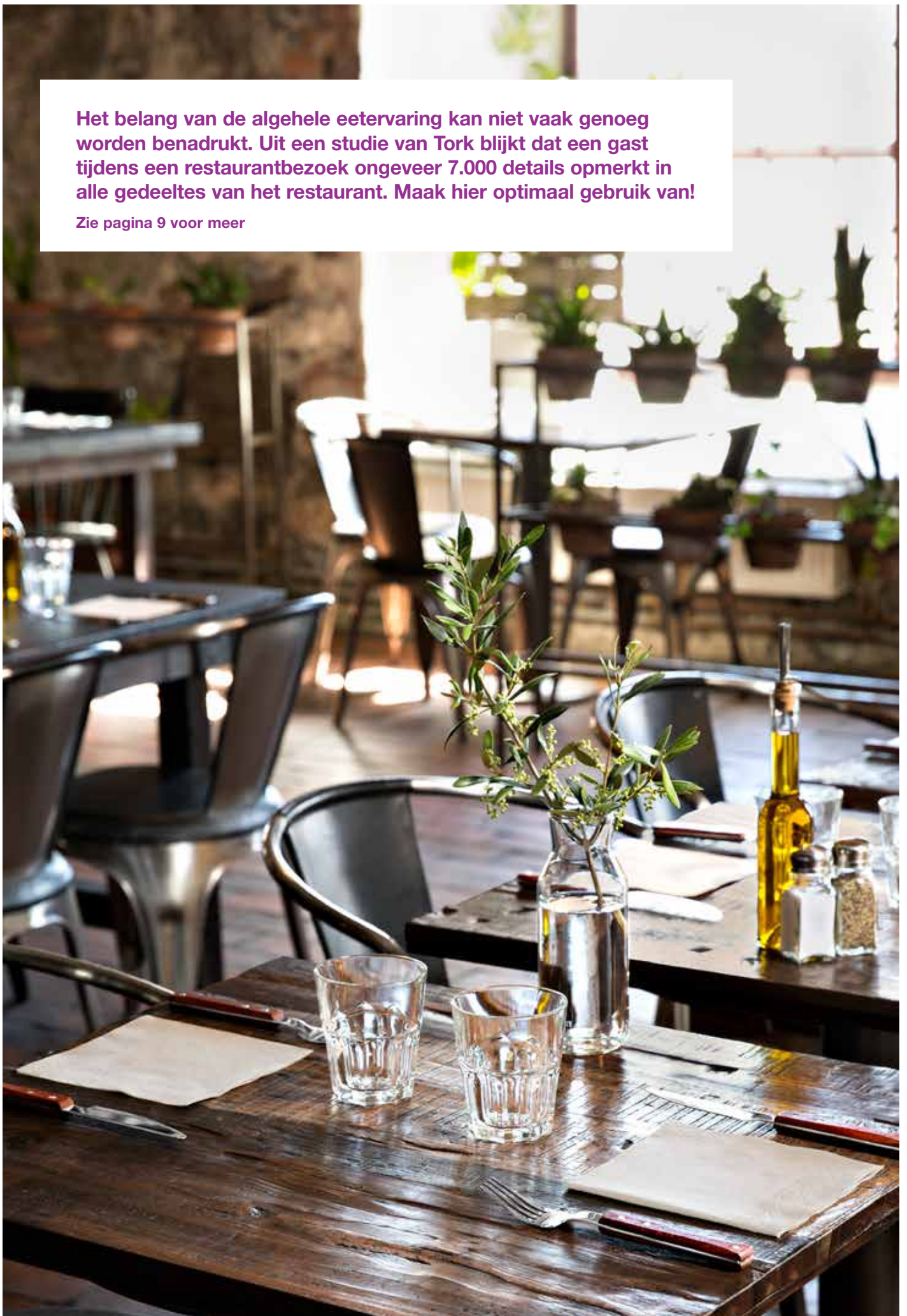
Maak uw
restaurant
fotovriendelijk
en geef uw
bedrijf een boost

TORK

Think ahead.

Het belang van de algehele eetervaring kan niet vaak genoeg worden benadrukt. Uit een studie van Tork blijkt dat een gast tijdens een restaurantbezoek ongeveer 7.000 details opmerkt in alle gedeeltes van het restaurant. Maak hier optimaal gebruik van!

Zie pagina 9 voor meer





Creëer een ervaring die verder gaat dan het bord

In een wereld waarin iedereen op elk moment geweldig eten thuis kan laten bezorgen, moeten fysieke restaurants verder gaan dan alleen het bord en zorgen voor een unieke ervaring als ze mensen naar binnen willen krijgen. Als de concurrentie zwaar is, blijft de kwaliteit van het eten van essentieel belang, maar worden andere factoren zoals sfeer en het interieur, zelfs de keuze voor servetten en suikerpakjes, nog belangrijker voor de algehele gastervaring. We hebben geleerd om niet op het uiterlijk af te gaan, maar een eerste indruk kan blijven hangen. Voor restaurants betekent dit dat de omgeving in het restaurantgedeelte, de sanitaire ruimten en zelfs de keuken een impact hebben op de ervaring, het effect op social media en uiteindelijk het succes van uw restaurant.

Dit rapport borduurt voort op de kennis dat de toename van het delen van momenten op social

media een directe impact heeft op uw bedrijf en u het vermogen heeft om hier gebruik van te maken. Tegenwoordig ontsnapt bijna niets meer aan de aandacht van uw klanten en elk detail kan direct op social media worden gedeeld. Daarom is het cruciaal dat uw huidige en potentiële gasten een positieve indruk krijgen van het restaurantgedeelte, evenals andere gedeeltes van het restaurant. Dat geldt ook voor de sanitaire ruimten. U kunt dit op een geweldige manier doen door een meer eye-catching setting te creëren, omdat dit zorgt voor een leukere gastervaring die gedeeld moet worden. Tork heeft veel ervaring in het restaurantsegment. We hopen u via dit rapport te inspireren en begeleiden bij het navigeren van de continu veranderende vereisten van de markt, voor het omzetten van uitdagingen in kansen, het voortblijven van de concurrentie en het geven van een belangrijke boost aan uw bedrijf.

Social media: De nummer 1 marketingtoolkit van nu

Het zal voor weinigen een verrassing zijn dat social media blijft groeien, zowel in de tijd die hierop wordt doorgebracht als in de rol die het speelt in de markt. Als mensen ergens tijd in doorbrengen, zullen bedrijven volgen. En daarom zijn digitale recensies cruciaal geworden voor bedrijven.

Volgens een internationale enquête van TripAdvisor wordt 87-94 procent van gasten beïnvloed door online reviews als ze een beslissing nemen over waar ze willen eten. TripAdvisor en Yelp zijn de belangrijkste platforms waar klanten positieve en negatieve ervaringen delen en gasten wereldwijd gebruiken deze als richtlijn als ze een beslissing nemen over waar ze willen eten¹ – volledig op basis van de meningen van anderen.

Het spreekt dus voor zich dat mond-tot-mondreclame officieel online is gegaan, en Instagram is een andere belangrijke speler op dit gebied. Het fotogerichte platform biedt klanten de mogelijkheid om feedback te delen via hun eigen foto's en het plaatsen van berichten bij die van anderen, en de populariteit is nog steeds groeiende. In 2018 is het aantal restaurants dat Instagram gebruikt voor promotie





omhooggeschoten van 24 naar 78 procent.² Hierdoor zijn winkels, restaurants, musea en hotels over de hele wereld begonnen met het aanpassen van hun interieur met social media in het achterhoofd. Bloemenmuren, spiegels met logo's en neon borden zijn slechts een paar voorbeelden van de manier waarop foto's maken en online delen worden gestimuleerd.³

De groeiende focus op esthetiek gecombineerd met de groeiende concurrentie in de restaurantindustrie maakt de capaciteit tot het aantrekken van klanten een cruciale factor. Social media is het dominante communicatiekanaal en marketingplatform van deze tijd, en het is belangrijk om in te zien hoe krachtig het is als marketingtool. Een handige tip is om op de hoogte te blijven van de laatste trends in social media zodat u goed inzicht heeft in hoe u uw klanten beter kunt betrekken en ze kunt stimuleren om hun momenten in uw restaurant te delen, zodat uiteindelijk uw online bereik wordt vergroot.

Verhoog uw inkomsten met tot wel

9%

bij een toename van een halve ster op Yelp⁴

Tot

94%

van gasten wordt beïnvloed door online reviews als ze een beslissing nemen⁵

“Al mijn vrienden bekijken de Instagram-pagina van een restaurant als we kijken waar we uit eten willen gaan.”

Zeï de 23-jarige Georgie, inwoner van Londen, tegen The Independent¹



De kracht van social media

91%



van restaurants in de VS gebruikt Facebook en 78% gebruikt Instagram²

30%



van de millennials in het VK zou een restaurant mijden als het een zwakke aanwezigheid op Instagram heeft¹

45%



van gasten in de VS heeft een restaurant geprobeerd vanwege een post die dit restaurant op social media heeft geplaatst²¹

Percentage gasten dat wordt beïnvloed door online recensies als ze beslissen waar ze gaan eten⁵



90%
Frans



91%
Spaans



93%
Italiaans

Is uw restaurant Insta-vriendelijk genoeg?

Tot voor kort plaatsten restaurantgasten vooral foto's van eten en de Instagram-rage draaide vooral om decadente milkshakes, regenbooglattes, taarten en toast met kunstig gesneden avocado. De focus is echter steeds meer aan het verschuiven naar dingen die niet op het bord liggen. Daarom doen restauranteigenaars er alles aan om hun interieur zo "Insta-vriendelijk mogelijk" te ontwerpen. Initiatieven variëren van tafels die goed bij het eten passen, verlichting die het eten

en de gasten in een mooi licht plaatst en speciale vloeren tot opvallende verpakkingen voor het meenemen van maaltijden en servetten die passen bij de persoonlijkheid van het merk. Deze initiatieven leveren resultaten op via locatiespecifieke tags, maar ook via de trendgolf aan hashtags. **#ihavethisthingwithfloors** en **#accidentallywesanderson** zijn twee voorbeelden van hoe de uitstraling van een restaurant gasten kan opleveren.



De keuken en sanitaire ruimten komen in de spotlight

Omdat gasten steeds meer op jacht gaan naar unieke en intieme ervaringen, moeten restaurants hard werken om aan de wensen van hun gasten te voldoen. Een van de meest prominente trends van de afgelopen jaren is de evolutie van open keukens en “de tafel van de chef-kok”. De eetervaring wordt naar een hoger niveau getild als gasten de mogelijkheid krijgen om een kijkje achter de schermen te nemen en de keuken via alle zintuigen te ervaren. Echter, de aanwezigheid van gasten betekent dat perfecte hygiëne belangrijker is dan

ooit. Gasten nemen steeds meer foto's en filmpjes van de keukenhelden die hun talenten laten zien en het is aan u om te zorgen dat de inhoud verkoopt en niet afschrikt. Ongeveer 75 procent van klanten zal een restaurant niet bezoeken of hier niet eten als het negatieve recensies over de hygiëne heeft gehad⁷. Daarom zijn het uiterlijk van de medewerkers en hoge hygiënische standaarden van essentieel belang.

Naast de focus op de keuken, letten klanten steeds meer op de sanitaire ruimten. De mogelijkheid om hiermee de restaurantervaring

75%

van klanten zal een restaurant niet bezoeken of hier niet dineren als het negatieve recensies over de hygiëne heeft gehad⁷



naar een hoger niveau te tillen, heeft het een steeds belangrijker hulpmiddel gemaakt in de marketing. Omdat mensen steeds meer belang hechten aan de algehele sfeer, is het belangrijk dat de gasten een positieve beleving hebben in elk gedeelte van het restaurant en de sanitaire ruimte valt hier ook onder. Het maken van foto's in sanitaire ruimten komt tegenwoordig zoveel voor dat het tijdschrift *Restaurant Hospitality* nu advies aan restaurants geeft over het "Instagram-vriendelijk" maken van hun sanitaire ruimten. Dit varieert van het toevoegen van grafisch behang tot hashtags op de spiegels tot hangende discoballen³

en er verschijnen steeds meer lijsten met "de meest ge-Instagramde sanitaire ruimten van restaurants ter wereld" op het internet.⁶

U kunt dus gerust zeggen dat het als restauranteigenaar van essentieel belang is dat gasten worden verwelkomd in een schone omgeving, met de juiste afvalbeheeroplossingen die de vloeren en afvalbakken vrij houden van papieren handdoekjes. In de sanitaire ruimten én de keuken. Zorg dat uw gasten in deze ruimten de indruk krijgen die u wilt dat ze krijgen – en deel het!

Technologisch experiment laat de geheimen achter betere restaurantrecensies zien


Een studie van Tork biedt meer inzicht in het belang van alle details in de klantervaring. Het initiatief bestond uit een enquête van 3.000 restaurantgasten en een uniek eye-tracking-experiment om meer inzicht te krijgen in hoe een restaurant door de ogen van een klant wordt gezien.⁹



Gasten merken tijdens een bezoek 7.000 details in alle gedeeltes van het restaurant op

Meer dan 50 procent van de ondervraagden heeft op social media foto's gedeeld die zijn genomen in een restaurant, bijvoorbeeld van het eten of de uitstraling van de tafels

Negen van de tien vinden het belangrijk dat de sanitaire ruimten minimaal dezelfde standaard hebben als het restaurantgedeelte



De kracht van personalisatie

75% van gebruikers van servetten ziet de bedrukking en

70%

herinnert zich de boodschap

Grappige en interessante prints op servetten vergroten de kans dat het op social media wordt gedeeld en zijn een effectieve marketingtool dat u de mogelijkheid biedt om de juiste boodschap te delen die past bij uw merkverhaal. Als u geen liefhebber van een interessante zin of slogan bent, kunt u ook de kenmerkende kleur van uw restaurant gebruiken om de ervaring plezieriger en deelbaarder te maken.¹⁰

Dit kunt u doen – enkele inspirerende voorbeelden

We hebben enkele inspirerende voorbeelden verzameld van cafés, bars en restaurants wereldwijd die hun locaties “Instagrambaar” hebben gemaakt en klanten hun verhaal in de restaurantomgeving laten vertellen als een slimme manier om het merk een boost te geven.

Opvallende en interessante omgeving

De graffiti-muurschildering buiten **The Riddler**-bar in San Francisco bestaat uit een grote champagnefles. Het is een slimme, strategische zet die de interesse van bezoekers wekt en ze aanzet om foto's te nemen en naar binnen te gaan.

De **Cosmic Diner** in Bali, Indonesië, heeft een interieur met New York in de jaren 60 als thema. Het restaurant heeft verschillende glanzende rode zitplaatsen, retro cartoons en uitgeknipte stripboeken. Oh, en de milkshakes worden geserveerd in een glas in de vorm van een cowboylaars.¹¹ Maar soms kan eenvoud net zo krachtig zijn.

Zenith in Portugal serveert cocktails en brunch en laat het eten voor zichzelf spreken met minimalistische en Instagrambare stenen muren in de achtergrond.¹¹

Suikerzakjes waar je van moet glimlachen – en waar je een foto van maakt

Er is altijd een mogelijkheid om gasten extra details te laten zien, of ze nu rustig in uw restaurant gaan zitten en de tijd nemen of snel een kop koffie willen meenemen. Geef ze iets extra bij hun aankoop dat ze laat glimlachen.

Bijvoorbeeld, **Jack's Wife Freda**, een hotspot in New York City, heeft suikerzakjes ontworpen met de teksten als “I Love You A Latte” en “Sugar

For My Honey”, die klanten al regelmatig op Instagram hebben gezet sinds de opening van het restaurant in 2012.¹² De details kunnen ook voortkomen uit een meer ambitieus thema, via kleuren, verlichting en muziek.

Alles in één kenmerkende kleur

MaMa Kelly in Amsterdam heeft de kleur roze voor zichzelf opgeëist en gebruikt het overal, van de muren en de stoelen tot, natuurlijk, de servetten.¹³

Kleuren zijn een krachtig middel

Uit een studie van Tork blijkt dat ze een belangrijke invloed hebben op hoe gasten de smaak van een gerecht ervaren. Uw eten combineren met de juiste kleur is een geweldige manier om de complete gastervaring te verbeteren.¹⁴



In Londen gebruikt de fastcasual-keten **Pret A Manger** ook de kracht van kleur, vooral voor de vegetarische dochteronderneming **Veggie Pret**, met een kenmerkende groene kleur in al de locaties.¹⁵

Een ander café met op elkaar afgestemde kleuren is **Matcha Mama** in Tulum, Mexico. De combinatie van rustieke materialen en grappige borden in turquoise levert een verdiende nominatie als “het meest Instagrambare kleine café ooit” op.¹¹ Deze situaties laten duidelijk zien dat het om de details draait.

Verpakkingen, neon borden en selfie-waardige sanitaire ruimten

Burgerrestaurant **Shake Shack** begon in 2004 op één locatie in NY en is sindsdien uitgegroeid tot een wereldwijde keten. Een belangrijk onderdeel van het succes wordt gekoppeld aan de merkidentiteit, en als fastcasual-keten staat de verpakking hierin centraal. De look is geïnspireerd op fastfoodrestaurants uit de jaren 50, met neon borden en symbolen. Bij de internationale uitbreiding was de belangrijkste prioriteit om de uitstraling van het merk in een lijn te brengen, zodat gasten wereldwijd altijd en overal de iconische zakken, doosjes en uniforms

zouden herkennen.¹⁶ Opvallende designs blijven een belangrijk marketingtool, omdat ze zorgen voor aantrekkelijke posts op social media die direct herkenbaar zijn voor bestaande en nieuwe klanten.

Media Noche, een restaurant geïnspireerd op Havana in San Francisco, is beroemd vanwege de kleurrijke vloeren en de sanitaire ruimten met bananenbehang – en hier worden nu de vruchten van geplukt. De eigenaars schatten dat ongeveer de helft van de vrouwelijke gasten hun bezoek op Instagram zetten. Het kan een investering zijn, maar het marketingbereik zal hoogstwaarschijnlijk een positief effect hebben op het aantal gasten.¹⁷

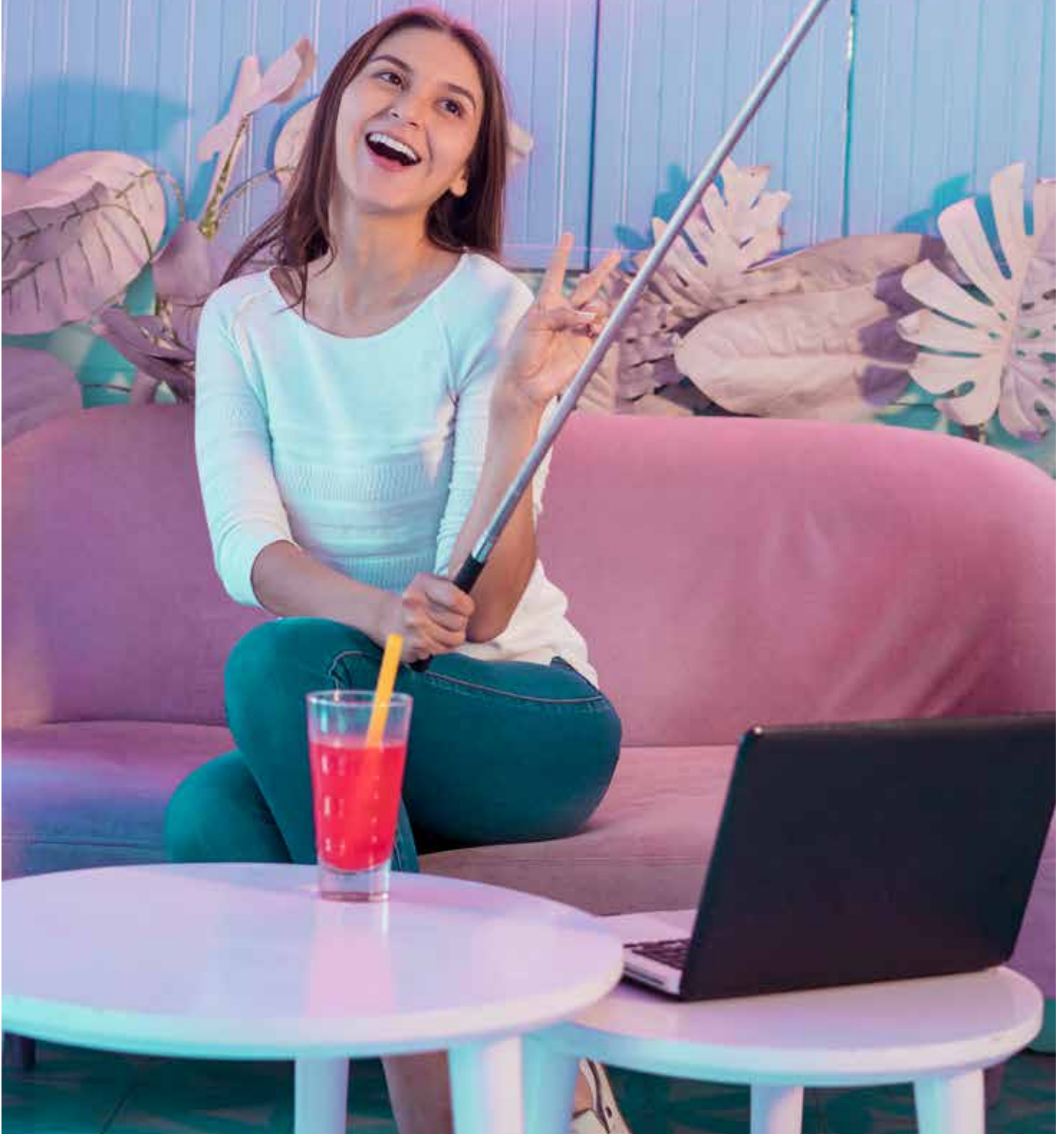
Strak keukenontwerp en schone medewerkers

Bij het restaurant **VEA** in Hongkong, waar 80 procent van de gasten aan de counter zit, is de keuken ontworpen met het specifieke doel om de gastervaring te optimaliseren, met strakke marmere keukenbladen en interieur dat beter zicht biedt op de culinaire bereiding. Voor elke dienst gaan alle medewerkers op een rij staan voor een fysieke controle of de vingernagels zijn geknipt, tanden zijn gepoetst, haar naar achteren zit en het uniform is gestreken.¹¹



62%

van restaurantgasten komt
waarschijnlijk terug als ze een
persoonlijke ervaring hebben
gehad¹⁸



Vijf handige tips

Inspireer gasten om hun ervaring te delen

Als u enkele eenvoudige details toepast, kunt u al zorgen voor een betere gastervaring. Slimme en socialmediavriendelijke designoplossingen kunnen ervoor zorgen dat uw restaurant opvalt en klanten stimuleren om dit met anderen te delen – lachen!



Maak het open

Uw gasten zien elk gedeelte van uw restaurant als een mogelijkheid om het op social media te laten zien, dus geef ze de kans om dit te doen. Lift mee op de trend voor open keukens, maar zorg dat de hygiënische dispensers in de hele keuken er hetzelfde uitzien, omdat uw gasten dit zullen opmerken, en Instagram ook.

Tork adviseert: Tork®-nonwovendoeken voor horeca en Tork Reflex®



Maak een onvergetelijke indruk

Uw gasten zien details op producten zoals servetten, suikerzakjes en verpakkingen voor het meenemen van eten, dus maak gebruik van deze mogelijkheid om een indruk achter te laten door uw kenmerkende slogan hierop te zetten, zodat de ervaring bij uw gasten blijft hangen.

Tork adviseert: Tork servetten met persoonlijke bedrukking en Tork Xpressnap® AD-a-Glance®



Maak het passend

Gebruik een leverancier die de uitstraling van uw restaurant versterkt. Naast een visueel aantrekkelijke indruk op uw gasten, kan een strategische samenwerking met een leverancier een geweldige manier zijn om tijd en geld te besparen, en u krijgt op maat gemaakt advies voor uw bedrijf.

Tork adviseert: Tork Image Design™ Line-dispensers



Maak het mooi

Decoratie verdient aandacht. Servetten-, rietjes-, zout- en suikerdispensers hebben een impact op de manier waarop uw gasten het eten en de omgeving ervaren. Besteed extra aandacht aan de kleuren, het vouwen van de servetten en de decoratie van de tafel. Er zijn eindeloze mogelijkheden. Kies wat het best bij u past.

Tork adviseert: Tork LinStyle®-servetten en -tafelaankleding



Maak het wereldkundig

Zorg dat de uitstraling van het restaurant Instagram-waardig is, met esthetisch prachtige details en persoonlijke boodschappen die klanten met anderen willen delen, zodat de rest van de wereld het ook weet.

Tork adviseert: AD-a-Glance® doe-het-zelf-socialmediatool



Think ahead.

Bronnen

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"-enquête, 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.nl en/of www.tork.be