
EN MINUTOS
ESTAREMOS
COMENZANDO



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

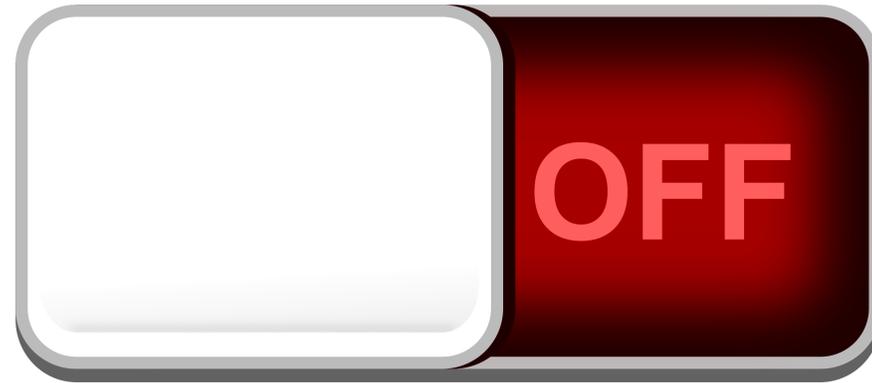
Bases del Marketing Digital para restaurantes

PABLO DI MEGLIO



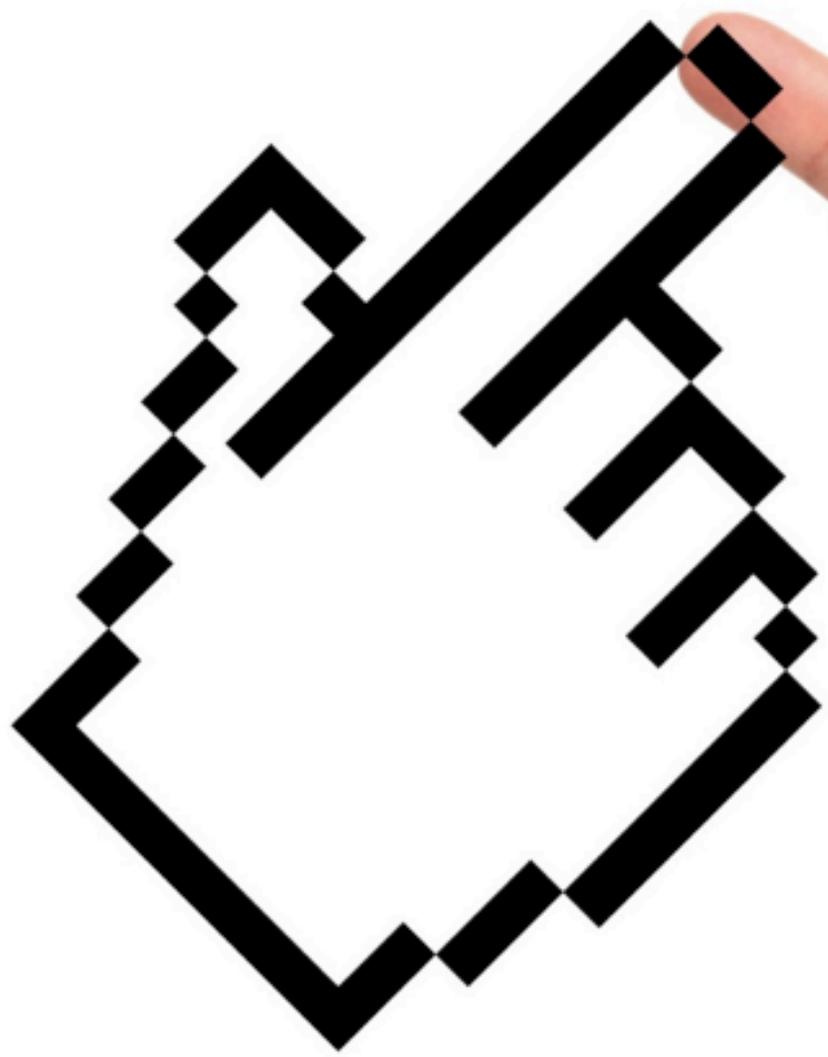
Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

UNA NUEVA ERA,
Nos guste o no nos guste



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

Era digital...



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

90% de los comensales
investigan online antes de
hacer una reserva.



33% de los comensales
revisan los comentarios de
las personas sobre un
restaurante en internet.

¿Qué tipo de marketing haremos?



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

**LAS PERSONAS YA NO NOS
PRESTAN ATENCIÓN**



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.



TRIBUTE TO GARY LARSON

© marketoonist.com



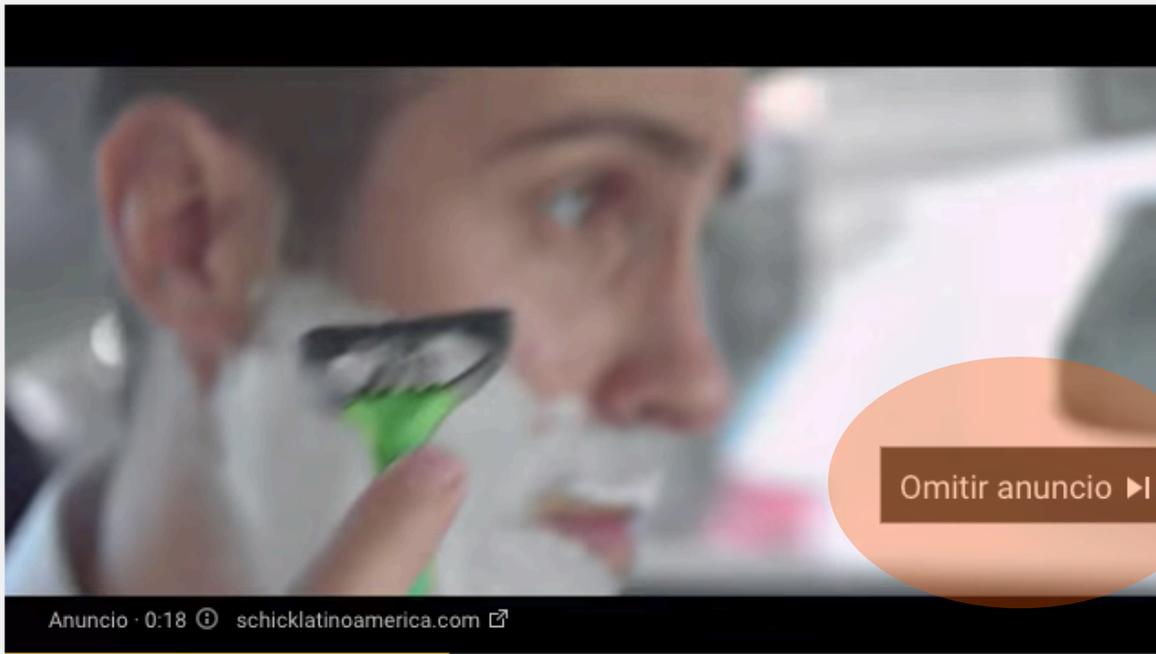
Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

HACEMOS MARKETING QUE DAN GANAS DE SER BLOQUEADO



maluma



Anuncio · 0:18 · schicklatinoamerica.com

Luis Fonsi - Despacito ft. Daddy Yankee



LuisFonsiVEVO

Suscribirse

11 M

3,113,927,056 vistas

A continuación

Reproducción automática



CNCO - Reggaetón Lento (Bailemos)

CNCOVEVO

987,739,007 vistas



Mix: Luis Fonsi - Despacito ft. Daddy Yankee

YouTube



Luis Fonsi, Israel Novaes - Despacito (Audio/versión Portugués)

LuisFonsiVEVO

5,187,977 vistas



Luis Fonsi - Despacito (Live From Conan 2017)

LuisFonsiVEVO

18,304,368 vistas



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

*“La riqueza de
información produce
pobreza en la atención.”*

Herbert Simon



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

MARCAS ÚTILES
MARCAS QUE AYUDAN
MARCAS QUE CUMPLEN
MARCAS QUE HACEN
MARCAS QUE SE PREOCUPAN



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

Las personas usamos internet para:

Buscar lo que necesitamos.

Resolver problemas.

Acceder a contenidos.

Conectarnos y vincularnos.

Debatir y discutir.

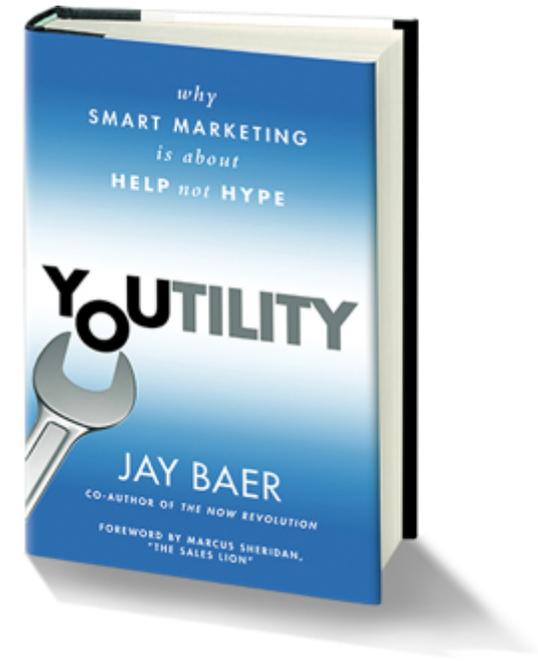


Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

¿Qué tan útiles somos en la vida de nuestros clientes?

- ✓ Ayúdame a hacer mi trabajo
- ✓ Ayúdame a vivir mi vida
- ✓ Ayúdame en mi desarrollo
- ✓ Ayúdame a verme mejor
- ✓ Ayúdame a entretenerme
- ✓ Ayúdame a elegir lo mejor



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

¿Cómo armar la ESTRATEGIA?



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

PROCESO IAS

INTEGRACIÓN
ALINEACIÓN
SOCIABILIZACIÓN

#1

PLANIFICACIÓN

TRADUCIR KPIs DIGITALES
BUYER PERSONA
INSIGHTS DIGITALES

#2

MAPA DE INTERACCIÓN

DEFINIR CANALES
DEFINIR TÁCTICAS
CONSTRUIR MENSAJES

#3

EJECUCIÓN ÁGIL

#4



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

Relevamiento Interno:

- Involucrar a todo el negocio.
- Relevar necesidades.
- Alinear intereses.
- Conocer presupuesto.
- Establecer prioridades.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.



¿Qué queremos lograr?

Los objetivos siempre son **objetivos de negocio**, o sea, que impactan de forma positiva en el desempeño organizacional.

Ejemplo:

Ofrecer un servicio de excelencia a nuestros clientes, reduciendo el tiempo de espera de los platos, con ingredientes de buena calidad y personal experimentado.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

¿Qué es un **BUYER PERSONA?**



Un buyer persona es una representación de nuestro consumidor final (o potencial) construida a partir su información demográfica, comportamiento, necesidades y motivaciones. Al final, se trata de ponernos aún más en los zapatos de nuestro público objetivo para entender qué necesitan de nosotros.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

Estructura el *Ecosistema Digital* *para tu restaurante...*



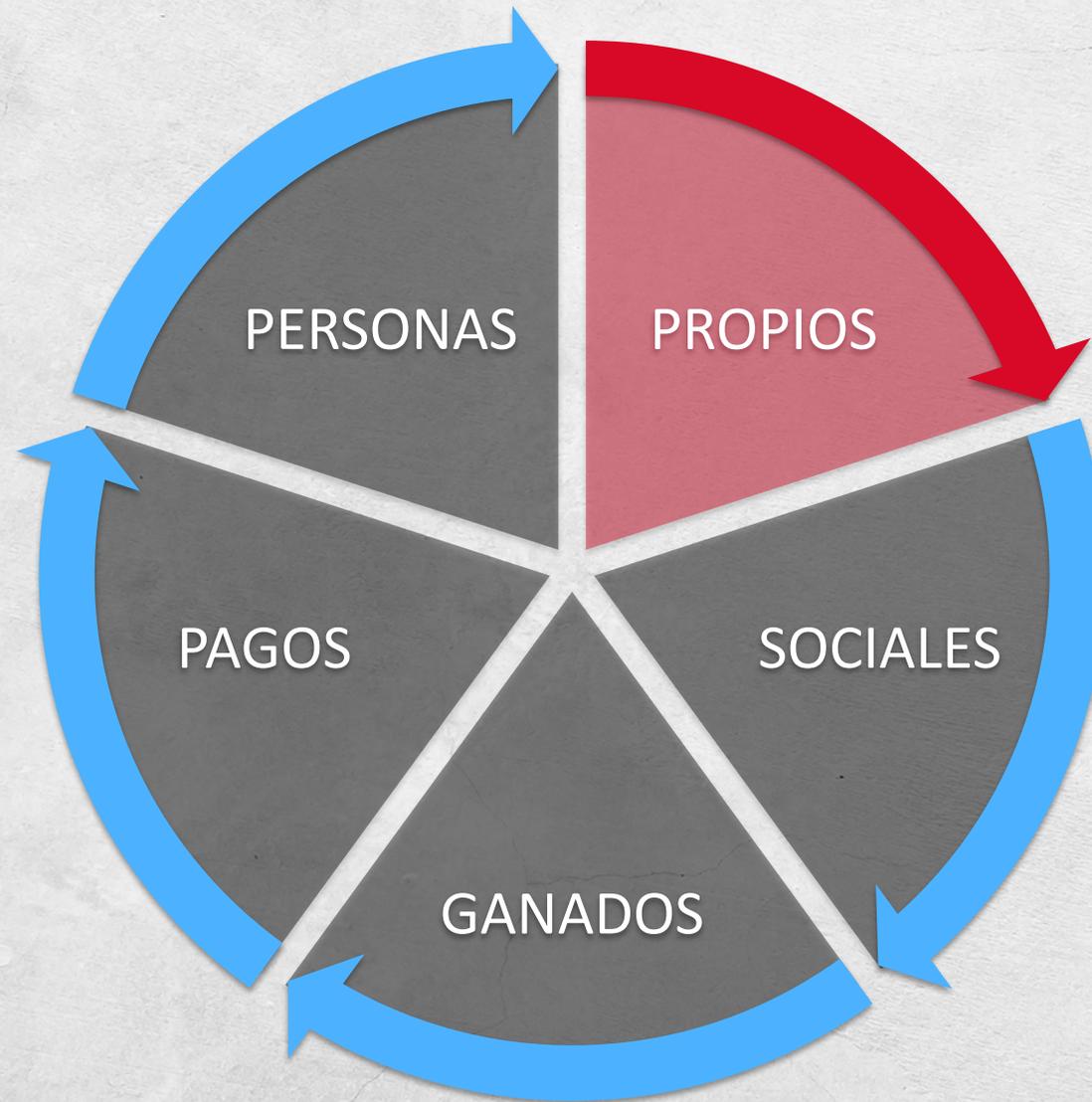
Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

El rol del sitio web:

- ✓ **SIEMPRE** debemos tener un Sitio Web propio.
- ✓ ¿Qué función cumple nuestro Sitio Web?
- ✓ Debe ser nuestro activo digital más importante.
- ✓ Debemos actualizarlo, renovarlo, darle vida.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.



Segunda temporada
Más Sano, Más Rico



BUENOS AIRES VERDE
Alimentación Inteligente

ALIMENTACIÓN SALUDABLE Y CONSCIENTE

Buenos Aires Verde te invita a descubrir el concepto de "alimentación inteligente" con propuestas vegetarianas, veganas y raw, orgánicas o libres de agroquímicos. Vení a sorprenderte y reencontrarte.



Sucursal Palermo
Gorriti 5657
Lunes a sábado de 9:00 a 00:00
Tel. [4775-9594](tel:4775-9594)

Sucursal Belgrano
Vidal 2226
Domingo de 10:00 a 16:00
Lunes de 18:00 a 00:00
Martes a sábado de 9:00 a 00:00
Tel. [4787-1375](tel:4787-1375)

SÉ PARTE DE NUESTRO UNIVERSO

_Para descubrir novedades y descuentos suscribite a nuestro newsletter aquí

Email

Nombre

[ENVIAR](#)

Este sitio está protegido por reCAPTCHA y se aplican la Política de privacidad de Google y los Términos de servicio.

Beneficios del sitio web:

- ✓ Capitalizar las búsquedas online de los posibles comensales.
- ✓ Tener un contacto online centralizado.
- ✓ Destino constante de campañas y estrategias.
- ✓ Manejo de contenidos 100% libre.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

Plataformas para desarrollo de sitio web:

The logo for Wix, featuring the word "WIX" in a bold, black, sans-serif font. The letter "i" is stylized with a white dot and a yellow-to-orange gradient shadow.The logo for WordPress, consisting of a circular icon with a white "W" on a dark background, followed by the word "WORDPRESS" in a dark, serif font.

Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

Cinco pautas clave:

1. ¿Sistema de medición instalado?
2. ¿Puedes instalar píxeles?
3. ¿Puedes actualizar tu web con facilidad?
4. ¿Puedes escalar tu web fácilmente?
5. ¿Es Mobile First?



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

¿QUÉ ES SEO?

SEO (Search Engine Optimization) es el posicionamiento en buscadores u optimización de motores de búsqueda. Es el proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados orgánicos de los diferentes buscadores.



Google Search

I'm Feeling Lucky



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

blog.restorando.com › ¿Dónde ir a comer? ▼

10 restaurantes en Belgrano para hacer un tour gastronómico

22 nov. 2017 - Definitivamente Don es, de los **restaurantes** en **Belgrano**, una ... este **restaurant** de comida **italiana** totalmente vidriado y muy luminoso.

www.guiaresto.com › Cocina Italiana ▼

Restaurantes y Bares de Cocina Italiana en Belgrano

Explora GuiaResto y encuentra tus **Restaurantes** y Bares de Cocina **Italiana en Belgrano**. La Fornarina, Ona Refugio, Da Orazio, La Parolaccia, La Parolaccia ...

www.laparolaccia.com ▼

La Parolaccia Cocina Italiana y Mediterranea

La Parolaccia - **Restaurantes** de Cocina **italiana** y mediterranea. Reservas al 0810-555-5272 o de ... Trattoria - Pilar · Llamar · Reservar · Trattoria - **Belgrano**.

capital-federal.guia.clarin.com › restaurantes-italianos ▼

Restaurantes Italianos en Capital Federal

Encontrá de manera rápida y gratuita **Restaurantes Italianos** en Capital Federal. ... Av. Del Libertador 5836, C.A.B.A **Belgrano**, Buenos Aires. Categoría: ...

Búsquedas relacionadas con restaurante italiano en belgrano

mauro it

cucina paradiso

pastas en belgrano

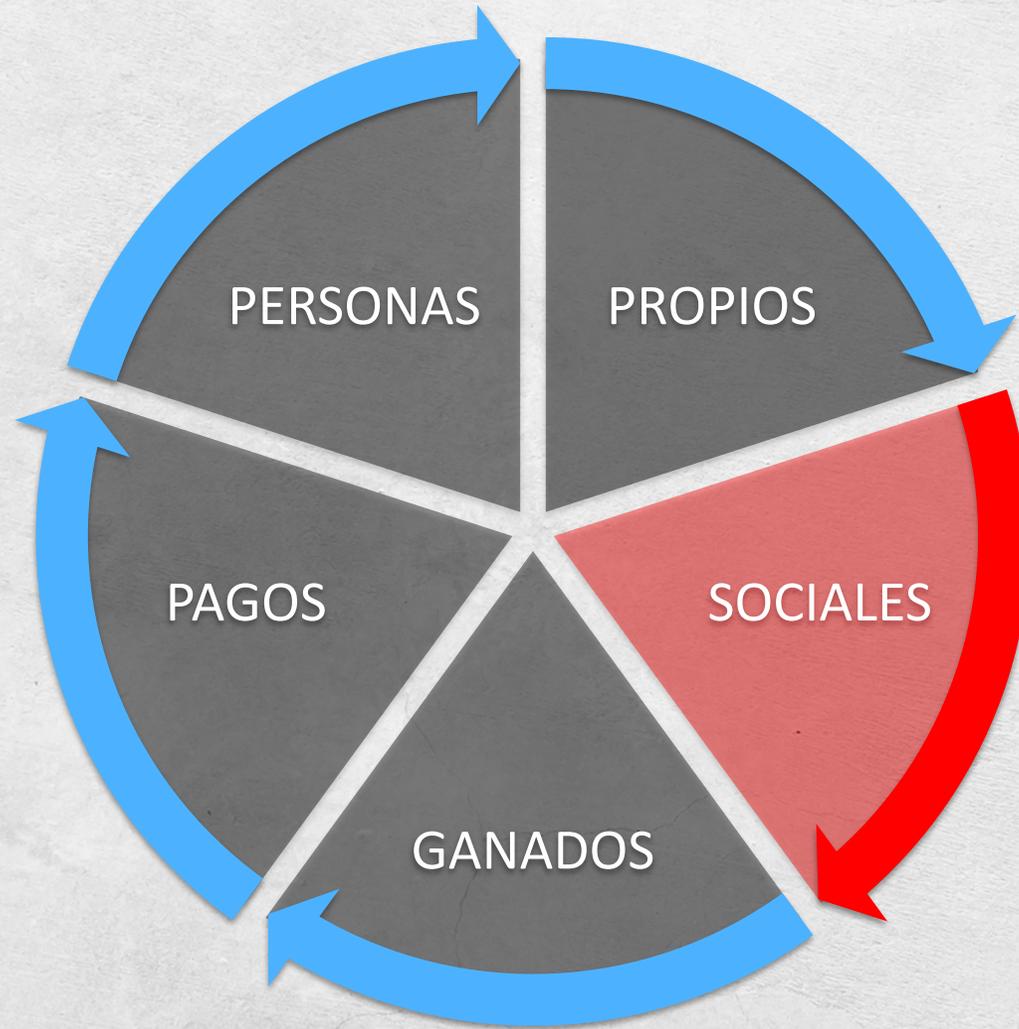
bruni restaurante

restaurante **de pastas** en **núñez**

cucina paradiso belgrano

mondo spaghetti belgrano

la juvenil de belgrano



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

Estrategia en canales y redes sociales:

- ✓ Son el mejor vehículo actual para llegar a nuestros potenciales clientes.
- ✓ Son el mejor vehículo actual para amplificar nuestro mensaje.
- ✓ Pero, ¿estamos pensando en las personas?
- ✓ ¿Estamos creando verdaderos vínculos con nuestros clientes?
- ✓ ¿Qué hace nuestro “Community Manager”?
- ✓ ¿Qué foco tiene nuestra estrategia de contenidos y publicación?
- ✓ Debemos tener una estrategia de contenido que generen REAL valor.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.



 **jordicruzoficial** • Follow ...

 **jordicruzoficial** Red Velvet de remolacha, vainilla y frambuesa

Para el Bizcocho:
225 gr Harina
225 gr Azúcar
200 gr Remolacha cocida
65 gr Frambuesas 5 huevos
15 gr Impulsor
2 vainas de vainilla

Para el relleno:
700 ml Nata para montar
250 gr Queso para untar
150 gr chocolate blanco
125 gr Azúcar glass con Vainilla

Para decorar:
Frambuesas

13w

398,536 views

MAY 24

Comments on this post have been limited.

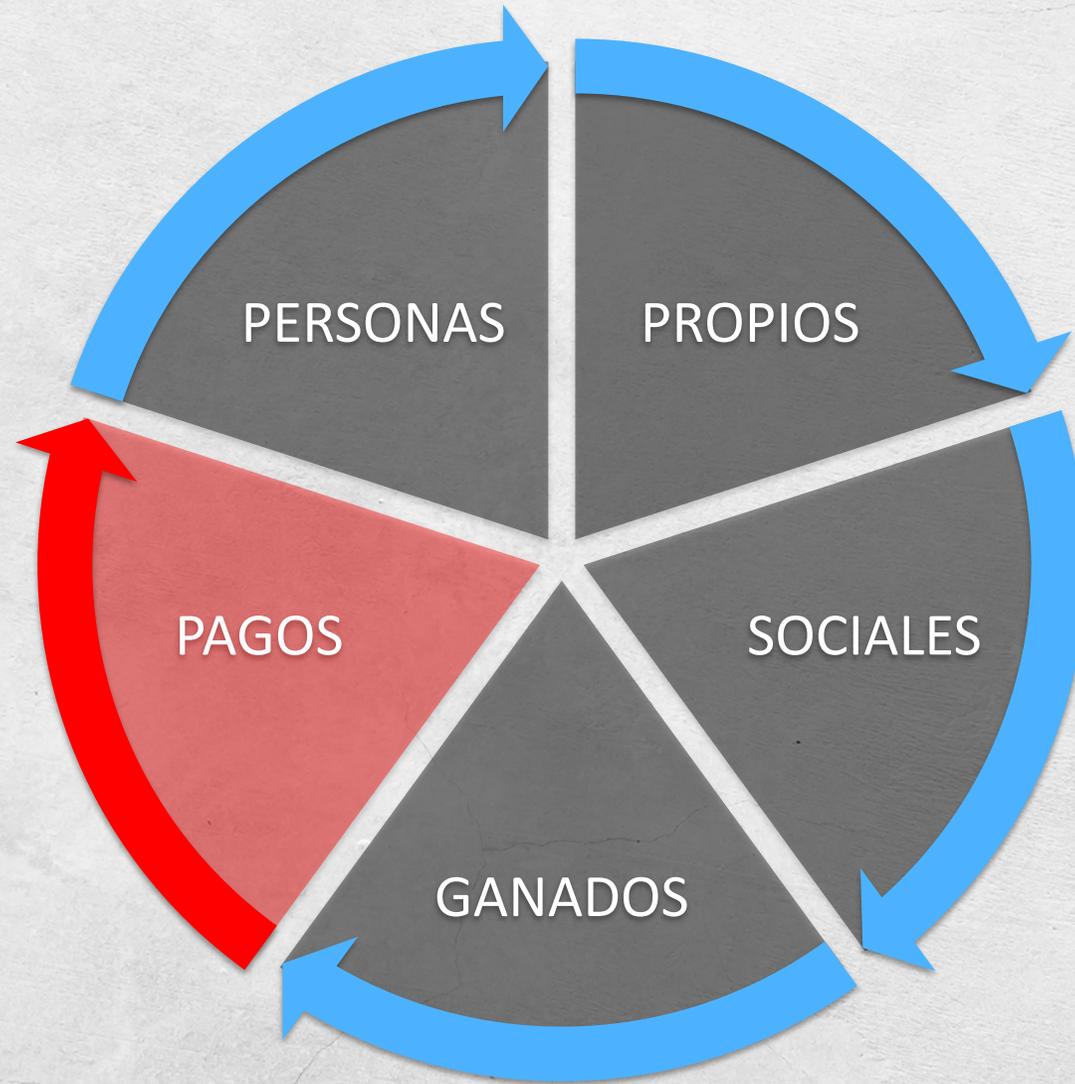
No hagas la cuenta o perfil de Instagram de un restaurante.

Crea una cuenta de Instagram para los fanáticos del buen vivir.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.



facebook
Ads

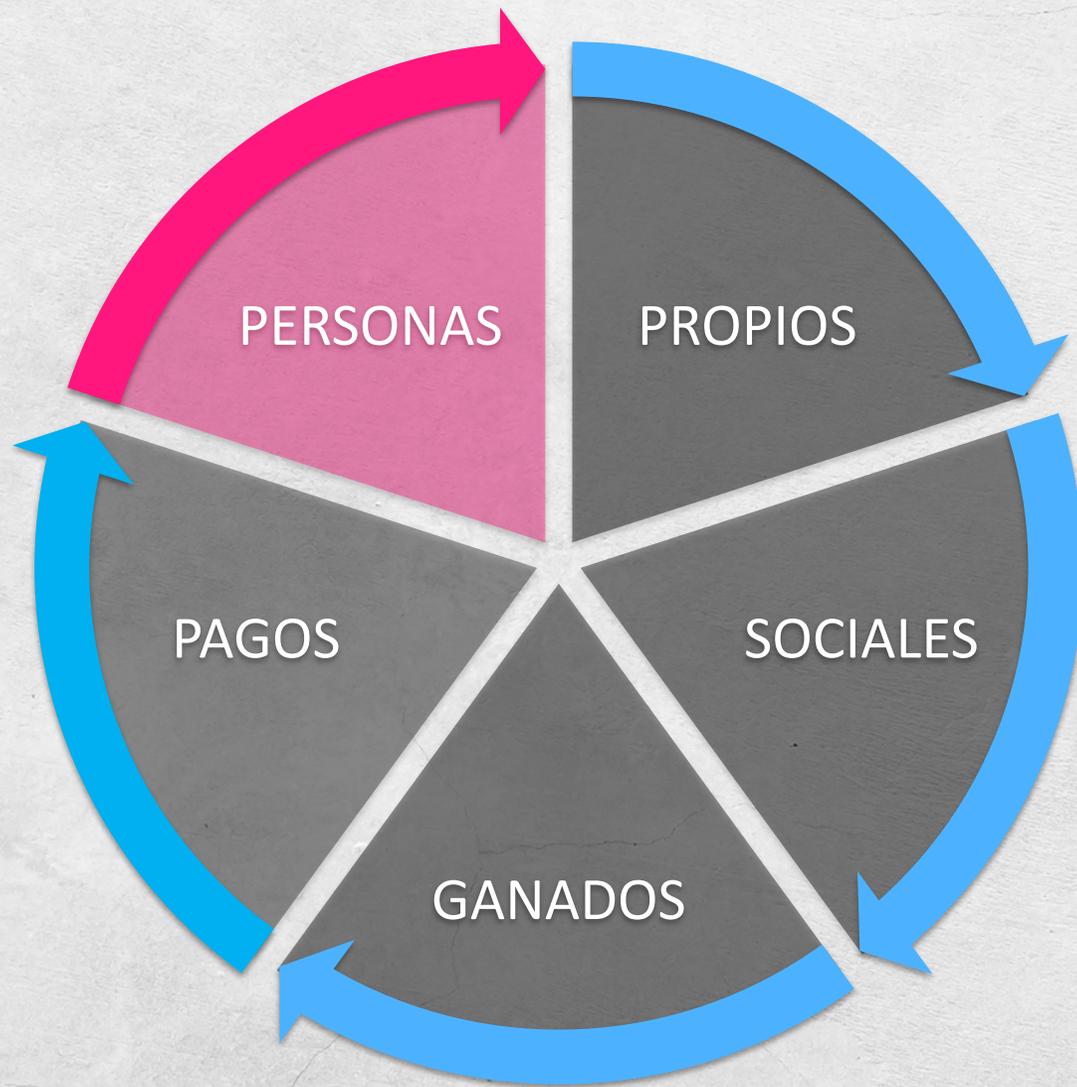


Google Ads



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

RECOMENDACIONES FINALES



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

NUESTROS WEBINARS

<https://www.unileverfoodsolutions.com.ar/inspiracion-para-chefs/webinars.html>

<https://www.unileverfoodsolutions.cl/inspiracion-para-chefs/webinars.html>



The screenshot shows a YouTube video player interface. At the top left, there is a Unilever Food Solutions logo and the text 'Herramientas digitales para restaurantes'. To the right, there is a 'Copiar vínculo...' button. The main title of the video is '"Herramientas Digitales para tu restaurante"'. Below the title, it says 'MÁS VIDEOS'. The video progress bar shows '0:16 / 1:08:26'. At the bottom right, there is a Unilever Food Solutions logo and the text 'Acompañar. Inspirar. Transformar.'.

Herramientas digitales para restaurantes



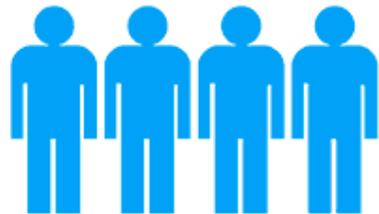
The screenshot shows a webinar slide titled 'ORADORES'. The background is a dark street scene. Two speakers are featured in circular frames: Pablo Di Meglio, Director de Estrategia de la agencia DIGIX, and Sebastián Israelit, Especialista en Food & Drinks Photography. The Unilever Food Solutions logo and the text 'Acompañar. Inspirar. Transformar.' are visible in the bottom right corner.

Tips para mejorar tus redes sociales



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

Make Marketing people loves.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

GRACIAS,
Pablo Di Meglio



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

PREGUNTAS Y RESPUESTAS



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

1) ¿Van a enviar la presentación del webinar?

Los webinars los compartimos a través de nuestras RRSS y vía correo. De todas maneras quedan registrados en nuestro canal de Youtube (https://www.youtube.com/channel/UCYdbB6qkA4Bo_YIRon6etFQ) y también están cargados en nuestras páginas web: Argentina: <https://www.unileverfoodsolutions.com.ar/inspiracion-para-chefs/webinars.html> Chile: <https://www.unileverfoodsolutions.cl/inspiracion-para-chefs/webinars.html>

2) ¿Lo digital va a matar a lo presencial?

Que las plataformas digitales y le era digital esté creciendo no significa que va a matar a lo presencial. Podemos tener una estrategia digital increíble pero si el servicio es malo, el back es malo esa estrategia no va a funcionar. No hay que descuidar la otra parte del negocio por volcarse a lo digital. Ambas cosas deben ir de la mano.

3) ¿Qué opinás de las plataformas que ofrecen e-commerce para recibir pedidos por WhatsApp?

Es una muy buena herramienta ya que permite tener un canal más de venta y además ayuda a simplificar los pedidos y poder ordenarlos, siempre y cuando podamos contar con alguien que se dedique a eso. La respuesta en WhatsApp debe ser rápida.

4) ¿Qué opinan sobre las aplicaciones propias para restaurantes?

Mi consejo más que pensar en desarrollar una app, que es más complicado y más costoso es que inviertas ese tiempo y dinero en tener un muy buen sitio web y buena presencia en RRSS, con una linda experiencia para el usuario y toda la información de utilidad que a tu consumidor le puede interesar.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

5) ¿Wix o wordpress?

Yo prefiero wordpress, también tiene que ver con el tiempo que llevo trabajando con esta plataforma pero requiere saber un poco más en detalle de diseño y programación o contratar a alguien. Lo bueno de Wix es que podés tener un sitio web con carrito de compras y todo sin ningún tipo de conocimiento, si querés hacerlo vos solo éste es el mejor camino.

6) ¿Wix es plataforma de hosting gratuito?

Wix ofrece alojamiento gratuito para los sitios que usan hasta 500 MB de almacenamiento en la nube, y 500 MB de ancho de banda.

7) ¿Cuáles son las maneras que vos creés que tenemos para poder trackear realmente el impacto que generó un influencer, sabiendo que, trabajamos con Rappi, Glovo, etc?

Los Stories son lo más sencillo de trackear. Los perfiles de más de 10k seguidores, tienen la posibilidad de incluir links en sus Stories mediante Swipe up por lo que si creamos un link personalizado para esa publicación, podremos ver el recorrido de los usuarios que lleguen a nuestra página desde esa historia, y medir el número de visitas y conversiones. Para el caso de las publicaciones en el feed de Instagram podemos medirlo por la interacción que generó nuestra publicación.

El tiempo de máxima interacción con un post suele durar hasta las 48–72h después de su publicación, y después baja drásticamente. El retorno se medirá comparando en Google Analytics la evolución de ventas y visitas a la ficha del producto publicitado, los días de antes y después de la publicación.

8) ¿Cómo reclutás influencers o como negociás?

Para elegir el influencer correcto siempre tenés que tener en cuenta cuál es tu cliente objetivo para encontrar un perfil que sea adecuado con tu buyer persona. Sirve mucho leer los comentarios de la gente en el perfil del influencer para entender como trabaja y con que tipo de público. No importan tanto la cantidad de seguidores que tenga sino la interacción con su público. La forma de negociar depende de tu presupuesto y cantidad de posteos, muchos aceptan canje y eso funciona muy bien!



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

9) ¿Qué KPI's son claves a la hora de hacer un seguimiento de mi estrategia?

Deberías pensar de acuerdo a tu negocio que es lo que quieres conseguir, ¿cantidad de clientes? ¿aumento de las ventas? ¿venta de un determinado plato? ¿desarrollo del delivery?. Siempre debe ser medible tu objetivo en el tiempo y en números reales.

10) ¿Whatsapp for business permite bots, atención de más de una persona o solo enterprise?

Si, permite bots. Hay aplicaciones que te permiten hacer chatbots. Algunas recomendaciones de app pagas LandBot. Hay pocas aplicaciones que te dejan hacer multiatención al cliente por WhatsApp una es Sirena pero tengo entendido que es costosa.

11) ¿Qué tener en cuenta a la hora de contratar a alguien para que se haga cargo de la parte digital?

Debería ser una persona que entienda del universo digital y si es posible también del gastronómico. Siempre depende también cuales serán sus funciones, si sera CM o hará campañas, etc.

12) Sobre Google my bussines ¿cómo se maneja cuando tienes varias sucursales?

Para cargar varias ubicaciones de tu negocio podés hacerlo usando el sistema de subidas masivas y así ir agregando cada local y administrarlos todos juntos como un único negocio. Puedes acceder a nuestro webinar sobre este tema en el siguiente link para obtener mucha mas información sobre esta plataforma de Google: Argentina: <https://www.unileverfoodsolutions.com.ar/inspiracion-para-chefs/webinars.html> Chile: <https://www.unileverfoodsolutions.cl/inspiracion-para-chefs/webinars.html>

13) ¿Algún sitito de fotos para recomendar?

Algunas páginas que puedo recomendarte que tienen muy buenas imágenes son Pixabay, Unsplash, Pikfree son las mejores.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

14) ¿Qué opinión tienes al respecto de la PWA (Progressive Web App), es momento de implementar?

Progressive Web App que es un tipo de aplicación móvil. No recomiendo tanto que te metas a hacer tu propias aplicaciones móviles, lo mejor es que te dediques a hacer tu sitio web, que se vea perfecta en mobile. Lo básico que te asegure impacto, visibilidad y ventas.

15) ¿Es recomendable utilizar Big Data o alguna herramienta de éste tipo?

Big data es un concepto muy amplio. Para tu sitio web tenés que tener instalado Google Analytics que te va a permitir medir todo lo que pasa en tu sitio. Y para redes sociales, cuando hacés publicidad las mismas plataformas te dan las métricas básicas, que en realidad son las más importantes.

16) ¿En el proceso de IAS, es necesario alinear a todo el equipo que trabaja en el restaurante o solo a los que se encargan de la atención al cliente?

Yo te recomiendo que lo hagas con todo el equipo, así todos trabajaran por el mismo objetivo común, desde los camareros hasta el equipo que tengas en cocina.

17) ¿Dónde sugerís hacer publicidad?

Google siempre es recomendable para aparecer primero en los motores de búsqueda. También complementar con redes sociales para dar mayor visibilidad a tu local.

18) ¿Qué opinión tenés de los sorteos en redes. ¿Cómo es mejor direccionarlos?

Los sorteos en redes sociales tienen muy buenos resultados y ayudan mucho a ganar nuevos seguidores. Si los armás en asociación con algun influencer o alguna empresa relacionada a tu local es mejor aún porque pueden potenciarse entre ambas marcas.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

19) ¿Se puede ser exitoso sin las aplicaciones de delivery?

¡Siempre se puede! Deberías pensar una estrategia para llevar tráfico a tu sitio o tu perfil de redes para generar pedidos directos. Lo que yo te recomiendo es que te apalanches de ambas cosas, que hagas una estrategia mixta que hagas publicidad de Google para capturar delivery propio y que trabajes con las aplicaciones para empezar a ganar visibilidad y conocimiento de tu restaurante, aprovechalo para ganar más clientes y ofrecé alguna promo especial en la próxima compra, si lo hacen desde tu web o por WhatsApp por ejemplo.

20) En resumen, ¿es más conveniente una buena página web que Instagram y Facebook?

Si podemos pensar en un equilibrio de ambas siempre es mejor, pero tener un buen sitio web siempre es más importante por que te permitirá estar en los motores de búsqueda que es donde los clientes te van a buscar. Si tienes presupuesto limitado, invierte en el desarrollo de tu página web, pero no descuides tus RRSS, podés continuar trabajando con las mismas con posts orgánicos.

21) ¿Qué información es necesaria dar en tu propia página web aparte de dirección, teléfono?

El menú que ofrecés, si tenés delivery, si hay alguna promoción especial, si tenes menú celíacos o vegetarianos por ejemplo.

22) ¿Por qué preferís el .com a el .com.ar ?

La única diferencia importante, es que con el .AR los clientes pueden identificar claramente que el negocio está localizado en Argentina mientras que los .COM no tienen una geografía establecida. A nivel técnico o funcional, elegir uno u otro es exactamente lo mismo ya que van a responder igual de bien. Incluso si hablamos de posicionamiento en buscadores (SEO) las personas realizando búsquedas en Argentina van a poder ver tu sitio independientemente del dominio elegido.

23) ¿Cómo puedo cuantificar el resultado de la estrategia, y si voy por buen camino?

Es importante que cuando armes tu estrategia establezcas objetivos claros, medibles y cuantificables para que eso te permita evaluar si en el tiempo que habías establecido lograste llegar a los números estimados. Lo más importante es siempre marcar objetivos que podamos medir en el tiempo.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

24) ¿El marketing tradicional se debe dejar de usar?

No, para nada. Deben convivir ambos y estar alineados. Lo más importante es que ambos universos estén con los objetivos dirigiendo al mismo lugar y que la experiencia en digital y tradicional, para nuestro usuario sea la misma.

25) Para la presencia en Google, ¿se puede sólo con las redes sociales o es necesario tener una web si o si?

Para una buena presencia en Google tenés que tener una web aunque sea simple, no alcanza solo con las redes sociales ya que cuando una persona quiera realizar una búsqueda en Google si no tenés una página tu restaurante es muy probable que no figure en el buscador.

26) En materia de publicidad hay muchas creatividades pero, ¿Cómo podemos descubrir esos insights ideales para capturar la atención desde el momento cero?

Para mi es la Experimentación, probar siempre. Animarnos a equivocarnos y hacer cosas nuevas. Porque siempre todo depende de la industria, del tipo del cliente, etc. Pero por ejemplo podés probar con diferentes estilos de creatividades y evaluar la interacción que lográs con cada una, también hacer testeos en diferentes horarios o días. Nosotros lo llamamos A B testing. Si usás Instagram podés probar con las stories para saber que opinan tus seguidores.

27) ¿Sirve una landing page en vez de un sitio web que es mas complejo?

En definitiva una landing page es un sitio web de una sola página, es parecido. Pero si sirve. Todo sirve para empezar.

28) ¿Hay algún lugar de dominios gratis?

Creo que no hay un lugar de dominios gratis, tengo entendido que todos los dominios hay que comprarlos pero no son muy costosos.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

29) ¿Hay alguna herramienta similar para la creación de aplicaciones?

Por lo general la creación de aplicaciones se hacen más a medida trabajándolas desde cero, se que existen hoy en día algunas. Podés buscar opciones en Google

30) Respecto al exceso de contenidos, ¿es bueno subir todo el tiempo información para tener mayor presencia o es mejor generar menor contenidos de buena calidad?

Ambas cosas, la clave del crecimiento en redes sociales es la frecuencia y consistencia pero manteniendo la calidad, ya que sino no tendrá el impacto necesario. Hay que tener constancia con buen contenido y acompañarlo con publicidad.

31) ¿Qué tiempos de medidas real sería lógica para medir resultados en cada canal entre oferta y reacción?

En el caso de redes sociales, máximo serían 72hs, es un tiempo en el que podés dejar tu promoción, oferta o la acción que desees llevar a cabo para darle tiempo a tus seguidores a interactuar. Por lo general la mayor cantidad de respuesta las vas a obtener el mismo día que subiste la publicación y después baja bastante.

32) ¿Para el caso de restaurantes qué redes no pueden faltar?

Te recomendaría que empieces con Instagram que es la red que te dará mayor visibilidad pero no dejes de sumar Facebook para poder completar tu estrategia de pauta y medición de resultados.

33) ¿Qué opinás de un tener un canal de YouTube?

Es una buena forma de darle visibilidad a tu local, pero siempre y cuando puedas subir contenido interesante, videos de recetas, por ejemplo, o experiencias novedosas para el usuario, entre otros. Si no, es mejor empezar con una sola red social y tenerla super actualizada.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.

34) ¿Para lanzar una tienda de Google estaría bien un presupuesto mínimo es 100 usd?

Para iniciar estaría bien, podés ir midiendo los resultados y haciendo pruebas y de acuerdo a los KPIs que marques para tu negocio, y así poder entender cuál sería la inversión más adecuada para tu negocio.

35) ¿Qué es mejor una tienda Online o la API de Whatsapp?

Mi recomendación es que puedas trabajar en tu tienda online, ya que te permitirá desarrollar tu web y, como explicaba antes, podés aparecer antes y con mayor facilidad en los motores de búsqueda. Incluso podés integrar el chat de Whatsapp en tu tienda online.



Unilever
Food
Solutions

Acompañar. Inspirar. Transformar.