

## **Comess Group defiende la adaptación del sector a las nuevas necesidades de los consumidores**

**No ha pasado mucho tiempo desde que los consumidores empezaron a intercambiar opiniones sobre los establecimientos que visitan a través de Facebook, Whatsapp o TripAdvisor. En apenas un par de décadas, la revolución digital ha cambiado por completo la forma de vida de las personas. Hoy, Comess Group defiende la adaptación del sector de la hostelería a las nuevas necesidades de los consumidores**

En palabras de Manuel Robledo, presidente de Comess Group, "todos estos fenómenos han condicionado la forma de consumir de las personas. Si visitan un local, lo primero que miran son los comentarios del establecimiento en TripAdvisor, Facebook o Google My Business. Luego hacen fotos, las comparten y la viralidad comienza sin saber hasta dónde llegará, encumbrando o hundiendo a establecimientos de hostelería dependiendo de si su experiencia fue positiva".

Las nuevas tecnologías han permitido al consumidor, por otro lado, conocer nuevas culturas, deliciosos ingredientes y formas de comer que eran totalmente desconocidas para alguien que no se haya pasado toda su vida viajando por el mundo. Y del mismo modo, también han permitido que el consumidor se forme en cómo lo que se come afecta a la salud.

"Estos cambios, unidos a la mayor concienciación social sobre el cuidado del medio ambiente, condicionan por completo el mensaje que los establecimientos y marcas de hostelería deben hacer llegar a sus clientes potenciales. Y es el marketing digital el nuevo elemento que permite a las marcas enviar este mensaje", continúa.

Así, el marketing digital se ha convertido en el principal canal de captación y mejora de la imagen de marca de casi cualquier franquicia de hostelería hoy en día. Su importancia radica en que permite a la franquicia expandirse de forma más efectiva y eficiente, a través de la captación de un mayor número de franquiciados.

Y es que en la actualidad, el marketing digital no sólo ofrece a cualquier franquiciado la posibilidad de abrir un negocio cuya enseña ya goce de popularidad y relevancia entre los consumidores, también seguirán beneficiándose de las acciones de marketing digital que la franquicia lleve a cabo a nivel de marca mucho después de la apertura del establecimiento.

En cuanto a cómo las franquicias de hostelería de Comess Group han conseguido adaptarse a estos cambios, Sara Vega, Directora de Marketing, Comunicación y RSC del grupo lo tiene claro: "Estamos en un sector altamente competitivo donde claramente hay que marcar la diferencia. Debemos enamorar a nuestros clientes a través del servicio, de la oferta gastronómica, del diseño de nuestros establecimientos, colocándoles siempre en el centro de la experiencia de la marca. Y esto solo se consigue si el tándem franquiciador-franquiciado funciona a la perfección".

**Datos de contacto:**

Comess Group

<https://www.comessgroup.com>

914 902 805

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Franquicias](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [Restauración](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>