

Cómo se puede tener un restaurante la mejor página web, y por qué hacerlo

Que un restaurante tenga la mejor página web sólo depende de una cosa: decidir qué partes del restaurante enseñar a los posibles clientes. Lo mejor es echarle imaginación y captar su atención con una web atractiva. #digitalizate @Fundae_es #formación #hosteleria #Digitalízate con @Fundae_es y @upta

Una de las dudas a la hora de abrir un restaurante o de promocionarlo si ya lleva un tiempo abierto y se quiere llegar a más público, es si hacer o no una página web. Cada restaurante es distinto, por lo que las necesidades de promoción en Internet van a variar en función de cada negocio. Pero lo primero que hay que tener claro es que estar, hay que estar. ¿Cuál es la mejor manera de tener presencia en Internet de manera eficaz y poder llegar así al gran público?

¿Qué servicios o contenidos puede tener la página web de un restaurante?

Evidentemente, hay algo que no se puede hacer, y que es reproducir en una página web la experiencia de comer en un establecimiento. Pero sí se puede acercar mucho a los clientes, futuros o actuales, al restaurante.

- Información de la carta o del menú del día. Muchos restaurantes publican y actualizan a diario sus platos disponibles. Si la comida es la diferencia, y los platos atraen al público, lo que se debe hacer es enseñarlos.

- Reserva online. Pero una página web no solo es una tarjeta de visita o una réplica de la carta. Una vez se ha conseguido que muchos de los posibles clientes visiten la parte virtual del restaurante, se puede hacer que hagan sus reservas desde allí, con lo que se ahorra tiempo, con una solución práctica. En el caso de un restaurante es muy importante que el usuario encuentre en la web lo que necesita, y muchos de los visitantes pueden tener la intención de reservar mesa para ese día o semana.

- Newsletter o boletín con actualidad. Si se cuenta con eventos o con novedades que al público fiel le sean de interés, es aconsejable invitarles a que se suscriban a los boletines. Herramientas como MailChimp, MDirector o Acumbamail ponen esta tarea mucho más fácil.

- Hablar del negocio. Algo bastante habitual en algunos restaurantes es aprovechar el escaparate que les ofrece su web para tener un blog donde cuenten la actualidad de su equipo, nuevas recetas, cambios de horario, eventos especiales... Internet da la oportunidad de que los clientes pongan "cara y ojos" a las personas de un restaurante, y es muy aconsejable aprovecharlo.

- Pedidos para recoger. Aunque no se tenga servicio de reparto a domicilio, es fácil ofrecer la posibilidad de que los clientes que quieran puedan hacer encargos para pasar a recogerlos por el

propio establecimiento. Abrir este canal puede dar lugar a aumentar la facturación de manera directa.

Antes de que el coronavirus pusiera patas arriba las costumbres de los españoles, y según un estudio de OpenTable en 2019, el 71% de las reservas de mesas se realizan desde el móvil. Transformado en comensales al año, la cifra es muy importante como para dejarla pasar.

No es necesario gastar miles de euros en el desarrollo de una web, afortunadamente, en el mercado hay muchas plataformas para hacer una web, así como instalar sistemas de reserva y facilitar el acceso de los clientes al local. Lo más importante es decidir qué se quiere enseñar del restaurante para captar la atención. El resto, con una buena formación digital y los conocimientos necesarios, pueden ser puestos en marcha por cualquier restaurante, sea del tamaño que sea.

Datos de contacto:

Cursos Gratuitos Digitalizate

Una Campaña de la UPTA - Financiada por Fundación Estatal para la Formación en el Empleo

91 539 81 26

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

Categorías: [Marketing E-Commerce Restauración](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>