

## **El marketing digital en restauración y hostelería es clave para aumentar las ventas**

### **Flipdish calcula que el ROI medio de las campañas alcanza el del 532% en un sector cada vez más centrado en el mundo digital**

Los restauradores que crean su propio territorio digital siguen aumentando en España en el último año, según Flipdish. Quienes creen que un perfil digital puede dar continuidad a su negocio, más allá de la pandemia, han encontrado en este operador tecnológico un aliado. El crecimiento de estos negocios y la transformación de los tradicionales es continuo, más cuando cifras del Barcelona Oberta muestran que, en Barcelona, un 35% de las tiendas y restaurantes no volverán a abrir sus puertas.

La pandemia supuso el aumento de los pedidos online en un 50% pero más allá de eso, la visibilidad de los negocios en el entorno digital es y será clave para llegar a un consumidor digital también saturado. Según Statista el volumen de ventas en comercios online prepandémico crecía entre 15% -20% anualmente en Estados Unidos hasta que llegó el COVID y creció un 44%.

Desde Flipdish, empresa que desarrolla soluciones tecnológicas para restauración y hostelería: webs, apps, kioskos, códigos QR y pedidos desde mesa propios de cada marca, ofrecen también soporte en marketing digital a sus clientes. Flipdish desarrolla campañas principalmente en Google (SEM), Facebook e Instagram, así como campañas de SMS. Sus resultados son espectaculares, con un ROI del 532% o, lo que es lo mismo, un retorno de 5,32€ por cada euro invertido.

Las empresas son muy conscientes de que las campañas digitales bien hechas aumentan el tráfico, la generación de leads y el engagement con sus públicos objetivos. Además, es el único sistema de pedidos en línea de marca blanca que permite a los clientes hacer pedidos directamente desde las redes sociales, principalmente Google, Facebook e Instagram. Un ejemplo de ello es Miss Chen, un restaurante asiático en Valdebebas, Madrid, cuyo ROI medio ha llegado al 2.300% en dos años de campaña y cuyo aumento de ventas ha sido de un 200%.

En palabras de Daniel Hernández, Country Manager de Flipdish en España “estamos plenamente inmersos en una transformación digital, con consumidores cada vez más receptivos a realizar pedidos online y a utilizar tecnología para interactuar con su restaurante favorito (kioskos, página web, códigos QR, apps para delivery), y un sector reinventado y consciente de la necesidad de digitalizar su negocio para no perder competitividad. Todo esto no lleva a que a día de hoy sea inevitable no dedicar parte de nuestro presupuesto a publicidad online. Es en internet donde los consumidores pasan cada vez más tiempo y donde interactúan con nuestro negocio”.

Para Hernández: “Podemos cuidar nuestra comunidad en redes, pero el crecimiento orgánico está muerto. Los datos muestran que solo un 0,05% de los seguidores llegan a ver nuestros posts en Facebook. Google y las redes sociales son los canales donde conseguimos mayor retorno. Lo más importante es que las campañas de marketing digital mantienen el engagement con el público objetivo,

generando una relación a largo plazo y la posibilidad de adaptar nuestro producto a los gustos del público al que nos dirigimos”.

Fundada en 2015 por los hermanos y empresarios irlandeses, Conor y James McCarthy, la idea de esta empresa surgió al darse cuenta que no existía nada que les permitiera pedir sus comidas favoritas a los restaurantes de siempre, de forma rápida, directa y sin tener que usar portales de intermediarios. Actualmente Flipdish está presente en 20 países y cuenta con más de 230 empleados que hablan más de 30 idiomas.

<https://www.flipdish.com/es/>

**Datos de contacto:**

Gloria Almirall Arnal  
637883077

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

Categorías: [Nacional](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Turismo](#) [Emprendedores](#) [Restauración](#) [Consumo](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>