

## **Opiniones en Google: la receta del éxito para muchos restaurantes**

**Según Opinas, en un mundo donde la calidad del plato ya no es la única carta de presentación, los restaurantes buscan ganarse la ovación en la escena digital. Las opiniones en plataformas como Google o Tripadvisor se convierten en el nuevo ingrediente clave para el éxito, antes incluso de entrar al local**

Hoy día, ofrecer platos exquisitos y un servicio de primera no es suficiente para que un restaurante se corone como referente. La era digital ha otorgado un protagonismo inusitado a las opiniones en internet, convirtiéndolas en un criterio crucial para muchos a la hora de decidir dónde cenar o comer. En este panorama, plataformas como Google, TripAdvisor, se han convertido en actores principales.

La experiencia del cliente va más allá de la estancia en el establecimiento. Una vez satisfecho su apetito, tiene en su mano la capacidad de influir en futuros clientes con solo una reseña. Expertos en marketing gastronómico apuntan que este es uno de los aspectos cruciales para destacar en el competido sector de la gastronomía.

"Facilitar enlaces directos a perfiles en plataformas relevantes, como Google o TripAdvisor puede ser el detonante para que esa opinión se comparta o se quede en el tintero", afirma Sergio Polo, desarrollador de Opinas, una herramienta que simplifica este proceso con códigos QR y tarjetas NFC que permiten a los clientes compartir su opinión en unos segundos y además permite saber cuántas reseñas están consiguiendo los restaurantes de la competencia.

Motivar a los clientes a compartir sus vivencias en internet puede marcar la diferencia. Mientras algunos optan por sutiles recordatorios en la carta, otros proponen descuentos para futuras visitas. El fin último: animar a que esas experiencias se reflejen en internet.

Pero el trabajo no acaba cuando se publica la opinión. Responder a estas, tanto si son elogiosas como si son críticas, es esencial. Esta interacción no solo evidencia el compromiso del restaurante con sus clientes, sino que es también una oportunidad para demostrar su afán de superación y adaptabilidad.

Mantener una actividad constante en redes sociales y organizar eventos son otros métodos para mantener el interés del público y conseguir más opiniones. Con la competencia al acecho, cada opinión en la red es una oportunidad de oro para que los restaurantes se distingan y consoliden su posición en la escena gastronómica digital.

### **Datos de contacto:**

Sergio Polo  
659686345

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

Categorías: [Marketing](#) [Madrid](#) [Restauración](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>