

## La importancia de una buena reputación en internet para restaurantes

El día a día de las operaciones de un restaurante de éxito es diferente a la mayoría de las industrias, hay muchos aspectos diferentes involucrados: preparación, servicio y administración, por nombrar algunos. **La reputación en internet para restaurantes es algo que va más allá de la publicidad.**

Antes de la era de internet, la gente iba a su bar local por los amigos a los que siempre habían estado acostumbrados, "...A veces, quieres ir a donde todos saben tu nombre."



Aunque el boca a boca sigue siendo extremadamente importante en el mundo de los restaurantes, la forma en que se corre la voz sobre un restaurante en línea ha cambiado mucho en los últimos años.

**Todos hemos visto las pesadillas que se desarrollan para algunos desafortunados dueños de restaurantes.**

### Cómo funciona la reputación en internet para restaurantes

**Ahora, hay un medio que puede llegar fácilmente a la audiencia global.** Por esta razón, la importancia de la gestión de la reputación en internet para restaurantes es extremadamente importante si eres propietario de un restaurante y cuanto antes pueda abordar una crítica negativa, mejor.



La importancia de la gestión de la reputación para los restaurantes es lo más importante para cualquier propietario de una pequeña empresa. **Esto demuestra que adoptar un enfoque proactivo con su reputación en línea puede ser una parte crucial de la gestión de su restaurante.**

Los comensales esperan mucho de los restaurantes en los que eligen pasar su tiempo y si no están satisfechos, es extremadamente sencillo publicar una [crítica negativa](#) en línea.

## Las aplicaciones móviles de los restaurantes

**Los restaurantes son la "Industria más buscada por los consumidores en dispositivos móviles".** A medida que entramos en esta era, la importancia de la gestión de la reputación en internet para los restaurantes se vuelve abrumadora.



Existen numerosos estudios que apuntan a la importancia de la gestión de la reputación de los restaurantes.

Sabemos lo importantes que son los sitios de revisión y cuando añadimos ese hecho estadístico y observamos cómo los dispositivos móviles juegan un papel tan importante en la toma de decisiones para los restaurantes, la importancia de la gestión de la reputación de los restaurantes es incuestionable.

**Considera al consumidor, decide que se está muriendo de hambre,** pero se encuentra a kilómetros de tus restaurantes favoritos, intuitivamente su primera reacción, a su vez a los niños les preguntan qué tipo de comida quieren.

Abrir esa aplicación de búsqueda de gritos para una pizzería y boom, lo que tiene las mejores calificaciones obtener la primera llamada para una reservación.

## ¿Por qué hay más críticas de los clientes en restaurantes y hoteles que en el sector de la salud o en las tiendas de automóviles?

La respuesta más utilizada fue en la línea de opciones reales en hoteles y restaurantes son infinitos, mientras que las opciones reales de atención médica son casi nulas.

Por lo tanto, dado que la importancia de la gestión de la reputación para los restaurantes es extremadamente crítica, la pregunta más importante es: ¿Cómo puede un restaurante obtener críticas sorprendentes?



**En esta era digital, mantener una reputación positiva es imperativo ya que juega un papel vital en el crecimiento de su organización.** Cuando la reputación de tu negocio está en duda, no actuar a tiempo para reparar cualquier daño causado en línea podría tener repercusiones importantes para el negocio.

Después de todo, es la forma en que el mundo lo percibe y, por lo tanto, protegerlo y repararlo es fundamental para las empresas.

Desde los últimos años, la gestión de la reputación de los restaurantes ha crecido en importancia, ya que una sólida reputación en línea afecta directamente al potencial de ingresos de un restaurante.

Una reputación positiva no sólo hará que los nuevos clientes acudan en masa para probar el menú, sino que también ayudará a atraer a nuevos empleados **y a mantener contentos a los clientes y empleados existentes.**

Dicho esto, puede resultar una tarea difícil si lo que buscas es mantener una sólida reputación en línea.

La parte más inquietante de esto es que incluso un solo mensaje o hilo negativo en Internet puede deshacer todo su buen trabajo anterior, destruyendo así su reputación, imagen, percepción de marca y lealtad del consumidor por completo.

## **¿Cómo establecer una estrategia de gestión de la reputación de los restaurantes?**

Gestionar revisiones en línea si eres dueño de un restaurante, lo primero que debe hacer es empezar a tomar en serio las revisiones de las páginas del sitio de los restaurantes.

Responder a las [críticas](#) en línea desempeña un papel importante en el aumento de los ingresos, pero muchos restauradores hacen el pecado capital de no responder a las críticas, o peor aún responder incorrectamente, por lo tanto, el aumento del daño hecho.

Al responder a las críticas en línea, muestra que estás escuchando a tus clientes. **Por eso, asegúrate de responder siempre a tus clientes. Además, tus clasificaciones por estrellas y de búsqueda también dependen totalmente de ellas.**



## Recomendaciones para gestionar mejor tu restaurante

Según un estudio realizado por la Universidad de California Berkeley, se reveló que incluso una mejora de media estrella en las calificaciones de los restaurantes de reseñas en línea **puede llevar a un aumento de 30 a 49 por ciento en las posibilidades de que un restaurante esté completamente reservado durante las horas de mayor afluencia de público.**

Además, asegúrate de reclamar tu página en los mejores sitios de reseñas autenticando tus credenciales.

Esto te ayudará a microgestionar información importante en tu página, a la vez que le proporcionará una representación más precisa de su negocio, desde su horario de trabajo hasta las instalaciones disponibles en el restaurante.

### Monitoreo de medios sociales

Tener una gran presencia en los canales de los medios de comunicación social es una necesidad, ya que la "vibración" que refleja su restaurante **puede desempeñar un papel importante a la hora de determinar si los nuevos clientes quieren ir a comer o beber algo.**

Es crucial que mantengas un registro de lo que los clientes están diciendo sobre ti en los principales sitios de reseñas como Zomato, Yelp, Facebook, Instagram y Twitter.

Además, es necesario improvisar interactuando, construyendo, involucrando y respondiendo a todas las preguntas de servicio al cliente, lo que ayudará a establecer una base de fans de la comunidad.

Además, sigue subiendo nuevas fotos, mensajes interesantes, hashtags divertidos, mientras tomas otras medidas similares. **Estas iniciativas contribuirán en gran medida a que tu página sea entretenida, informativa e interesante para tu público objetivo.**

Conoce lo que hace un [TripAdvisor](#) sobre reseñas injustas

## Consejos de gestión de reputación en línea para restaurantes

- **Algunos consejos de gestión de la reputación en línea que podrían ayudar a guiarte mejor.**
  - Mantén una sección separada dedicada a los blogs. Estos blogs podrían resaltar las tendencias actuales en el negocio de la restauración, las nuevas ofertas de comida, etc.

**Esto no sólo le ayudará a aumentar el compromiso de los usuarios, sino que también mejorará la visibilidad de su marca en los diferentes listados de restaurantes.**

- Nunca publiques noticias o críticas falsas en cualquier cosa que pertenezca a los restaurantes de reseñas, ya que esto podría empañar la imagen de tu restaurante si alguna vez le pillan.
- Construye una comunidad en todos los canales de los medios sociales y mantenlos cautivado en todo momento. No hay nada más importante que tener una base de clientes leales que te apoyen.
- También, puedes hacer uso de fotos y videos siempre que sea posible.
- Es importante que verifiques y reclames tu listado en algunos de los mejores sitios web para restaurantes como Google o Yelp business restaurant listings tan pronto como sea posible.
- Considera siempre a su audiencia cuando publiques en los medios sociales, ya que tu mensaje podría parecer ofensivo para un determinado grupo de personas.
- Atrae clientes comerciales con LinkedIn. No dudes en buscar ayuda de terceros, como Google Reviews restaurants, si necesitas ayuda para gestionar tu reputación en línea.
- Como propietario de un negocio, debes ser tu mayor prioridad prestar atención y responder a lo que sus clientes están diciendo acerca de tu restaurante.

Ya sea que tus críticas de restaurantes sean positivas o negativas, asegúrate de responder para que pueda mejorar la experiencia general de tus clientes.