

MARKETING PARA RESTAURANTES Y HOSTELERÍA

ORÍGENES

UNA PUBLICIDAD RÍGIDA, EN UN SOLO CANAL Y EN UNA ÚNICA DIRECCIÓN

Se limitaba a presentar las **ventajas** y **virtudes** de un hotel o restaurante

Informativa, simple y directa

En un solo medio, normalmente una **radio** local, una **valla** en la calle o un anuncio en una **revista**

Sin posibilidad de **interactuar** con el usuario



EN LA ACTUALIDAD

CAMBIO EN LOS HÁBITOS DE CONSUMO Y REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA

Cambio en los **hábitos** de comportamiento de los consumidores en la búsqueda de información y ocio.

Se ha producido una completa **transformación digital**.

La comunicación se basa en establecer un **feedback** intenso y constante con los usuarios.

Publicidad multicanal, con gran protagonismo de **Internet** y las **redes sociales**.



APLICACIÓN DEL MARKETING MIX A LA RESTAURACIÓN

PRODUCTO



Entendiendo el producto de hostelería de un **modo integral**: cocina, servicio, ambientación, personal...

Tratando de conseguir la mejor **calidad-precio** dentro de la categoría de nuestro local.

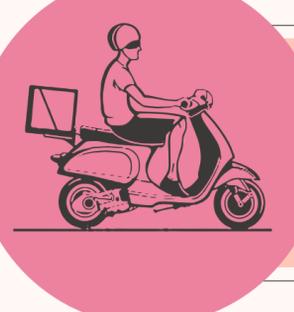
PRECIO



Aplicando una política de precios que tenga en cuenta **todos los factores**: categoría, del local, ubicación, tipo de clientela.

Estudiando cuidadosamente cada producto o servicio, tanto por separado como en conjunto, con el fin de lograr una **rentabilidad adecuada**.

DISTRIBUCIÓN



En restauración, la distribución se practica normalmente en el **mismo local** y de **manera inmediata**.

Añadiendo valor a la distribución con **nuevos conceptos**, como el autoservicio, la comida a domicilio o el catering.

COMUNICACIÓN



Enfocando las estrategias de comunicación con el cliente apelando a sus **emociones**.

Utilizando tanto los medios **online** como **offline** en base a una estrategia integral.

Usando la **carta** como elemento de marketing

EL CLIENTE COMO ELEMENTO CENTRAL DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING

Para que una estrategia de marketing tenga **éxito** debe ofrecer al cliente lo que **quiere** y **necesita**.

¿Cómo se logra esto?



Definiendo muy bien nuestro **target** o **público tipo**.



Utilizando todos los **datos** a nuestro alcance para conocer bien y saber qué desea el cliente.



Disponiendo de **profesionales** capaces de satisfacer esas necesidades del cliente.