



ECOMMERCE EN RESTAURANTES:

**¿Qué es, Cómo y Por qué
aumenta tus ventas?**

Contenido

1. Introducción

2. ¿Qué es un ecommerce y cuál es su ventaja para los restaurantes?

3. El ecommerce como pilar del marketing digital para restaurantes

5. Tipos de ecommerce y cuál es el más recomendado para restaurantes

5. Tipos de comercio electrónico según los actores del negocio

- B2B
- B2C
- C2B
- C2C

6. Pasos para implementar un ecommerce en tu restaurante

- Elección de hosting
- Selección de dominio
- Elección de la plataforma en la que desarrollar el ecommerce
- Contenidos audiovisual atractivo
- Integración de herramientas de gestión
- Estrategia de Publicidad Online
- Estrategia de retención de clientes
- Estrategia de contenido

11. Herramientas clave que todo ecommerce de un restaurante debe implementar

- Herramientas para llevar tráfico al ecommerce
 - SEM: Google Ads, Pinterest Ads, Facebook e Instagram Ads
 - SEO: Blog
- Herramientas de atención al cliente
 - WhatsApp empresarial para restaurantes
 - Bot Facebook

13. Herramientas de gestión de pedidos a domicilio y clientes

- Picker
- CRM
- Carta digital

15. Potencia tu ecommerce con estrategias de Marketing digital para restaurantes

- Experiencia de usuario
 - Reputación online
 - Retención de clientes
- SEM
- SEO

17. Retos a los que se enfrenta un ecommerce de restaurante y cómo solucionarlos

- Pérdida de tiempo en el registro de los pedidos
- Caos en la gestión de varias empresas de delivery al mismo tiempo
- Tener un control de las ventas integrales
- Tener el control de la cadena de servicios de entrega
- Gestión del stock

18. 2 Ejemplos de ecommerce para restaurantes

18. Cómo Picker puede potencializar tu ecommerce

19. Conclusión



Ecommerce: qué es y todo lo que necesitas saber para tu restaurante

Conocer el ecommerce, qué es y todo lo que representa para tu restaurante, te va a permitir crecer como empresa y aumentar tus ventas.

Crear un sitio de comercio electrónico para tu restaurante significa abrir las puertas de tu local en línea. De esta forma brindas a tus clientes la oportunidad de comprar comida a domicilio, para llevar o solicitar su pedido para consumir en el restaurante.

Un sitio de comercio electrónico no reemplazará a tu local físico, sino que será un canal paralelo a este último que te permitirá incrementar las ventas y llegar a la gran cantidad de personas que compran online.

Conoce en este artículo todo sobre el ecommerce, qué es y por qué es importante que tengas uno para tu restaurante.

¿Qué es un ecommerce y cuál es su ventaja para los restaurantes?

Un ecommerce es un negocio electrónico. En este tipo de negocio, básicamente, todos los aspectos relacionados con el contacto con el cliente, como la exposición del producto, el servicio al cliente, las cotizaciones y los pagos, se realizan en línea.

Tal vez te preguntes por qué abrir un ecommerce para tu restaurante, ya que puedes hacer los domicilios o pedidos para llevar fácilmente, tomando pedidos por teléfono.

Sin embargo, con un ecommerce para tu restaurante puedes garantizar un excelente servicio compuesto por reservas de mesa en dos clics, menús online, compra de comidas para llevar o reservas a domicilio.

Además, garantizas un servicio eficaz y rápido con las siguientes ventajas:

1. Ahorras tiempo: Dejas de perder el tiempo solo para contestar el teléfono, el proceso está automatizado.

2. Disminuyen tiempos de espera: No más esperas de los clientes. Puedes programar tiempos de entrega de acuerdo a tus necesidades, el cliente solamente elige la franja horaria con base en las indicaciones del sitio.

3. Disminuyen tus costos: Hay una reducción significativa de costos de gestión, gracias a los procesos automatizados.

4. Aumentas tu clientela: Tienes la oportunidad de llegar un mayor número de clientes objetivos en tu área.

5. Mayor popularidad: Aumentas la popularidad de tu marca gracias a las iniciativas de marketing de comercio electrónico.

6. Fidelizas tus clientes: Tienes más herramientas para retener a tus clientes y conseguir que hagan pedidos con más frecuencia.

El ecommerce como pilar del marketing digital para restaurantes

Desarrollar una estrategia de marketing efectiva en la industria de los restaurantes no significa simplemente crear algunas publicaciones en Facebook e Instagram. Es necesario la creación de un ecommerce funcional y adaptado a las necesidades, tanto de los clientes externos como internos.

Un ecommerce es el pilar de marketing digital para tu restaurante. Sirve para publicidad en Facebook, para campañas de Google Ads, para entender cómo optimizar tu sitio en la experiencia de navegación, para entender cuántos usuarios entran sin comprar, cuál es la tasa de conversión, registros de clientes, una base de datos de contactos y mucho más.

No puedes olvidar que el marketing digital en el sector de los restaurantes significa estructurar una presencia online que se integre perfectamente con el trabajo y las iniciativas que se llevan a cabo dentro de tu restaurante.



Tipos de ecommerce y cuál es el más recomendado para restaurantes

Existen diferentes tipos de ecommerce, que van desde una simple tienda web hasta portales de servicios e intercambios en línea. Antes de comenzar a crear el ecommerce para tu restaurante debes conocer qué modelo se adapta mejor al mismo.

Tipos de comercio electrónico según los actores del negocio

Los tipos principales de comercio electrónico, difieren según los actores que intervienen en los mismos. Entre estos tipos podemos mencionar:

B2B

Business to Business (B2B) se refiere a las transacciones comerciales electrónicas entre personas jurídicas. Es decir, las empresas interactúan entre sí.

B2C

Business to Consumer (B2C) se refiere al comercio de bienes y servicios entre personas jurídicas y personas físicas. Es decir, la venta de bienes o servicios a clientes privados a través de un sitio web.

C2B

Con el enfoque de cliente a negocio o C2B, los clientes finales se dirigen específicamente a la empresa. El cliente mismo establece el costo de los bienes y servicios votando, y el vendedor está de acuerdo o no con la transacción.

C2C

Consumer to Consumer (C2C) involucra transacciones entre individuos. Se basa en las relaciones comerciales de los usuarios a través del sistema de anuncios electrónicos. Los consumidores pueden venderse algo entre sí, es decir, la contraparte en línea de los anuncios clasificados impresos. Un sitio web solo proporciona la interfaz de usuario y el sistema para el intercambio de bienes.

Pasos para implementar un ecommerce en tu restaurante

Para que el ecommerce de tu restaurante sea todo un éxito sigue estos pasos de implementación:

1. Elección de hosting

El hosting es el lugar donde se almacenan todos los archivos e información de tu sitio web, siendo el responsable de mantener disponible tu restaurante para que los clientes puedan visitarlo.

Para su elección debes identificar tus necesidades de comercio electrónico, considerando aspectos como el tamaño de tu restaurante, la cantidad de servicios y productos que ofreces, la inversión disponible, la expectativa de tráfico y la previsión de crecimiento del negocio.

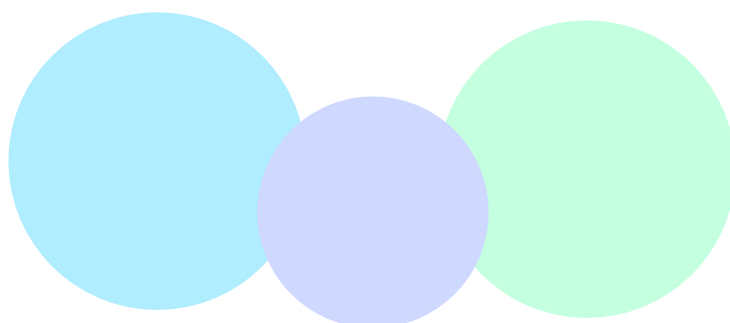
Luego evalúa las principales empresas de hosting del mercado y los planes disponibles. Toma en cuenta la eficiencia, estabilidad y seguridad del hosting, así evitas inconvenientes futuros con tu ecommerce.

2. Selección de dominio

El dominio web es el nombre único e irrepetible que recibe un sitio web en internet. Así que una vez que has registrado tu dominio, has ganado exclusividad con este. Esto quiere decir que nadie más podrá usarlo.

Al igual que la dirección física de tu restaurante ayuda a tus comensales a encontrar el establecimiento comercial, el dominio tiene como fin ayudar a tus clientes a encontrar tu sitio web.

Recuerda que será más sencillo para tus clientes encontrar tu restaurante si eliges un dominio que va acorde a tu marca, lo que ofreces y quién eres.



3. Elección de la plataforma en la que desarrollar el ecommerce

La plataforma en la que desarrollas tu ecommerce es el corazón del negocio. Es un software que sirve para crear tu negocio online.

Puedes desarrollarlo con un experto o comprar una solución existente que te proporcione todo lo que necesitas para concentrarte en vender y no en la tecnología necesaria para respaldar tu plataforma. Idealmente, la elección debe hacerse en función de aspectos prácticos y operativos, como el acceso y el crecimiento previstos.

4. Contenidos audiovisual atractivo

La comunicación visual, a través de imágenes y videos, es muy importante para fomentar la creación de una relación de confianza y estimular en los clientes el deseo de probar otros platos de la carta.

Todo esto no se puede hacer al azar, se necesita una estrategia sólida de base, diseñada para llevarse a cabo en el tiempo y consistente con tu restaurante.



5. Integración de herramientas de gestión

Las integraciones son las que hacen que la operación del negocio en línea sea escalable y permitan que el negocio crezca. Es muy probable que se necesiten otros sistemas para asistir en la administración de tu ecommerce. Las herramientas de marketing, contabilidad, logística y servicios son ejemplos de posibles integraciones que facilitarán tu día a día y potenciarán tus ventas.

Entre las herramientas de gestión que son claves para integrar en tu ecommerce tenemos:

CRM

CRM no es más que su base de datos de clientes. Contiene toda la información que te ayudará a conocer mejor a tu audiencia y te permitirá planificar campañas de marketing mucho más específicas.

Con un CRM no solo puedes comprender las necesidades de tus clientes. También te permite crear una experiencia de usuario efectiva y satisfactoria.

Pagos

Una vez definida la zona geográfica donde vas a vender, debes asegurarte de que la plataforma elegida cuente con las mejores pasarelas de pago para tus clientes.

Logística

Cuanto más simple, mejor. Evalúa las integraciones que ofrece la plataforma para facilitar la entrega de pedidos en el menor tiempo posible.

6. Estrategia de Publicidad Online

Los clientes de restaurantes buscan lugares en sus teléfonos inteligentes, reciben mensajes de marketing digital, usan Internet para el servicio al cliente y buscan nuevos restaurantes leyendo reseñas en línea.

Si no tienes un plan de marketing online, tu restaurante no será visible para la mayoría de los clientes, incluso cuando pasen junto a tu negocio, pero con los ojos pegados a las pantallas de sus teléfonos.

7. Estrategia de retención de clientes

El éxito de la estrategia para fidelizar a los clientes de un restaurante depende, sin duda, de la experiencia que tu restaurante sea capaz de ofrecer.

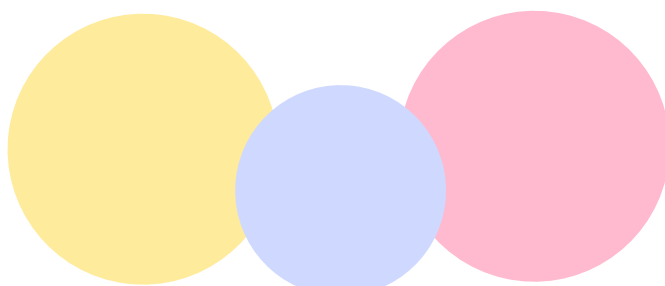
Para construir una relación sólida no basta con apoyarse en la tecnología, sino que se necesita un compromiso activo y diario.

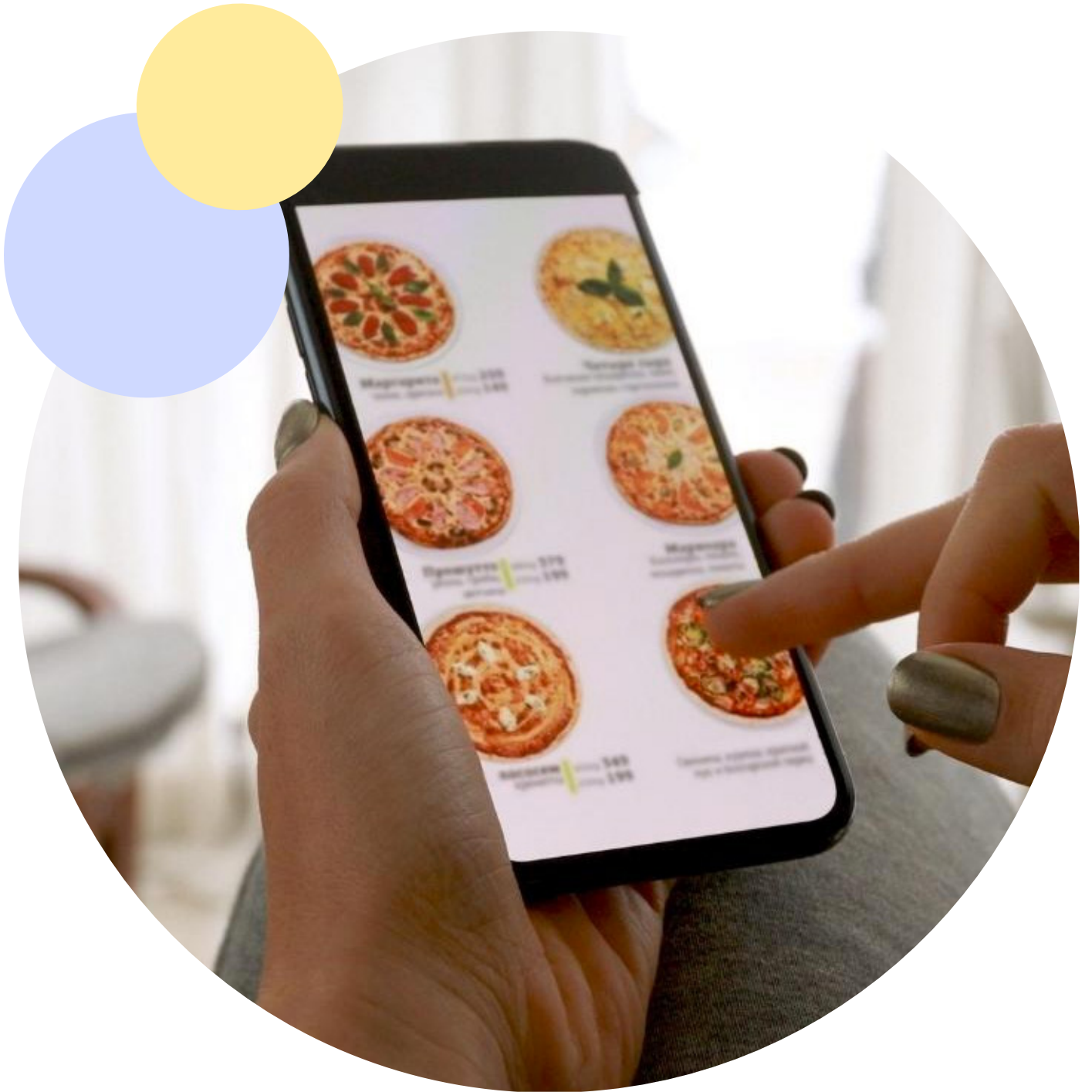
La puntualidad del servicio y la reducción de los tiempos de espera son, de hecho, uno de los elementos clave para mejorar la satisfacción del cliente. Y este es sin duda uno de los aspectos en los que la tecnología ofrece un excelente apoyo, perfectamente en línea con las expectativas de los clientes más exigentes.

8. Estrategia de contenido

El marketing de contenidos es más que tener un blog o varias cuentas de redes sociales. Es una estrategia bien dirigida con un objetivo muy específico. El de fidelizar a tus potenciales clientes y poder convertirlos para que luego vayan a tu restaurante.

La clave del éxito de tu estrategia de marketing de contenidos para tu establecimiento es crear interés en tu restaurante a través de contenidos originales y de calidad que interesen a tu target y satisfagan sus necesidades





Herramientas clave que todo ecommerce de un restaurante debe implementar

La web del restaurante forma parte de una estrategia de marketing articulada que implica varias acciones. A continuación, conoce las herramientas claves en el ecommerce de tu restaurante que debes implementar.

Herramientas para llevar tráfico al ecommerce

SEM: Google Ads, Pinterest Ads, Facebook e Instagram Ads

Una de las fuentes de tráfico más fiables e interesantes es la publicidad en las plataformas más utilizadas por la mayoría de las personas.

¿Por qué estas plataformas? Por dos razones esenciales:

Puedes llegar a una audiencia infinita y estructurada.
Tienen poderosas para monitorear y analizar.

SEO: Blog

Tener un blog para tu restaurante aumenta tus posibilidades de obtener una mejor clasificación en Google.

¿Y quién no querría ganarse el favor de Google? ¡El primer motor de búsqueda del mundo! Por lo tanto, la creación de contenido específico y de calidad le abrirá las puertas de Google. Ganarás visibilidad y tus potenciales clientes sabrán dónde estás.



Herramientas de atención al cliente

Estas son algunas de las herramientas atención al cliente que debes implementar para un sitio web exitoso:

WhatsApp empresarial para restaurantes

Nuevos platos, servicios para llevar, noches temáticas, menús especiales para determinados días festivos. Tu restaurante necesita comunicarse de manera rápida y efectiva con los clientes todos los días; actualmente no hay nada más eficaz que el WhatsApp empresarial para restaurantes.

Esta herramienta te permite automatizar los procesos de respuesta, crear listas de clientes divididas por intereses y consultar las estadísticas de tus mensajes. Es un sistema completamente gratuito, con funciones muy simples e intuitivas. Una excelente opción para optimizar la atención al cliente.

Bot Facebook

El Bot de Facebook te permite automatizar las interacciones con tus clientes. A través de esta plataforma puedes interactuar de forma automática las 24 horas del día los 7 días de la semana.

Así aumentas la satisfacción de tus clientes y tienes el control de los datos que te proporcionan

Herramientas de gestión de pedidos a domicilio y clientes

Conoce las mejores para potenciar tu negocio y ofrecer un mejor servicio a tus clientes.

Picker

Con Picker conecta a tu ecommerce con todas las flotas de delivery todos los delivery partners del mercado y haz tus entregas on demand en el menor tiempo posible y a un mayor número de clientes. Así puedes reducir tus gastos logísticos y brindar una mayor satisfacción a tus clientes.

CRM

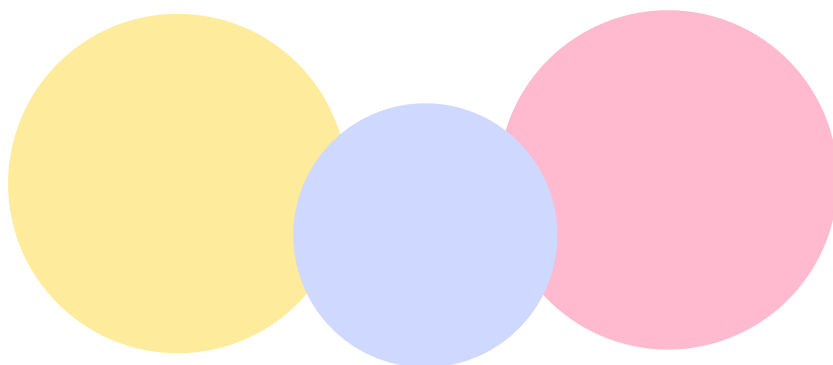
Un sistema de CRM reúne todos los datos de diferentes departamentos, plataformas o canales de tu restaurante en tu sitio web, ayuda a organizarlos. Más que eso, las soluciones de CRM tomarán todos esos datos, los analizarán y luego compilarán informes para tu gestión.

Carta digital

A la población web le encanta poder consultar el menú online antes de reservar o ir a un restaurante.

Puedes explotar esta “debilidad” a tu favor dedicando una página web de tu sitio al menú o publicando las partes que creas que llamarán la atención de los clientes. No pase por alto el hecho de que la apariencia del menú debe ser llamativa.

Si ya tiene un gran diseño que funciona bien, es posible que no necesite más ajustes. Por otro lado, si tienes un menú aburrido o pasado de moda, los clientes pueden pensar que tu comida no es diferente a las demás y no sentirse atraídos por ella.





Potencia tu ecommerce con estrategias de Marketing digital para restaurantes

Las personas recurren a Internet para buscar y encontrar lo que buscan. Confían en los motores de búsqueda y los sitios de revisión para identificar los restaurantes locales, evaluar la información que encuentran y es con base en ella, luego deciden a dónde ir y, dicho sin rodeos, a quién dejar su dinero.

Es por eso que no se puede descuidar el marketing web: los clientes casi siempre prefieren locales que tienen una fuerte presencia en línea a aquellos que, en la web, apenas se mencionan.

Conoce cómo promocionar tu restaurante en línea de manera efectiva:

Experiencia de usuario:

La clave para mejorar la experiencia de usuario es que te asegures de que tu sitio capte a los clientes antes de que se sientan atraídos por uno de tus competidores. Una vez hecho esto, la experiencia de navegación en tu sitio debe ser agradable para el visitante y hacer que toda la información más importante esté a un solo clic de distancia.

Recuerda que el usuario que busca información en la web puede que nunca haya estado físicamente en tu restaurante: tu sitio es todo lo que sabrá de ti, por el momento, así que elige con cuidado qué imagen tuya comunicar y cómo.

Reputación online

La reputación en la web puede ser una cuestión de vida o muerte para ti: presta atención a lo que dice la comunidad en línea sobre tu restaurante. Los sitios de reseñas, por ejemplo, se han convertido en una herramienta comercial fundamental.

Demasiados comentarios negativos, sean ciertos o no, pueden quitarte una buena parte de tus ingresos. Pero también tienes algunas posibilidades para intervenir activamente en este proceso: pide a los clientes satisfechos que le cuenten al mundo en línea sobre la experiencia positiva que tuvieron en tu restaurante.

Retención de clientes

Los programas de retención de clientes más efectivos para restaurantes son fáciles de usar para los clientes y fáciles de implementar para el personal. En estos días, eso significa optar por un programa de fidelización digital; es mejor evitar cualquier cosa que requiera que sus clientes traigan medios físicos.

SEM

Cuando hablamos de actividades SEM, debemos entender todas aquellas técnicas y estrategias que tienen como objetivo llevar tu ecommerce a las primeras posiciones en los buscadores, tanto de forma orgánica como con campañas de pago. Se puede decir que SEM engloba SEO.

SEO

SEO significa optimización de motores de búsqueda. La aplicación de una estrategia de posicionamiento eficaz puede permitir que los sitios web de los restaurantes obtengan nuevos clientes y, en este caso, aumenten las reservas en línea.

Retos a los que se enfrenta un ecommerce de restaurante y cómo solucionarlos

Como todo negocio, un ecommerce se enfrenta a diferentes retos, entre los que se encuentran:

1. Pérdida de tiempo en el registro de los pedidos

La entrega a tiempo fortalece el negocio. El retraso en la entrega de alimentos puede hacer que tu negocio se deshaga. Debes hacer uso de un software confiable que te permita la entrega oportuna para ganar clientes

2. Caos en la gestión de varias empresas de delivery al mismo tiempo

Algunos problemas logísticos comunes que enfrentan los ecommerce de restaurantes en la entrega de alimentos es gestionar la afluencia de solicitudes de pedido provenientes de un área específica, priorizar las solicitudes de pedidos y proporcionar entregas a tiempo.

Para solucionar es recomendable integrar a la plataforma de entrega de alimentos en línea funciones como rastreador de ubicación, BOPIS (Comprar en línea, Recoger en la tienda), enrutador de entrega y programador de pedidos.

3. Tener un control de las ventas integrales

Uno de los retos que te enfrentas para un ecommerce de restaurantes es mantener el control de todas tus ventas. Para solucionarlo debes asegurarte de tener la tecnología adecuada para manejar pedidos de todas las formas y tamaños, e integrarlos con tu sistema de facturación.

4. Tener el control de la cadena de servicios de entrega

Una vez que se recibe un pedido a través del sitio web de tu restaurante, es necesario mantener el control de la cadena de servicios de entrega. Para ello es importante que tu ecommerce esté integrado con las diferentes plataformas de servicios de entrega con el fin de garantizar el total control de los servicios de entrega.

5. Gestión del stock

Mantener y gestionar todos los insumos para satisfacer la demanda de tu ecommerce es un desafío constante. Integra tu sitio con control de inventarios y de gestión administrativas de modo que puedas cubrir las exigencias de tu nuevo ecommerce



2 Ejemplos de ecommerce para restaurantes

Los ecommerce en Ecuador se han establecido en todos los aspectos y áreas de la economía. Y los restaurantes no son la excepción.

Unos excelentes ejemplos de cómo crear y mantener un ecommerce para restaurantes son los sitios web de Lo Nuestro, Café Restaurante y Bocatto.

Estos ecommerce aprovechan al máximo las digitales, soportadas por un servicio de calidad con platos de primera. Sin lugar a dudas dos ejemplos que vale la pena conocer.

<https://lonuestro.com.ec/>

<https://www.bocatto.com.ec/>

Cómo Picker puede potencializar tu ecommerce

Con Picker puedes conectar nuestra API a tu ecommerce, app u otro tipo de sistema. Así optimizas y potencias tu sitio, al brindar a tus clientes una experiencia cómoda y satisfactoria.

Igualmente, ofreces una entrega segura y confiable, con una reducción de costos logísticos y un menor tiempo de entrega.

Al integrar tu sitio con Picker, tus clientes van a recibir una notificación vía SMS/Correo electrónico/WhatsApp y de esta forma pueden hacer tracking de los pedidos.

Conclusión

Ahora que conoces un ecommerce, qué es y la importancia que tiene es momento de crear uno para tu restaurante.

Tu ecommerce o sitio web es el lugar virtual donde los usuarios buscan más información, pero sobre todo es una señal de credibilidad para tu restaurante.

Además, el sitio web te permite sentar las bases para toda una serie de otras actividades de marketing digital para tu negocio.

También te permite activar toda una plataforma, por ejemplo, para que puedas ver online tus vinos, si de eso se trata tu empresa, o cualquier otro producto o servicio gastronómico en el que estés involucrado.

Puedes activar el servicio a domicilio directamente desde la web y brindar un mejor servicio a tus clientes.

Como puedes ver, hay muchas razones por las que tener un ecommerce es tan importante.

Si estás pensando en abrir el ecommerce para tu restaurante, ten la seguridad que representa una gran oportunidad para tu negocio. Con un ecommerce hay un aumento significativo en tus ventas, tu reputación y credibilidad.

