



CASUAL FOOD

MÁS QUE UNA **TENDENCIA**



El equivalente al “**estar a la moda**”, que se aplica casi en cualquier área de la vida cotidiana, en el mundo de la gastronomía se traduce a “**tendencia gastronómica**”. Y por supuesto, que tu restaurante esté a la moda, se traduce en **una gran oportunidad** para llamar la atención de tus comensales y así incrementar tus utilidades.

En este momento, **una de las mejores tendencias** que puede seguir es el casual food, y aquí te contaremos qué es y cómo sacarle el mejor provecho.

CASUAL FOOD

Esta tendencia gastronómica surge con la intención de aunar la idea de **comida rápida con comida equilibrada**. Los platillos base de este concepto restaurantero son los mismos que los de la comida rápida, pero hecha con ingredientes de calidad, frescos, saludables y, en ocasiones, ecológicos.

	AMBIENTE RELAJADO	AMBIENTE FORMAL	SERVICIO DESDE MOSTRADOR	SERVICIO COMPLETO EN MESA	OFRECEN BEBIDAS ALCOHÓLICAS	PRECIOS ACCESIBLES	PRECIOS ELEVADOS	ORIGEN DE SUS GANANCIAS
FAST FOOD	✓		✓			✓		VOLUMEN
CASUAL FOOD	✓			✓	✓	✓		BALANCEE ENTRE VOLUMEN Y MARGEN DE UTILIDAD
FINE DINNING		✓		✓	✓		✓	MARGEN DE UTILIDAD

Los restaurantes **casual food** ofrecen un servicio completo en el que atienden a sus comensales desde la mesa. Además, suelen vender coctelería y otras bebidas alcohólicas.

LOS PLATILLOS MÁS CONSUMIDOS DEL CASUAL FOOD



HAMBURGUESAS

El clásico del fast food ahora con técnicas nuevas, como el smash, de cortes de carne y aderezos hechos con recetas secretas. Acompañala con aderezos hechos con productos Hellmann's.



SÁNDWICHES

No como los llevabas a la escuela, hablamos de sándwiches gourmet con pan de masa madre, carnes frías artesanales y los mejores quesos.



POLLO FRITO

No necesitamos la receta secreta del fast food. El pollo frito más rico es el que sigue la tradición de las cocineras de Nashville. Se vale acompañar con tocino y blue cheese.



PASTA Y PIZZA

Pizzas a base de masa madre, con toppings como trufa y carnes frías artesanales. La pasta sabe igualmente mejor si es hecha a mano.

CADA PLATO UNA EXPERIENCIA

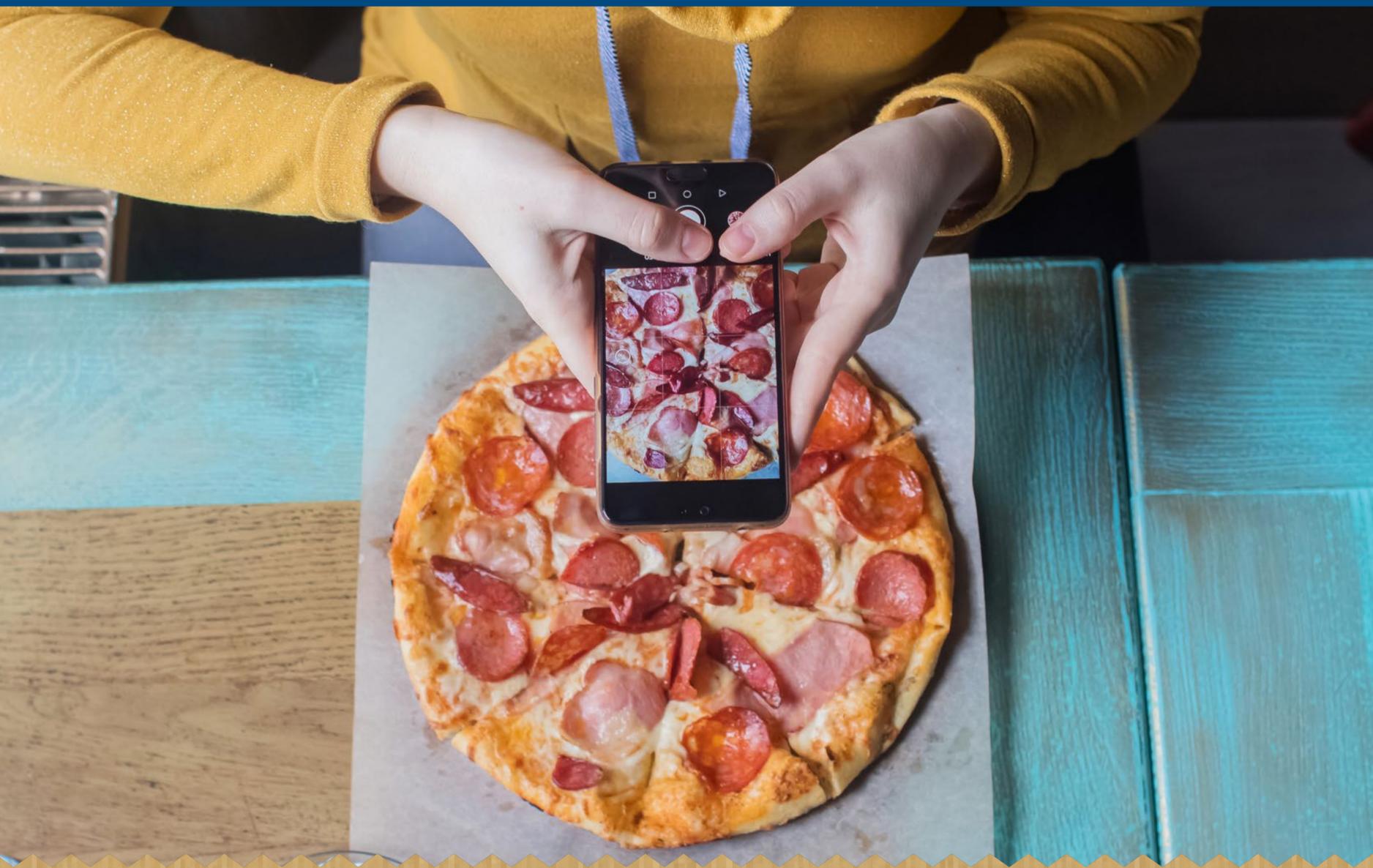
TENDENCIAS DE CONSUMO EN LAS QUE DEBES PONER ATENCIÓN

TENDENCIA	VUELVE AL CONFORT	A FUEGO	AMOR POR LO VERDE	INGREDIENTES EMOCIONANTES	REUTILIZAR
¿QUÉ ES?	La preferencia por lugares acogedores.	Usar diferentes tipos de madera y de humo.	Incluir alimentos 100% de origen vegetal.	Platillos con una historia para llegar al lado emocional y generar ventas.	Reducir al máximo los desperdicios, por razones ambientales y económicas.
RELEVANCIA	Tras la cancelación de fiestas y celebraciones por la pandemia, se buscan lugares confortables.	Para aportar nuevos sabores a los platillos.	Para mantener a tus clientes que siguen una dieta vegana o vegetariana.	Para lograr que haya una conexión entre los comensales y tus platillos, y éstos sean inolvidables.	Cerca de 35% de los alimentos preparados y producidos en México se convierten en desperdicios.
IDEAS PARA INGRESARLO A TU MENÚ	Sopas relajantes, comidas con carbohidratos, desayunos tranquilos.	Salsa holandesa ahumada, filete a la parrilla con tomates pochados, barbacoa japonesa y tailandesa, y postres.	Ensaladas, bowls, carnes de origen vegetal.	Alimentos probióticos como yogurt, kéfir o kimchi, que son importantes para la salud. El Hongo Koji será protagonista en productos al alza como las carnes plant-based.	Tacos de jamaica (con las flores que quedan después de preparar agua), tarta de frutas (cuando éstas ya están muy maduras), etc.



DA A CONOCER TU PROPUESTA:

tips de marketing para restaurantes



Pensemos que ya identificaste qué tendencias de consumo vas a incorporar a tu menú. Ahora, ¿cómo comunicarle esto a los comensales potenciales y convertir estas acciones en ganancias? La clave son las estrategias de marketing que puedas desarrollar y cómo las apliques.

Si bien las estrategias de marketing que desarrolles dentro de tu restaurante y en el plano análogo, por decirlo de una forma, es importante, actualmente las acciones que pueden tener **mejor y mayor impacto** son las que emplees digitalmente.

Para esta guía, elegimos cuatro acciones que consideramos esenciales para tener estrategias de marketing digital efectivas: **redes sociales, sitio web, email marketing y menú digital.**

REDES SOCIALES

Considera armar una estrategia íntegra, que abarque tanto el tono y vocabulario que usarás en tus publicaciones e interacciones, como la elección de las redes sociales que convengan a tu proyecto gastronómico. Pero sin duda, un punto que **no puedes ignorar** es la importancia de las fotos en tus perfiles: crea fotos y videos de alta resolución, que hagan de tus platillos algo realmente antojables, utiliza etiquetas como #foodporn y si consideras que lo tuyo no es la fotografía, no dudes en apoyarte en un profesional.

Logra las **mejores fotos** con estos tips



- ✓ **Cuida la calidad** de tus ingredientes.
- ✓ Juega con tu emplatado y prueba con **varias vajillas**.
- ✓ Toma las fotografías bajo **luz natural** y **enfoca el elemento central** de tu platillo.
- ✓ Acomoda la cámara para obtener imágenes desde **distintos ángulos**.
- ✓ **Aprovecha un fondo** que resalte tu platillo y elimina los elementos que generan distracciones.
- ✓ **Busca inspiración** en redes sociales o libros de fotografía gastronómica.
- ✓ No temas adentrarte un poco en la edición. A veces un retoque digital **hace toda la diferencia**.

SITIO WEB



Más del 49% de las personas buscan restaurantes en línea antes de salir.

MÁS DEL 49% DE LAS PERSONAS buscan restaurantes en línea antes de salir. Así que es esencial que tu restaurante tenga su propia página y que para ésta consideres actualizaciones constantes y claridad en el menú de tu página. De esta forma, los clientes encontrarán con facilidad datos como horarios, direcciones, teléfonos, si requieren o no reservación, y menú, principalmente. Asimismo, debes considerar que tu sitio sea “responsivo”, esto quiere decir que se adapte a las dimensiones y características que facilitan su navegación desde dispositivos móviles.

EMAIL MARKETING

Se trata de un boletín que te **permitirá comunicar a tus clientes** sobre ofertas, menús de temporada, platillos nuevos y eventos o actividades especiales, por ejemplo, la transmisión del Superbowl, la presentación de algún músico en vivo, etc. **Te recomendamos** que lo armes semanal, quincenal o mensualmente. Para armar tu base de datos, puedes motivar a tus comensales a llenar registros en línea o en tu restaurante, al final del servicio, junto con un espacio para que ellos te compartan comentarios o sugerencias.

MENÚ ONLINE

Según un estudio realizado por OpenTable, **93% DE LAS PERSONAS** ve los menús en línea antes de salir a cenar. Por eso, tu menú debe estar basado en texto para que los buscadores logren identificarlo dentro de una larga lista de sitios y aplicaciones, y es que 49% de las personas realiza búsquedas en línea de platillos sin tener un restaurante específico en mente; están usando sitios como Google, Bing, Yelp, TripAdvisor, Facebook, Instagram (puedes ponerlo en Historias Destacadas). **Es indispensable** que tu menú esté actualizado y tenga visibles los precios, ocultar éstos únicamente genera especulación sobre la accesibilidad de tus platillos y puede desanimar a los clientes a visitarte.



Según un estudio realizado por OpenTable, 93% de las personas ve los menús en línea antes de salir a cenar.

