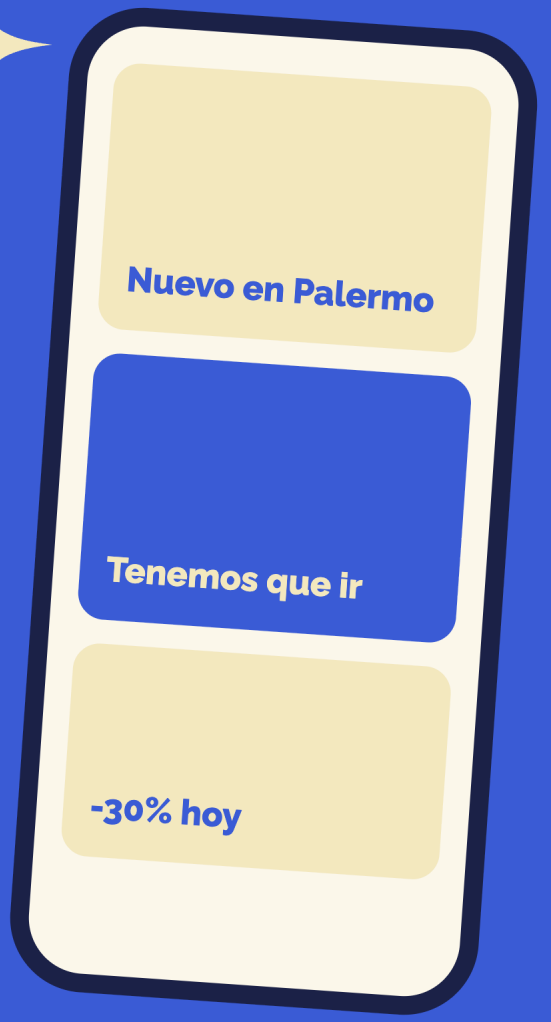
KOMIN
SABOR DIGITAL

Tu próximo cliente está scrolleando con hambre.

Marketing gastronómico, del scroll a la mesa.





Soy Caro, de KOMIN

SABOR DIGITAL

Founder & CEO

Agencia de marketing y consultoría gastronómica.

Arranquemos con una pregunta

Si hoy a la noche salen a comer, ¿a dónde van?

¿Al viejo confiable o a algo nuevo? Respondan con la cara.



El viejo confiable

Sabés qué pedir y cómo te atienden.



Algo nuevo

Quiero probar, descubrir, sorprenderme.

Si buscan algo nuevo... ¿dónde buscan?



Ahí está nuestro trabajo.

Teoría KOMIN
SABOR DIGITAL

Hay lugares para ir y lugares para volver

Para ir

Fuiste, lo conociste, subiste la historia... y no te dio un motivo para volver.

Para volver

Todavía estás ahí y ya pensás cuándo volver, con quién y qué te vas a pedir.

El hilo de hoy

El recorrido de tu cliente

1
Descubrir
¿Te encuentran?

→

2
Desear
¿Les das ganas?

→

3
Elegir
¿Te eligen a vos?

→

4
Volver
¿Vuelven y te recomiendan?

En cada paso hay marketing. Vamos uno por uno.

1

Descubrir

¿Te encuentran cuando te buscan?

1 · Descubrir

Cambió la forma de descubrir lugares

“Me lo recomendó un amigo”

“Lo vi en una revista”

“Lo busqué en Google”

“Lo vi en TikTok. Tenemos que ir”

“Le pregunté a ChatGPT”

Y hoy conviven todas.

1 · Descubrir

El nuevo consumidor no quiere solamente comer



Descubrir



Probar



Vivirlo



Compartirlo

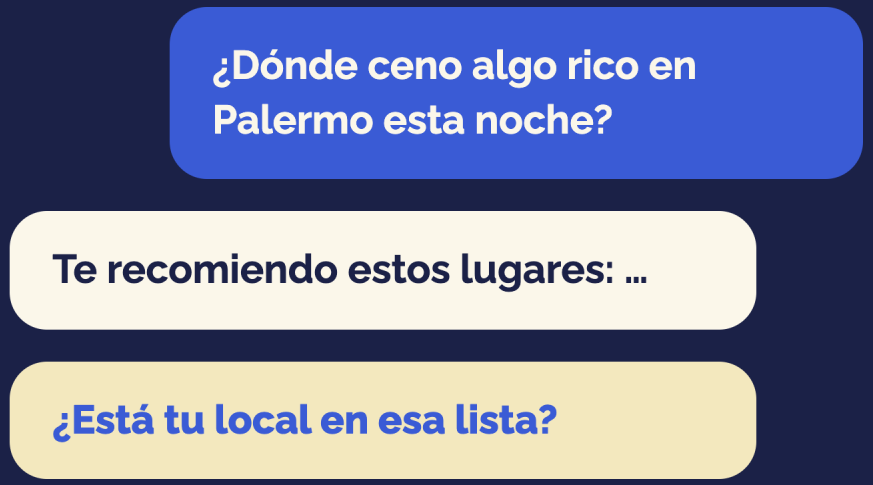
1 · Descubrir · Google

Tenés hambre, estás cerca y buscás dónde comer.

¿Aparecés o no existís?

Fotos · Reseñas · Horarios · Ubicación · Menú





1 · Descubrir · IA

Ahora también le preguntan a la IA

Recomienda con lo que encuentra de vos: reseñas, web, menú, notas y redes.

1 · Descubrir · Influencers y creadores

Que un influencer vaya no significa que su comunidad vaya a ir

No solo

Quién te muestra

Sino

A quién llegás

Sino

Qué le generás

Y sobre todo

Qué pasa después

2

Desear

Te encontraron. ¿Les das ganas de ir?

2 · Desear

No vendemos comida.

Vendemos ganas de comer.

Importa el producto. Y también lo que la marca representa, transmite y hace sentir.

2 · Desear

No alcanza con tener algo rico

1	2	3	4
Posicionamiento	Identidad	Experiencia	Valor

Una propuesta que se entienda, se diferencie y dé ganas de elegirla.

2 · Desear · Ejemplos reales

¿Qué hace que una marca se destaque?



Kalis

Franco Kalifon



Kiddo

Burger Kid



Gordis Burger

El Gordis

¿Qué promete?

¿Qué la diferencia?

¿Por qué quieren conocerla?

¿Qué motivos tienen para volver?

2 · Desear · Contenido

No todo tiene que vender. Todo tiene que tener un porqué.

Atraer	Dar antojo	Dar confianza	Hacer volver

Publicar no es una estrategia.

3
Elegir

Tienen hambre ahora. ¿Te eligen a vos?

3 · Elegir · Redes sociales

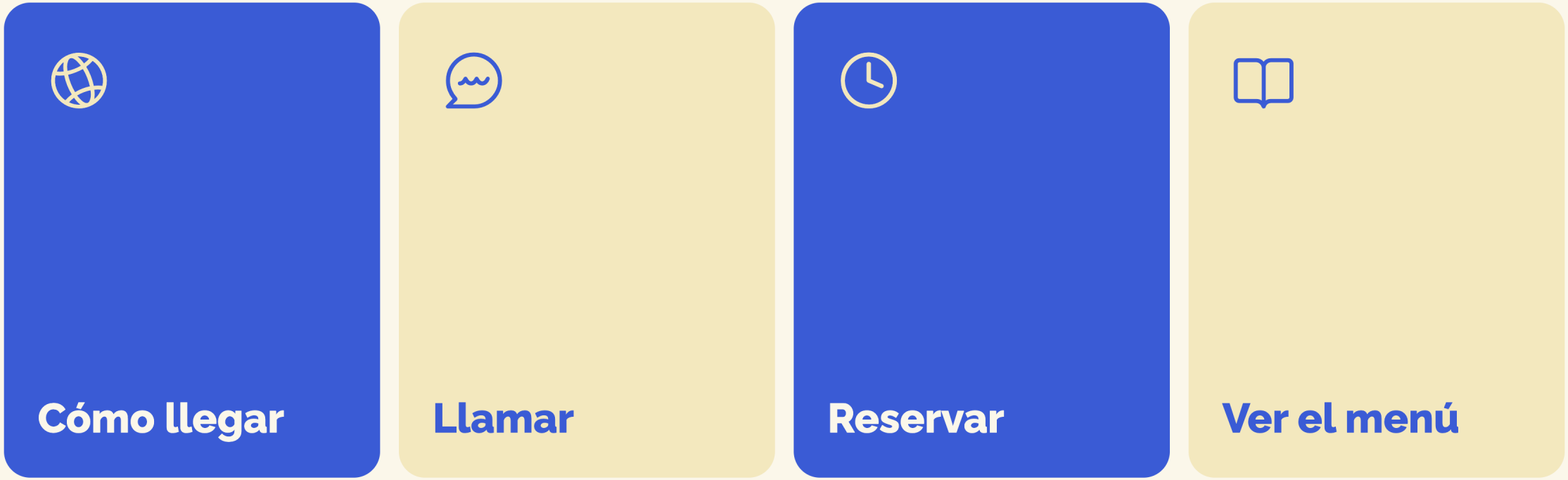
Te encontró en Instagram. ¿Puede reservar en un clic?

- Link en la bio
- Botón de reservar
- Destacadas con menú y precios
- Respuesta rápida por DM



3 · Elegir · Google

En Google, la decisión está a un botón



Horarios al día, fotos reales y respuestas a las reseñas: todo eso inclina la balanza.

3 · Elegir · Publicidad

Esperar que el algoritmo te salve también es una estrategia.

La pauta amplifica oportunidades. No reemplaza una buena propuesta ni una estrategia clara.

Una bastante arriesgada.



3 · Elegir · Apps de delivery

En las apps, tu competencia está al lado tuyo

PedidosYa Rappi Uber Eats Mercado Libre

Estar no garantiza que te elijan. Hay que destacar justo cuando aparece el hambre.

3 · Elegir · Pauta y notificaciones

El cliente ya tiene hambre

No hace falta convencerlo de comer. Hay que darle una razón para pedirte a vos.

Y cuando ya te conoce, una comunicación relevante le da un motivo para volver.

¿Se te antoja una burger? 2x1 hasta las 22 h

-30% solo por la próxima hora

Te extrañamos: tu pedido de siempre con envío gratis

4
Volver

Ya vinieron. ¿Vuelven y te recomiendan?

4 · Volver · El hype

Hoy sos el lugar del que todos hablan.

Mañana apareció otro.

¿Y después?

4 · Volver · La pregunta incómoda

¿Quieren probar tu producto o elegir tu marca?

Primera visita

Conseguir que vengan

≠

Clientes habituales

Construir que vuelvan

4 · Volver · Fidelización

El octavo café es gratis

Una tarjeta de sellos le da al cliente una razón concreta para volver… siete veces.





4 · Volver · WhatsApp

Campañas de WhatsApp

El canal donde tu cliente ya está. Un mensaje relevante, en el momento justo, lo trae de vuelta.

- Cumpleaños
- Lanzamientos
- “Te extrañamos”
- Días flojos

4 · Volver · Más estrategias

Más motivos para volver

Club de beneficios

Puntos, descuentos y regalos por ser cliente

“Lo de siempre”

Saber su nombre, su pedido y su mesa

Solo para habitués

Preventas, platos nuevos y eventos antes que nadie

Traé a un amigo

Beneficio para los dos cuando te recomienda

Cupón para la próxima

En el ticket o en la bolsa del delivery

Repostear al cliente

Que se sienta parte de la marca

4 · Volver · Fidelización

La segunda compra no debería depender de volverte viral otra vez

Atraer

genera oportunidades

Fidelizar

construye continuidad

Elegir qué no hacer

¿Y si venderle a todo el mundo fuera lo que te hace menos interesante?

Cuando querés ser todo para todos, cuesta entender qué te hace diferente.

KOMIN
SABOR DIGITAL

Podríamos hacer marketing para cualquiera.

Elegimos entender de gastronomía.

Sus tiempos | Sus desafíos | Sus números | Sus formas de vender

Especializarse no es achicarse. Es elegir dónde querés ser realmente bueno.

Esto también es gastromarketing.

KOMIN
SABOR DIGITAL

komin.com.ar
@komin.sabordigital

Seguinos