

bookdinner

Social Media

De social media strategie die past bij jouw restaurant.



book
dinner 

Intro

De social media strategie die past bij jouw restaurant

Social media is niet meer weg te denken uit onze maatschappij. Met alleen in Nederland al bijna 50 miljoen gebruikers van verschillende social media kanalen, wordt actief gebruik ervan steeds belangrijker voor bedrijven. Zo ook voor restaurants. Aangezien maar liefst 85% van de Nederlanders minimaal één account op social media heeft, is het gebruik van sociale media een ideale manier om veel mensen te bereiken.

Eind 2019 lanceerden wij onze Nationale Restaurant Monitor. Door middel van een online enquête brachten we het huidige online gedrag van meer dan 1000 restaurantbezoekers in kaart, met de focus op waar gasten zich oriënteren en waar zij een tafel reserveren. Uit deze Nationale Restaurant Monitor is erg waardevolle informatie gekomen, zoals dat de oriëntatie is verschoven van reviewplatformen naar eigen sociale netwerken in 75% van de restaurantbezoeken. Daarnaast gaf 85% van de respondenten aan dat ze Facebook het belangrijkste kanaal vinden tijdens de oriëntatie naar restaurants. Instagram is voor 55% van de respondenten van belang voor het opdoen van inspiratie. Hier kan je als restaurateur goed op inspelen met interessante content op jouw social media kanalen.

Social media vergt tijd, energie en creativiteit, maar is tegenwoordig dus enorm belangrijk. Via social media inspireer je de gasten die je nu al volgen en ga je de interactie met hen aan, maar kun je ook gemakkelijk nieuwe gasten bereiken. Om je vooruit te helpen met het goed inrichten van jouw social media kanalen, hebben we deze whitepaper over social media opgesteld. Deze whitepaper staat vol tips & tricks voor de horecaondernemer om succesvol aan de slag te gaan met social media.

Deze whitepaper is voor...

Restauranteigenaren, managers, online marketeers en horecaondernemers die meer willen weten over het succesvol opstarten en bijhouden van social media in de horeca.

Je leert:

- welke social media kanalen relevant voor jou zijn
- hoe je je social media strategie bepaalt
- hoe je je social media kanalen inricht

Veel leesplezier en succes met de verdere ontwikkeling van je website!

Culinaire groet,

Het online marketingteam

Inhoud

1. Welke soorten social media zijn er?	4
2. Het bepalen van je strategie	6
2.1 Wie is jouw doelgroep en waar is deze actief?	6
2.2 Je doelstellingen bepalen	8
2.3 Welke social media kanalen zet je in?	9
2.4 Focus op jouw unieke punten	10
2.5 De juiste tone of voice	11
2.6 Aan de slag met het creëren van content	11
3. Het vergroten van je bereik	14
3.1 Hoe krijg je huidige volgers bij jouw pagina's?	13
3.2 Hoe bereik je nieuwe gasten via social media?	15
4. Interactie via social media	18
5. Aan de slag met jouw social media pagina's	19
5.1 De juiste inrichting van jouw Facebookpagina	19
5.2 Het delen van content op Facebook	21
5.3 De juiste inrichting van jouw Instagrampagina	23
5.4 Het delen van content op Instagram	24
5.4.1 Instagram wall	24
5.4.2 Instagram stories	27
5.5 Het inrichten van je Pinterest	28
6. Social media tools	29
7. Succes!	30

1. Welke soorten social media zijn er?

Social media is tegenwoordig onmisbaar geworden en is erg belangrijk voor de online aanwezigheid van jouw restaurant. Uit onze Restaurant Monitor is gebleken dat bij ruim 75% van de respondenten social media invloed heeft op de keuze voor een restaurant. Dit is één van de redenen waarom het belangrijk is om je gasten via je social media kanalen een goede indruk te geven van jouw restaurant. Maar welke social media zijn er allemaal en welke zijn daarbij relevant voor jou? Dat hebben we voor je op een rijtje gezet.

facebook

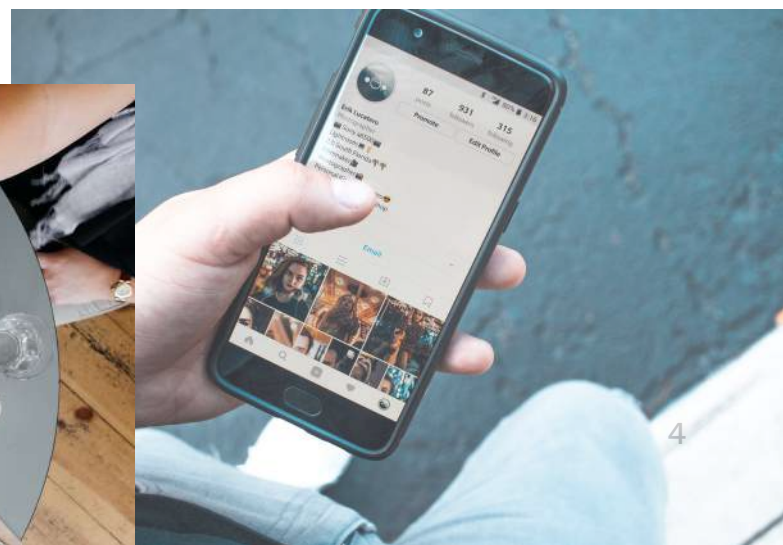
Facebook is een belangrijk platform voor bedrijven, en zo ook voor restaurants. Facebook wordt gebruikt door veel verschillende leeftijdscategorieën waardoor je een brede doelgroep kunt bereiken. Het is via Facebook mogelijk om een bedrijfspagina aan te maken. Je kunt hier alle informatie over je restaurant delen, posts publiceren met belangrijk nieuws en leuke acties en zelfs een reserveerknop instellen.

Uit de Nationale Restaurant Monitor 2020 is gebleken dat 75% van de gasten Facebook gebruikt bij het zoeken naar nieuwe restaurants en de uiteindelijke keuze voor een restaurant. Zij werpen een blik op jouw Facebook pagina voor het maken van een keuze. Een aantrekkelijke Facebookpagina kan er dus voor zorgen dat je nieuwe gasten naar je restaurant trekt. Maak gebruik van mooi beeldmateriaal om je posts aantrekkelijk te maken. Onthoud wel dat het voornaamste doel op Facebook informeren is. De boodschap in je posts is dus het belangrijkste.

Instagram

Net zoals op Facebook, wordt Instagram gebruikt voor het delen van informatie over je restaurant in posts. Het grote verschil met Facebook is dat op Instagram het beeld belangrijker is dan de tekst. Op Instagrampagina's zie je op het eerst gezicht alleen de foto's. Met aantrekkelijk beeldmateriaal kun je zo gasten enthousiasmeren over jouw restaurant.

Instagram wordt door gasten voornamelijk gebruikt om inspiratie op te doen, wat ook is gebleken uit de Nationale Restaurant Monitor 2020. De helft van de respondenten gaf aan inspiratie op te doen op Instagram als zij op zoek zijn naar een restaurant. Door je restaurant op een visueel aantrekkelijke manier te presenteren, speel je goed in op deze behoefte van gasten.



Pinterest

Ook op Pinterest draait het om beeld en inspiratie. Pinterest is een visueel prikbord waarmee je met beeld jouw bedrijf kunt profileren. Je kunt foto's van je eigen website pinnen en gasten kunnen via de pins gemakkelijk doorklikken naar jouw website. Pinterest wordt ook wel gebruikt als zoekmachine, aangezien mensen door middel van zoekwoorden en hashtags zoeken op bepaalde onderwerpen. Als jij deze zoekwoorden en hashtags gebruikt in de teksten bij je pins, kunnen je pins gevonden worden door een breed publiek.

Met een actief Pinterest account kun je meer traffic naar jouw website genereren. Mooie afbeeldingen, goede omschrijvingen en de juiste informatie zijn belangrijke aspecten om gasten daadwerkelijk te verleiden om naar jouw website te gaan.

LinkedIn

LinkedIn is wereldwijd het grootste professionele netwerk. Op LinkedIn is het mogelijk om een bedrijfspagina aan te maken en hierop aankondigingen te delen over jouw restaurant of de horeca. Daarnaast is het ook een handig platform om je zakelijke relaties te onderhouden of nieuw personeel te zoeken.

LinkedIn kan een interessant kanaal zijn als je met jouw restaurant bijvoorbeeld ruimtes voor vergaderingen of zakenlunches aanbiedt. LinkedIn kun je namelijk goed inzetten voor het opbouwen van zakelijke relaties en het aanboren van de zakelijke markt. Vacatures zijn ook goed te verspreiden via LinkedIn.



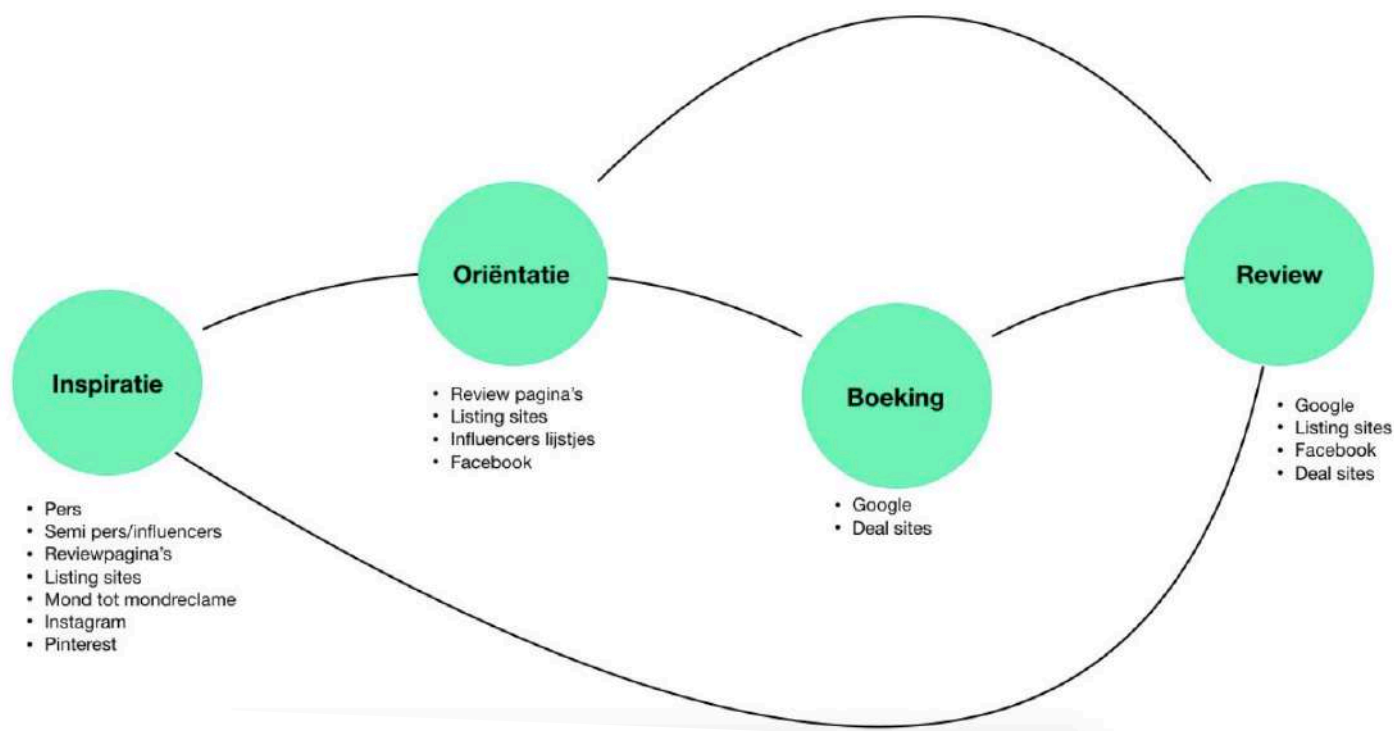
2. Het bepalen van je strategie

Als je weet welke kanalen er zijn, wat ze inhouden en welke voor jou relevant zijn, kun je aan de slag met het bepalen van je social media strategie. Formuleer hierin helder wie jouw doelgroep is, wat je wilt bereiken met je social media kanalen, met welke social media kanalen je aan de slag gaat en hoe je je doelstellingen wilt gaan bereiken. Een duidelijke strategie is van belang om je op gang te helpen en ervoor te zorgen dat je gaandeweg je social media kanalen in dezelfde richting blijft sturen.

2.1 Wie is jouw doelgroep en waar is deze actief?

De online gastreis

Om het gedrag van jouw doelgroep goed in kaart te brengen, kijken we eerst naar de online gastreis. Hiermee bedoelen we welk pad (potentiële) gasten afleggen om uiteindelijk te kiezen voor een bepaald restaurant. Een belangrijke vraag daarbij is welke kanalen ze bewandelen.



De online gastreis kunnen we opsplitsen in 4 fasen.

1. Inspiratie
2. Oriëntatie
3. Boeking
4. Review

Bij elke fase worden er andere social media kanalen ingeschakeld. Zo doen gasten vooral inspiratie op voor de keuze voor een restaurant op Instagram en Pinterest. Dit zijn dus goede kanalen om in te spelen op deze fase. Zorg dat je deze kanalen vooral gebruikt voor het delen van mooie foto's. Het doel moet zijn om je restaurant zo aantrekkelijk mogelijk te laten zien zodat potentiële gasten worden overtuigd om zich verder te oriënteren naar jouw restaurant.

De volgende fase is het oriënteren, waarbij de gast al gericht op zoek is dan slechts oriënteert. Oriënteren doen gasten vooral op Facebook. Daarom raden we aan dat je op Facebook voornamelijk focust op het delen van nieuws en informatie. Onthoud bij het delen van nieuwtjes en informatie op Facebook ook dat dit niet alleen gelezen wordt door je volgers, maar ook door potentiële nieuwe gasten.

In de laatste fase van de online gastreis, reviews, wordt social media vaak ook weer ingeschakeld. Dit wordt bijvoorbeeld op social media gedaan via Facebook, waar gasten de mogelijkheid hebben om een review achter te laten. Maar ook op jouw Instagram pagina kunnen gasten in een comment hun mening kwijt, bijvoorbeeld. Zorg ervoor dat je altijd op deze reviews reageert, zowel op positieve als negatieve. Zo zorg je voor engagement met je gasten en bind je hen aan je merk.

Wie is jouw doelgroep en waar is deze actief?

Het is belangrijk om te weten wie de doelgroep van jouw restaurant is en op welke kanalen zij actief zijn. Als je dit weet, kun je inspelen op hun behoeften en de juiste keuze maken voor het gebruik van social media kanalen.

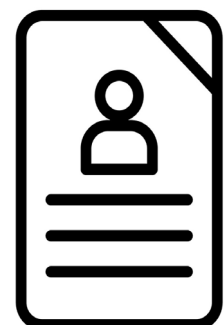


Om erachter te komen waar jouw doelgroep zich online bevindt en wat hun voornamelijke interesse is, kun je online research doen. Je kunt veel achterhalen aan de hand van bestaande cijfers. Uit bestaande onderzoeken is bijvoorbeeld gebleken dat jongeren zich steeds meer verplaatsen van Facebook naar Instagram. Bij jongeren tussen 15 en 19 jaar is Instagram op dit moment een van de meest gebruikte kanalen. Deze informatie is erg waardevol voor de keuze voor een bepaald kanaal. Komen er veel jonge gasten in jouw restaurant? Dan is Instagram een goed kanaal voor jou.

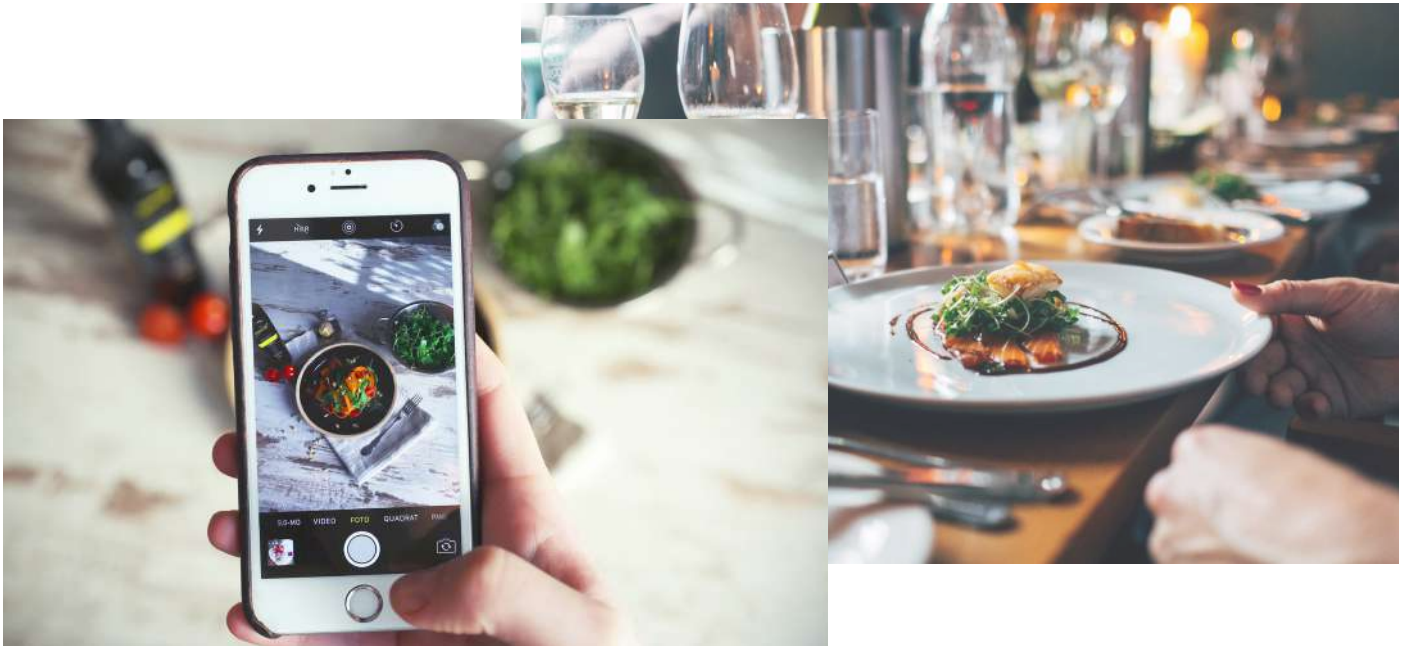
Een andere optie om meer te weten te komen over je doelgroep, is het opstellen van je eigen enquête. Deze kan je laten invullen door je gasten om zo een beter beeld te krijgen bij hun online gedrag en interesses.

Dit zijn voorbeelden van vragen in de enquête:

- Op welke social media kanalen ben je actief?
- Waar gebruik je Instagram/Facebook vooral voor?
- Wat vind je belangrijk aan een social media pagina?
- Volg je restaurants op social media of bekijk je alleen pagina's?
- Welke onderwerpen wil je graag terugzien op een social pagina van een restaurant?
- Wat zou jou overhalen om een restaurant te gaan volgen?
- Doe jij weleens mee aan winacties op social media?



Als je al actief bent op social media, kun je ook veel informatie halen uit de statistieken van jouw Instagram- en Facebookpagina, zoals de grootste leeftijdscategorie is, de dagen en tijden waarop je volgers actief zijn en hoe hoog de engagement op dit moment is. Engagement is de mate van betrokkenheid met je gasten. Zie je bijvoorbeeld dat de engagement op Facebook bij posts doordeweeks hoger is dan in het weekend? Kies er dan voor om meer doordeweeks te gaan posten. Ook is het mogelijk dat bepaalde tijdstippen meer engagement opleveren dan andere momenten. Test hier dus vooral mee en houd de statistieken goed in de gaten.



2.2 Je doelstellingen bepalen

Wat wil je bereiken met de inzet van social media?

Social media kun je voor veel verschillende redenen en doelen gebruiken. Het is belangrijk om in je achterhoofd te houden wat jouw beweegredenen zijn voor het gebruik van social media. Hieronder hebben we een paar voorbeelden op een rij gezet:

- De naamsbekendheid van jouw restaurant vergroten
- Het delen van informatie over jouw restaurant
- Ter ondersteuning van je service door goede webcare
- Meer interactie krijgen met jouw gasten
- Bereiken van potentiële nieuwe gasten
- Meer traffic genereren naar de website van jouw restaurant
- (Potentiële) gasten inspireren met mooie foto's van je gerechten en drankjes

Jouw doelen omzetten in specifieke en meetbare doelstellingen

Als je weet wat jouw voornaamste doelen zijn, is het van belang dat deze worden omgezet in specifieke en meetbare doelstellingen. Door middel van het opstellen van specifieke doelstellingen definieer je wat je uit je online activiteiten wilt halen. Meetbaarheid zorgt ervoor dat je de voortgang bij kunt houden met statistieken.

Hieronder volgen een paar voorbeelden van doelstellingen:

- Het aantal websitebezoekers die via social media doorklikken is binnen een half jaar gestegen zijn met 10%.
- Binnen een half jaar zijn de clicks naar de reserveringspagina via Instagram met 20% verhoogd.
- De boekingen van de vergaderruimte zijn 3 maanden met 8 reserveringen gestegen



2.3 Welke social media kanalen zet je in?

Het is essentieel om goede keuzes te maken over welke kanalen je wel en niet gebruikt, vooral met het oog op de hoeveelheid kanalen die er zijn en de kostbare tijd die je hebt naast het runnen van een druk bedrijf. Social media bijhouden vergt namelijk veel tijd, energie en creativiteit. Kwaliteit gaat altijd boven kwantiteit; selecteer een paar kanalen en focus hier helemaal op in plaats van dat je alles half wilt doen. Op basis van jouw doelgroep en doelstellingen maak je een keuze over welke social media kanalen je wilt gaan inzetten en hoe je je doelstellingen wilt gaan bereiken.

Voorbeeld

Is jouw doelgroep heel actief op Facebook en minder op Instagram? Willen zij vooral op de hoogte blijven van nieuwtjes? Zorg er dan voor dat je wekelijks genoeg informatieve updates plaatst op Facebook. Deel bijvoorbeeld updates over evenementen, een nieuwe menukaart, een update over het open terras, achtergrondverhalen over gerechten, drankjes of personen etc. Zorg ervoor dat je op Instagram alleen een profiel hebt met nette profielfoto, bio en een aantal posts, voor de gasten die wel op dit kanaal kijken.

Voorbeeld

Ben je er na onderzoek achter gekomen dat jouw doelgroep vooral studenten zijn die vooral gebruik maken van Instagram? Focus je dan voornamelijk op Instagram. Wellicht dat zij wel een Facebook pagina hebben, maar hier een stuk minder actief op zijn. Pas je hierop aan. Zorg dat je zelf ook een volledige pagina op Facebook hebt, maar kies bijvoorbeeld voor een wekelijkse update hierop.



2.4 Focus op jouw unieke punten

Bij het inrichten van social media kanalen is het belangrijk om te onthouden wat de identiteit van jouw restaurant is. Wat wil je uitstralen? Focus je op de Unique Selling Points (USP) van jouw restaurant. Wat maakt jouw restaurant uniek en speciaal?

Je USP is een combinatie van de behoefte van gasten en waar de kwaliteiten van jouw restaurant liggen. Het zijn dingen die jouw restaurant anders maakt dan restaurants in je omgeving. Door rekening te houden met jouw USP's bij het creëren van content en door hierop te focussen in de bio's van je social media kanalen, val je op en onderscheid je je van andere restaurants.



Weet je wel wat je USP's zijn, maar weet je niet zo goed hoe je dit in kunt zetten op social media? Hieronder vind je enkele voorbeelden van hoe je je USP's om kunt vormen in content voor social media.

USP: een groot aanbod speciaalbiertjes

Content: elke week een speciaalbiertje uitlichten met een leuk feitje

USP: een gratis welkomstdrankje bij elk diner

Content: een foto waarbij je een blije gast met het welkomstdrankje ziet

USP: gebruik van 100% biologische en lokale ingrediënten

Content: posts over de ingrediënten en waar deze vandaan komen

USP: een geheel veganistische kaart

Content: de veganistische gerechten uitlichten

USP: elke zondag open voor een uitgebreid, wisselend ontbijtmenu

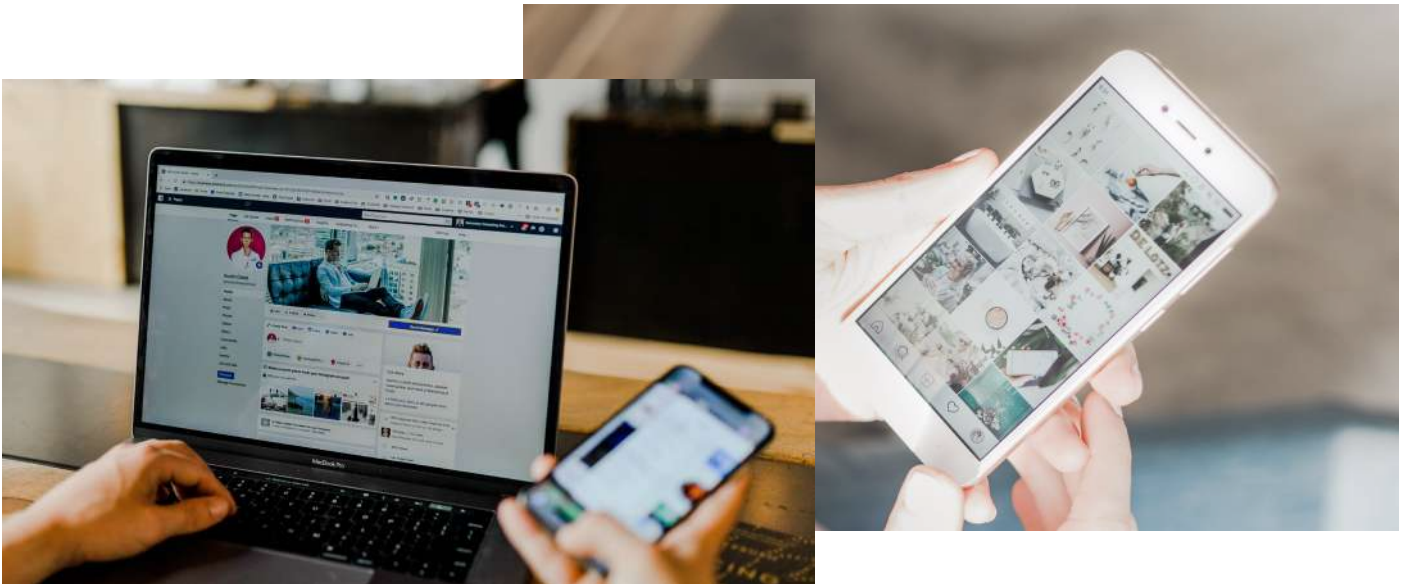
Content: iedere week voorafgaand aan het weekend uitlichten welke gerechten er dit weekend op het zondagmenu staan

2.5 De juiste tone of voice

Het is belangrijk om de juiste tone of voice te hanteren op social media. Hiermee bedoelen we de manier hoe je gasten aanspreekt. Op social media is een hele zakelijke toon niet nodig; een minder formele tone of voice kan juist zorgen voor meer interactie en binding met je gasten. Het geeft de gast het idee te praten met een echt persoon. Pas wel op dat de tone of voice niet te joviaal wordt. Maak ook een duidelijke keuze of je je gasten met 'u' of 'je' wil aanspreken.

Het belangrijkste is dat je consistent bent in je tone of voice, aangezien consistentie voor herkenbaarheid zorgt. Hierbij hoort ook dat je tone of voice de service in je restaurant weerspiegelt. Spreek je je gasten nooit met 'u' aan in je restaurant? Hanteer deze informele tone of voice dan ook op je social media pagina's.

Ook bij het reageren op comments en berichten is consistentie belangrijk. Reageer op gasten op dezelfde manier als hoe je hen aanspreekt in je posts en blijf vriendelijk. Let bijvoorbeeld op dat je niet kortaf reageert op minder positieve reacties. In onze whitepaper over webcare gaan wij dieper in op hoe je met positieve en negatieve reacties om kan gaan op social media.



2.6 Aan de slag met het creëren van content

Als je je doelstellingen, welke kanalen je wilt gebruiken, je USP's waarop je wilt focussen en tone of voice helder hebt, kun je aan de slag met het daadwerkelijk creëren vandaadwerkelijke posts die passen in je strategie.

Content kalender

We raden je aan een content kalender te maken waarin je per periode noteert welke onderwerpen je wilt aanhalen en wat je via welk kanaal communiceert. Maak hierin onderscheid tussen terugkerende posts (bijvoorbeeld een standaardpost per week over een gerecht) en posts waarin je inhaakt op de actualiteit (bijvoorbeeld een post over een event dat die week plaatsvindt).

Door het maken van een content kalender, maak je het voor jezelf een stuk overzichtelijker en ga je last-minute posten tegen. De uitwerking hiervan is dat je echt een verhaal vertelt, waarvan gasten zien dat er over nagedacht is en alle onderdelen van je restaurant worden behandeld.

Voorbeeldposts

Hieronder geven we je voorbeelden voor verschillende soorten posts, om je op weg te helpen met de onderwerpen die je kunt aanhalen op social media.

Drankjes in je restaurant

Heb je een restaurant met een groot aanbod aan speciaalbiertjes, welke veel worden besteld door jouw gasten? Speel hier op in met je posts. Laat je gasten bijvoorbeeld een leuk feitje weten over een biermerk, houd ze op de hoogte van nieuwe biertjes of welke biertjes koplopers zijn. Hiermee kun je de volgende doelstellingen bereiken:

- Meer interactie met je gasten
- Gasten informeren met interessante content en inspirerende foto's
- Informatie overdragen over jouw restaurant
- Je gasten enthousiasmeren voor vervolg bezoeken.

Goede werkplek

Heb je een lunchplek waar vooral studenten komen om te lunchen en aan school te werken? Dan is het goed om hierover te delen op jouw social media kanalen. Deel bijvoorbeeld leuke acties of mooie plekjes in jouw restaurant waar ze onder het genot van een kopje koffie heerlijk rustig kunnen werken. Zo pas je je content mooi aan op je doelgroep. Hiermee kun je de volgende doelstellingen bereiken:

- (Potentiële) gasten overtuigen om je restaurant te bezoeken
- Je gasten inspireren met mooie foto's van het interieur
- De focus van je restaurant laten weten, namelijk een fijne werkplek



biercafeamsterdam Wist je dat: Minoh Beer in 1997 is opgericht door familie Ohshita in Osaka, Japan? Minoh Beer heeft intussen al 2x de World Beer Awards gewonnen. De World's Best Dry Stout is een combi van pure chocolade, verse koffie met een zoete touch door de toffee. Een rijke en romige smaak. Heb jij deze al is geprobeerd? 🍷

#bier #speciaalbier #beerstagram #beertography #beerlover #beergeek #beertime #beersofinstagram #biergarten #bierhaus #speciaalbier #amsterdam #amsterdamcafe #amsterdamcity #amstergram #hotspot #highbeer



koffiehotspotleiden Op zoek naar een plek om te studeren mét lekkere koffie? ☕ We got you covered! Geniet van de lekkerste koffietjes terwijl je je kan focussen op het studeren. Gratis WiFi & stopcontacten beschikbaar! 🙌

#coffee #coffeecorner #studygram #studymotivation #studeren #studerende #studereninleiden #studie #school #tentamenweek #tentamenstress #hotspot #hotspotleiden #koffieleiden #leiden #leidenuniversity #leidencity

Reposten content gasten

Merk je dat er er veel jonge gasten in jouw restaurant komen die veel foto's maken, deze posten op Instagram en inchecken bij jouw restaurant? Repost de mooiste foto's met een vermelding van de fotograaf. Zo heb je ook meer content om te posten in plaats van je eigen foto's. Vergeet ook de foto van de gast niet te liken en een reactie achter te laten. Met deze posts kun je de volgende doelstellingen bereiken:

- Meer interactie met je gasten
- Potentiële gasten inspireren met deze foto's en ze overtuigen om ook langs te komen
- De betrokkenheid met je gasten aantonen
- Je eigen content aanvullen



pizzeriarotterdam Repost @happyguest 🥰 De zondag afsluiten met een yummy pizza. Who's in? 🍕
Reserveer nu nog een tafeltje voor vanavond 📅 .

•
•
•

#pizzanight #sundayfunday #sunday #pizzatime
#pizza #pizzalover #pizzaparty #sundayvibes
#sundayservice #sundaydinner #pizzeria
#pizzeriarotterdam #rotterdamhotspot #hotspot
#rotterdamcity #rotterdam_holland

Wil je graag aan de slag met je social media pagina's maar weet je niet goed hoe je een strategie ontwikkelt? Onze specialisten helpen je graag! Neem vrijblijvend contact met ons op via:

info@bookdinner.nl of bel ons op 033 303 65 15



3. Het vergroten van je bereik

Om je social media pagina's zo goed mogelijk in te zetten, is het van belang dat je weet waar je jouw doelgroep online kunt bereiken en hoe zij jouw pagina's kunnen vinden. Naast je bestaande gasten, kun je je social media pagina's ook goed inzetten om nieuwe gasten aan te trekken.

3.1 Hoe krijg je huidige gasten bij jouw social media pagina's?

Bij het goed onderhouden van je social media pagina's is het van belang dat jouw doelgroep en jouw gasten je content ook onder ogen krijgen. Maar hoe stel je gasten op de hoogte van jouw online aanwezigheid en hoe vinden ze jouw pagina's? Hieronder vind je verschillende manieren hoe je dit kunt doen.

Social media buttons op je website plaatsen

Door het plaatsen van social buttons op je website, zien jouw gasten gelijk dat je actief bent op social media. Zij kunnen gemakkelijk doorklikken. Als je vervolgens ook nette pagina's hebt met interessante content, is de kans groter dat je gevolgd wordt.

Social media kanalen vermelden op...

- Visitekaartjes welke je meegeeft
- Bordjes in het restaurant
- De menukaart
- De bon die gasten mee krijgen
- Stickers op de ramen



Social media kanalen koppelen aan je WiFi

Als gasten willen koppelen met je WiFi-netwerk, kan je hen doorsturen naar je Facebook- of Instagrampagina. Gasten dienen dan eerst de pagina te liken alvorens zij gebruik kunnen maken van gratis WiFi. Zo bouw je aan je base online.

Acties organiseren waarmee je gasten activeert om je social media kanalen te liken

Denk bijvoorbeeld aan een winactie of een kortingscode als gasten jouw Facebookpagina liken. Bij een winactie kan je inspelen op bijvoorbeeld bijzondere dagen. Is het bijna Valentijnsdag? Dan is het leuk om een diner voor 2 personen weg te geven. Wat je gasten hiervoor moeten doen is dan bijvoorbeeld het liken van een social media pagina of het reageren op een post. Een kortingscode kun je voor welke doelstelling dan ook inzetten. Wil je meer likes op Facebook of Instagram? Dan kan je deze actie zo invullen dat gasten een kortingscode krijgen als zij je pagina's liken.

In e-mails social media buttons toevoegen aan...

- De bevestigingsmail die gasten krijgen na het maken van een reservering
- De bedankmail die gasten krijgen na hun bezoek; onderaan de e-mail kun je de vraag 'Volg jij ons al op social media?' zetten
- De handtekening van het zakelijke e-mailadres van jouw restaurant; als je e-mailt met gasten zien zij de buttons

3.2 Hoe bereik je nieuwe gasten via social media?

Naast het bereiken van huidige gasten op social media, kun je social media ook goed inzetten om nieuwe gasten aan te trekken. Hieronder bespreken we een paar manieren.

Samenwerkingen met influencers aangaan

Influencer marketing wordt tegenwoordig steeds groter, vooral op Instagram. Met influencer marketing bedoelen we mensen met veel volgers die op hun social media betaald of onbetaald hun ervaringen delen en zo hun volgers inspireren. Uit een onderzoek van Trendera is gebleken dat 40% van de 13-20 jarigen meer interesse in een merk heeft als het met influencers samenwerkt.

Influencer marketing kan ook een goede manier zijn om nieuwe gasten te bereiken. Let er wel op dat je alleen samenwerkt met de influencers die relevant zijn voor jouw doelgroep. Werk bijvoorbeeld alleen met influencers die actief zijn in jouw regio en die een doelgroep aanspreken die in jouw restaurant komt.



Daarnaast is het belangrijk dat je goede afspraken maakt met de influencers. Stel dat je een lunch weggeeft, spreek dan goed af wat je daarvoor terug verwacht. Noteer alle afspraken goed. Zo voorkom je onduidelijkheden.

Hieronder vind je voorbeelden hoe je een samenwerking in kunt zetten.

Voorbeeld van een samenwerking

Nodig geselecteerde influencers uit voor een lunch of diner. Spreek af dat zij in ruil hiervoor een leuke post maken en jouw social media pagina taggen. Op deze manier komen de volgers van de influencer in aanraking met je restaurant en kunnen zij gelijk doorklikken naar de pagina van je restaurant. Je kunt ook een hele groep influencers uitnodigen. Gegarandeerd dat zij veel content over je restaurant delen.

Voorbeeld van een samenwerking

Organiseer een winactie met een influencer waarbij hij of zij een lunch of diner mag weggeven aan zijn of haar volgers. Een voorwaarde om de prijs te winnen kan dan bijvoorbeeld het volgen van jouw Facebook en Instagram pagina zijn. Hiermee verhoog je het aantal volgers op jouw pagina.



Winacties en campagnes organiseren

Door het organiseren van winacties en campagnes kun je veel nieuwe potentiële gasten aantrekken. Hoeveel mensen je bereikt ligt wel aan de manier hoe je de winactie of campagne invult. Wat geef je weg, welke doelgroep hoort bij deze prijs en welke kanalen schakel je in? Is jouw doelgroep jong? Dan kun je er voor kiezen om een High Tea weg te geven via Instagram. Hier kun je ook een influencer aan koppelen. Is jouw doelgroep ouder? Denk dan bijvoorbeeld aan een bierproeverij met uitgebreid diner, welke je deelt op Facebook. Samenwerken met een influencer heeft dan minder nut.

Voorbeeld van een winactie

Een goede manier om veel mensen te bereiken, zonder samen te werken met een influencer, is door bijvoorbeeld deelnemers te vragen minimaal 3 vrienden te taggen in de reacties om kans te maken op een prijs. Om te winnen moet iedereen jouw social media pagina volgen. Zo bereikt je winactie meer deelnemers en potentiële nieuwe gasten.

Gasten vragen in te checken bij jouw restaurant

Via Facebook en Instagram kunnen gasten inchecken in jouw restaurant. Dit betekent dat ze met hun vrienden delen dat ze in jouw restaurant zijn geweest. Zo komt jouw restaurant onder de aandacht bij een aantal potentiële nieuwe gasten. Je kunt gasten hier ook weer via jouw WiFi-netwerk aansporen om in te checken bij jouw restaurant. Gasten zullen dan via jouw WiFi worden doorgestuurd naar de pagina waar ze eerst moeten inchecken om vervolgens WiFi te kunnen gebruiken. Zorg voor een goede interactie door regelmatig de check-ins te controleren en hierop te reageren.

Actief potentiële gasten volgen en liken

Het is belangrijk om zelf ook actief bij anderen te zijn op social media. Zoek bijvoorbeeld mensen die interesse hebben in dezelfde soort restaurants zoals jouw restaurant, mensen die een locatie bij jou in de buurt hebben getagd of mensen die een bepaalde relevante hashtag gebruiken (zoals #watetenwevandaag). Je kunt deze mensen een volgverzoek sturen en hun foto's liken of erop reageren. Grote kans dat ze daarna een kijkje nemen op jouw pagina. Als ze jouw pagina aantrekkelijk vinden, is de kans groot dat ze je terug gaan volgen. Zorg er ook voor dat je af en toe je tijdlijn doorgaat en foto's liket van mensen die je al volgt.



Gasten vragen om een foto te posten op social media

Uit de Restaurant Monitor is gebleken dat 51% van de ondervraagden foto's maakt tijdens hun restaurantbezoek. Echter post meer dan de helft de foto uiteindelijk niet op hun social media pagina's. Dit is zonde. We raden je aan mensen aan te sporen dit wel te doen en jouw restaurant te taggen. Zet bijvoorbeeld een actie op: 'Deel een foto van jouw avond op Instagram, tag ons en maak kans op een gratis lunch voor 2!' Zo spoor je al je gasten aan om een foto te posten. Voordeel hiervan is dat je de interactie aan kunt gaan met de gast en dat vrienden van de gast de foto en jouw reactie ook zien. Win win!

Social advertising

Tegenwoordig kun je op social media heel gericht adverteren op specifieke doelgroepen. Zo kun je, tegen een budget dat je zelf kunt instellen, adverteren op mensen bij jou uit de buurt en mensen met bepaalde interesses. Adverteer bijvoorbeeld met een leuke actie. Heb je deze maand een speciale menukaart tegen een voordelige prijs? Dan is dit leuk om te delen en hiermee te adverteren. Zo kun je nieuwe potentiële gasten bereiken. Tijdens de looptijd van de advertentie kun je al statistieken inzien om te zien wat de advertentie je oplevert, net zoals het eindresultaat. Zo weet je precies welke soort advertenties goed werken voor jouw restaurant.

Naast het bereiken van nieuwe gasten, is social advertising ook interessant om huidige volgers te bereiken. Want wist je dat alles wat je op Facebook of Instagram plaatst gemiddeld maar aan 20-30% van je volgers getoond wordt door het algoritme van deze kanalen? Door je post te promoten via social advertising bereik je een groter deel van je volgers. Dit kan al vanaf €5.

Hieronder vind je een voorbeeld advertentie.

**Brasserie Rita**
Gesponsord · 

Op zoek naar een heerlijke spot in Eindhoven voor de beste drankjes? Laat je in de watten leggen door Rita en smul van onze huisgemaakte cocktails, (speciaal)biertjes, wijnen en andere lekkere drankjes. Reserveer snel je tafeltje op onze website!



[BRASSIERITA.NL](https://www.brassierita.nl)
Food & Drinks Grand Café
We zijn van maandag t/m vrijdag geopend van 07.00 tot...

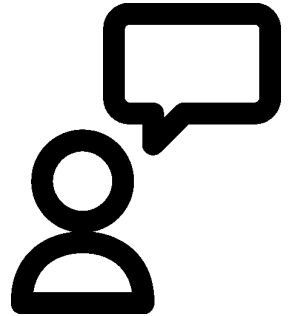
Nu boeken

4. Interactie via social media

Interactie met je volgers via social media is erg waardevol voor je bedrijf. Hiermee bedoelen we het aangaan van het gesprek met je volgers, door bijvoorbeeld het reageren op opmerkingen en check-ins. Interactie zorgt voor meer betrokkenheid van gasten bij je restaurant, maar ook voor meer activiteit op social media. Hoe meer reacties en shares, hoe meer mensen de post zullen zien, namelijk.

Uit de Online Marketing Scans die we bij ruim 200 restaurants hebben uitgevoerd, bleek dat slechts 5% van de geanalyseerde restaurants de interactie met hun volgers aangaat op social media. De vier meest voorkomende gemiste kansen zijn:

- Helemaal niet liken of reageren op comments, check-ins of getagde berichten
- Comments, check-ins en getagde berichten wel liken, maar er niet op reageren, waardoor de interactie niet wordt aangegaan
- Alleen reageren op comments onder eigen posts, maar niet reageren op check-ins of getagde berichten
- Wel overal op reageren, maar op een kortaf manier of manier die niet past bij de service in het restaurant



De volgende tips kun je gebruiken voor meer interactie met je gasten:

- Reageer op alle reacties van gasten over jouw restaurant onder jouw posts, zowel op negatieve als positieve comments. Gasten vinden het fijn om een reactie te krijgen en het draagt bij aan de persoonlijke band die gasten met je restaurant hebben.
- Reageer ook op check-ins, posts waarin jij wordt getagd of op posts waarin jouw hashtag (op Instagram) wordt gebruikt. Deze gasten verwachten waarschijnlijk geen reactie, wat jouw reactie des te leuker maakt.
- Reageer in dezelfde tone of voice op gasten als in de captions boven je posts

DO:

restaurantgast Tot hoe laat zijn jullie op zondag open?

8s Reply

restaurantdenbosch

@restaurantgast Goedemiddag! Op zondag zijn we geopend tot 18:00!

👏 Kom je gezellig langs? 🙌

1s Reply

DON'T:

restaurantgast Tot hoe laat zijn jullie op zondag open?

7m Reply

restaurantdenbosch

@restaurantgast 18:00

1s Reply

TIP! Wil je meer tips over hoe je de interactie aan kunt gaan met je volgers? Lees onze andere whitepaper met het onderwerp webcare.

5. Aan de slag met je social media pagina's

Naast dat je je strategie op een rijtje hebt en jouw gasten je social media pagina's weten te vinden, is het erg belangrijk dat je je pagina's goed inricht en dat je er de content op plaatst waar jouw gasten in geïnteresseerd zijn. In dit hoofdstuk leggen we voor Facebook, Instagram en Pinterest uit wat de juiste basics zijn en wat voor soort content je op de verschillende kanalen plaatst.

5.1 De juiste inrichting van jouw Facebookpagina

De juiste inrichting van jouw Facebookpagina is erg belangrijk. Zorg ervoor dat de basis klopt en dat jouw pagina jouw restaurant weerspiegelt. Hieronder bespreken we de DO's & DON'TS.

Profielfoto

DO: het logo van jouw restaurant als profielfoto instellen

DON'T: selfies, familiefoto's en onduidelijke/onscherpe foto's van het restaurant als logo instellen. Dit zorgt voor een minder professionele uitstraling.

Header

DO: een foto gebruiken die de sfeer van jouw restaurant goed weergeeft. Dit geeft gasten een goede indruk van jouw restaurant.

DON'T: een foto gebruiken die niet scherp is. Aangezien de header groot en langwerpig is, is het belangrijk om een foto te gebruiken die kwalitatief hoog is. Dit is hoogstwaarschijnlijk de eerste foto die gasten zien.

Beschrijving van jouw pagina

DO: een kort verhaaltje over jouw restaurant met de belangrijkste informatie en je USP's instellen; waar staat jouw restaurant voor en wat kunnen gasten verwachten?

DON'T: een te lange beschrijving, een onsamenvattend verhaal zonder duidelijk doel, het gebruik van hashtags in de beschrijving

Posts

DO: zorg dat je pagina in ieder geval gevuld is met een paar mooie posts, die jouw restaurant goed weergeven. Zo krijgen gasten een goed beeld van jouw restaurant als ze jouw pagina bezoeken, ook als je verder niet heel actief bent.

DON'T: elke dag meerdere posts plaatsen, zodat gasten overspoeld worden door jouw posts en niet meer geïnteresseerd zijn in je pagina. Verdeel je posts over de hele week om zoveel mogelijk mensen te bereiken.



Nu boeken-knop

Op Facebook is het mogelijk om een 'nu boeken' knop in te stellen op jouw pagina. Wij raden zeker aan om dit te doen. Gasten worden via die knop doorgelinkt naar de pagina waar zij een tafel kunnen reserveren, waarmee jij een extra service biedt naar je gasten en mogelijk ook meer reserveringen krijgt.

Hoe voeg je deze knop toe?

1. Onder de omslagfoto van je pagina, vind je een button; + een knop toevoegen, klik hierop
2. Selecteer de knop nu boeken in het keuzemenu en volg de stappen
3. Klik op voltooiën
4. Zodra de knop is aangemaakt kan je deze testen door je muis over de knop te bewegen en te klikken op knop testen



URL van pagina

Door het instellen van een goede URL van jouw Facebook pagina, verbeter je de vindbaarheid van jouw restaurant. Een goede URL heeft namelijk invloed op de zoekresultaten in Google. De URL kan je via de Facebook instellingen gemakkelijk zelf aanpassen. Let hierbij op dat je de URL van je pagina maar een keer mag wijzigen.

Hoe pas je de URL aan?

1. Klik aan de linkerkant van jouw pagina op de knop info
2. Heb je nog geen gebruikersnaam ingevoerd voor jouw pagina? Klik dan op gebruikersnaam voor pagina maken en voer hier je gebruikersnaam in, dit is het laatste gedeelte van jouw URL
3. Heb je wel al een gebruikersnaam ingevoerd voor jouw pagina? Klik dan naast de huidige gebruikersnaam op bewerken
4. Check nog een keer je gebruikersnaam op spelfouten en sla deze op

Openingstijden

Op Facebook kun je de openingstijden van je restaurant vermelden. We raden aan om dit in te stellen en regelmatig te checken of de openingstijden nog up to date zijn. Zo hebben gasten altijd de juiste informatie over jouw restaurant.

Adres- & contactgegevens

Door het adres van jouw restaurant duidelijk te vermelden op jouw Facebookpagina, kunnen gasten direct zien waar jouw restaurant zich bevindt. Ook raden we je aan de contactgegevens in te stellen, zodat gasten via Facebook contact met je kunnen opnemen. Je kunt zowel je e-mailadres als telefoonnummer toevoegen.

Reviews

We raden je aan in te stellen dat gasten reviews kunnen achterlaten, zodat je meer reviews krijgt en je op de hoogte wordt gebracht van de mening van je gasten. Reviews van Facebook worden vaak ook doorgeplaatst in je Google Business account, waardoor gasten deze reviews ook zien als ze Google'ën op je restaurant. Zorg er wel voor dat je altijd reageert op alle reviews die je ontvangt via Facebook, zowel negatief als positief.

Berichten ontvangen via Messenger

We raden je aan in te stellen dat gasten je berichten kunnen sturen via Facebook Messenger. Het is dan ook belangrijk dat je deze op tijd kunt beantwoorden en beantwoordt voor een goede service. Je kunt ook een automatisch bericht instellen waarbij je bijvoorbeeld aangeeft dat je binnen een halve dag reageert of dat gasten je met dringende vragen voor een snellere reactie beter kunnen bellen.



5.2 Het delen van content op Facebook

Naast de basis, is het soort content wat je op je Facebook pagina plaatst minstens zo belangrijk. Van de 80% van de mensen die zich op Facebook oriënteren voor hun restaurantkeuze, volgt slechts 10% daadwerkelijk de restaurants. Daar zit de winst die je kunt behalen met goede content. Door middel van goede content en actief gebruik van Facebook, zorg je er namelijk voor dat mensen je ook daadwerkelijk gaan volgen. Zij moeten geïnteresseerd zijn in wat je plaatst. Hieronder geven we je enkele tips.

Soort content

Het creëren van content is belangrijk en vergt tijd en creativiteit. Door te zorgen voor diversiteit, blijft je pagina leuk om te volgen. Als je te veel post over dezelfde onderwerpen, wordt dit op een gegeven moment saai. Wees creatief en benut de hoogtepunten van jouw restaurant. Vergeet hierbij niet dat Facebook als hoofddoel heeft om je volgers en gasten te informeren. Wil je een foto posten omdat deze vooral mooi is en inspireert? Kies er dan voor om deze op Instagram te plaatsen; dit platform past beter bij zulk soort content.

Enkele voorbeelden van leuke content op Facebook zijn:

- (nieuwe) gerechten
- Een bijzonder drankje met interessante achtergrondinformatie
- Een leuk verhaal over het personeel op de vloer of in de keuken, zodat je gasten een kijkje achter de schermen hebben
- Je net geopende terras
- Je nieuwe interieur
- Inhakers op speciale (feest)dagen
- Evenementen in je restaurant
- Evenementen bij je in de buurt
- Leuke deals
- Winacties

Beeldmateriaal

Ondanks dat het hoofddoel van Facebook informeren is, blijft het beeld dat je gebruikt erg belangrijk. Door het gebruik van kwalitatief hoogwaardig beeldmateriaal, zorg je voor een professionele uitstraling. Zo maak je jouw Facebookpagina ook een stuk aantrekkelijker om te volgen.



Post frequentie

Een juiste frequentie is enorm belangrijk. We raden aan om op Facebook minimaal 1x per week en maximaal 7x week te posten. Let hierbij op dat je niet te veel post op een dag, maar dat je de posts goed verspreid over de verschillende dagen. Als je te veel post op een dag kan dit als vervelend worden ervaren en heb je ook de kans dat maar een klein deel van je volgers de posts daadwerkelijk ziet.

Bij de post frequentie is consistentie ook erg belangrijk. Probeer elke week rond hetzelfde aantal posts online te zetten en probeer op dezelfde dagen te posten. Er zit geen regelmaat in als je de ene week 1x post en de andere week 7x post, verspreid over verschillende dagen. Zorg ervoor dat je gasten een patroon kunnen zien in hoe jij post en gelijkmatig over de week updates van je ontvangen.

Wil je graag aan de slag met je Facebook pagina, maar heb je geen idee welke onderwerpen relevant zijn voor jouw restaurant op je Facebook? Wij adviseren je graag! Neem vrijblijvend contact met ons op via:

info@bookdinner.nl of bel ons op 033 303 65 15



5.3 De juiste inrichting van jouw Instagrampagina

Ook op Instagram is de juiste inrichting van je pagina de basis. Zorg ervoor dat alles klopt en up to date is. Hieronder bespreken we de DO's & DON'TS.

Profielfoto

DO: het logo van jouw restaurant als profielfoto instellen

DON'T: selfies, familiefoto's en onduidelijke/onscherpe foto's van het restaurant als profielfoto instellen; deze zorgen voor een minder professionele uitstraling

Bio van jouw pagina

DO: een korte beschrijving over je restaurant met de belangrijkste informatie en je USP's. Wees creatief en vergeet niet dat het gebruik van smiley's zeker is toegestaan. Dit zorgt voor een minder formele uitstraling, wat op Instagram gebruikelijk is.

DON'T: het gebruik van hashtags in jouw biografie, het instellen van een bio waarin niet meteen duidelijk wordt waar jouw restaurant voor staat.



Posts

DO: het vullen van je pagina met in ieder geval een paar mooie posts, die jouw restaurant goed weergeven. Zo krijgen gasten een goed beeld van jouw restaurant en de sfeer, ook als je verder niet veel posts.

DON'T: posts met kwalitatief niet mooie foto's; de foto's krijgen op Instagram de meest prominente plek op jouw pagina

Adresgegevens

Door het adres of de plaats van jouw restaurant toe te voegen aan je profiel, kunnen mensen gelijk zien waar je restaurant zich bevindt. Dit is vooral handig als er meerdere restaurants zijn met dezelfde naam.

URL

Op je Instagrampagina kan je een website link toevoegen, zodat je volgers door kunnen klikken naar de website van je restaurant.

Bedrijfspagina

Je Instagrampagina kan je instellen als bedrijfsprofiel. Je Instagrampagina wordt op deze manier gekoppeld aan de Facebookpagina van je restaurant. Zo kunnen volgers je via de contact knop gemakkelijk volgen en kun je alle statistieken inzien van je pagina.

5.4 Het delen van content op Instagram

Het belangrijkste doel van Instagram is inspireren. Speel hier op in met je content. Gebruik kwalitatief hoogwaardige foto's die jouw restaurant goed weerspiegelen. Als gasten jouw Instagram pagina bekijken, moeten ze een geheel beeld van jouw restaurant krijgen. Hoe mooiere content, hoe groter de kans is dat gasten je pagina ook gaan volgen. Uit de Nationale Restaurant Monitor bleek namelijk ook dat nog (te) weinig mensen restaurants daadwerkelijk volgen. Ook op Instagram valt daar nog flink winst te behalen.

5.4.1 Instagram wall

In dit hoofdstuk bespreken we het delen van content op je wall. Hiermee bedoelen we de posts die je volgers zien in hun timeline en die staan op jouw overzichtspagina.

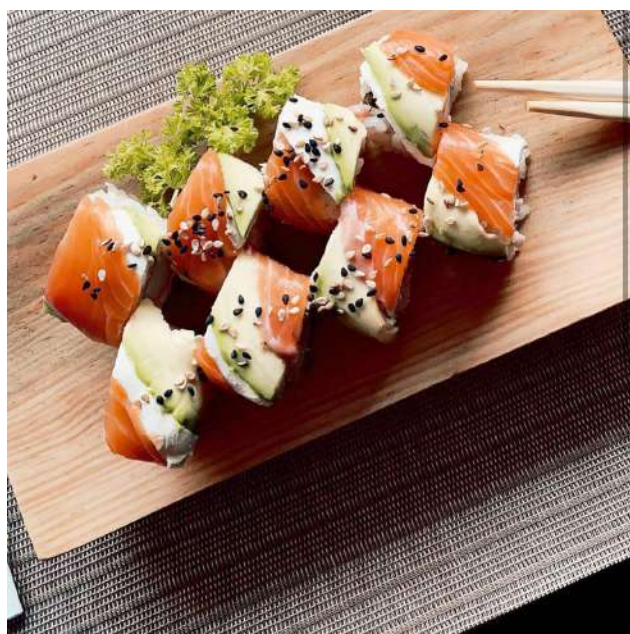
Soort content

Net zoals op Facebook is diversiteit in de posts ook op Instagram erg belangrijk. Instagram is een platform dat vooral gebruikt wordt om inspiratie op te doen, iets wat goed is om te blijven onthouden bij het creëren van content. Wil je voornamelijk informatie over je restaurant delen met je gasten? Kies dan bij voorkeur om dit op te delen op Facebook. Heb je bijvoorbeeld een nieuw menu? Dan kan je je volgers hierover informeren via Facebook met een foto van het nieuwe menu. Kies er op Instagram voor om een foto van de nieuwe gerechten te delen ter inspiratie.

Voorbeeldposts

We hebben enkele voorbeeldposts gemaakt om je op weg te helpen.

Deals onder de aandacht brengen



sushirestaurantede Sushi Sunday deal! 🍣 Alleen vandaag alle sushi rolls voor €10 p/s! 🍱 Reserveer nu nog jouw tafel via de link in onze bio!

#sushisunday #sushitime #sushirestaurant
#sushiede #restaurantede #ede #hotspot #edecity
#edehotspot #hotspotguide #watetenwevandaag
#watetenwevanavond #yummy #smullen #food
#dinertime #uiteten

Gerechten delen



restaurantinzeist Inspiration ✨ Wij hechten veel waarde aan de presentatie van de gerechten op onze kaart. Want zeg nou zelf... Van zo'n kleurrijk gerecht word je toch blij? 😊

#inspiration #foodie #foodporn #foodphotography
#foodstagram #foodblogger #foodpics
#restaurantzeist #zeist #centrumzeist #zeist
#hotspotzeist #zeisthotspot #zeistcityguide
#culinary #culinarytalents

Inhakers op feestdagen



restauranttoosterhout CARNAVAL! 🎉🎊 Vandaag voorzien wij jullie van een goede bodem met onze special: The Carnival Burger 🍔 Dan kunnen jullie daarna weer doorrrrr 🍷

#carnaval #carnaval2020 #carnavaltoosterhout #toosterhout #gemeentetoosterhout #restaurant #restauranttoosterhout #burgers #burgerandfries #hotspot #hotspotguide #watetenwewandaag #feestmaal

Je interieur laten zien



restaurantdenhaag Happy Monday! ☀️ Kom jij vandaag gezellig lunchen? .

#happymonday #mondayvibes #restaurant #restauranttips #coffee #lunchtip #restaurantdenhaag #denhaagcity #denhaagfood #denhaagfoodguide #denhaagfoodie #denhaagcentrum #denhaaghotspot #hotspotguide

Interactie aangaan met gasten



thesoupbarhaarlem HELP US OUT! We zijn druk bezig met de nieuwe menukaart en hebben jullie hierbij nodig! Laat ons in de reacties weten wat jullie favoriete soep is en wie weet zetten we die op de kaart... En je mag deze dan samen met een vriend(in) gratis komen proeven! 🍴 3, 2, 1, GO!! 🍷🌟

#newmenu #nieuwemenukaart #restaurant #restauranthaarlem #soepbar #thesoupbar #haarlemhotspot #hotspothaarlem #haarlemcity #haarlemcityblog #haarlemcentrum #hotspotguide #watetenwewandaag #smullen #uiteten #meedenken

Beeldmateriaal

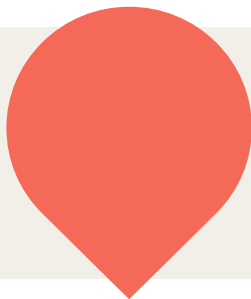
Op Instagram creëer je een feed; een wall waar je volgers alle foto's bij elkaar kunnen terug zien. Het is daarom belangrijk om kwalitatief hoogwaardige foto's te gebruiken. Is de foto die je wilt posten wat onscherp? We raden je dan aan andere foto's te gebruiken of nieuwe foto's te laten schieten door een professioneel fotograaf. Dit kan het beeld wat gasten hebben over je restaurant erg beïnvloeden.

Hashtags

Op Instagram is het erg belangrijk om hashtags onder je post te plaatsen, aangezien je posts daardoor gevonden worden door mensen die deze hashtags volgen. We raden je aan rond de 20 hashtags per post te gebruiken en hashtags te kiezen die relevant zijn voor jouw restaurant. Heb jij bijvoorbeeld veel toeristen in je restaurant? Dan zijn Engelse hashtags voor jouw restaurant relevant.

Enkele voorbeelden van handige hashtags voor de horeca zijn:

- #ontbijthotspot
- #watetenwevandaag
- #culinaireinspiratie
- #vrijmibo
- #italiaansekeuken
- #wijnwijnwijn
- #highteainspiratie
- #lunch



TIP! Kies hashtags van gemiddelde grootte! Als je hashtags gebruikt die door miljoenen mensen worden gevolgd, verminder je de kans dat jouw post naar voren komt. Gebruik je hashtags die door 10 mensen worden gevolgd, dan is dit ook niet relevant voor de vindbaarheid.

Post frequentie

Ook bij Instagram is het belangrijk om consistent te zijn en de juiste post frequentie te kiezen. Op Instagram mag je echter wel vaker posten dan op Facebook. Instagram maakt namelijk gebruik van een algoritme waardoor de posts niet standaard chronologisch in de tijdlijn van je volgers komen te staan. We raden je aan minimaal 3x per week te posten op Instagram, zeker niet minder dan dat. Iedere dag posten op Instagram is ook toegestaan. Zo zien potentiële volgers ook dat je actief bent en zullen ze je eerder gaan volgen. Je huidige volgers blijf je daarnaast aanspreken.

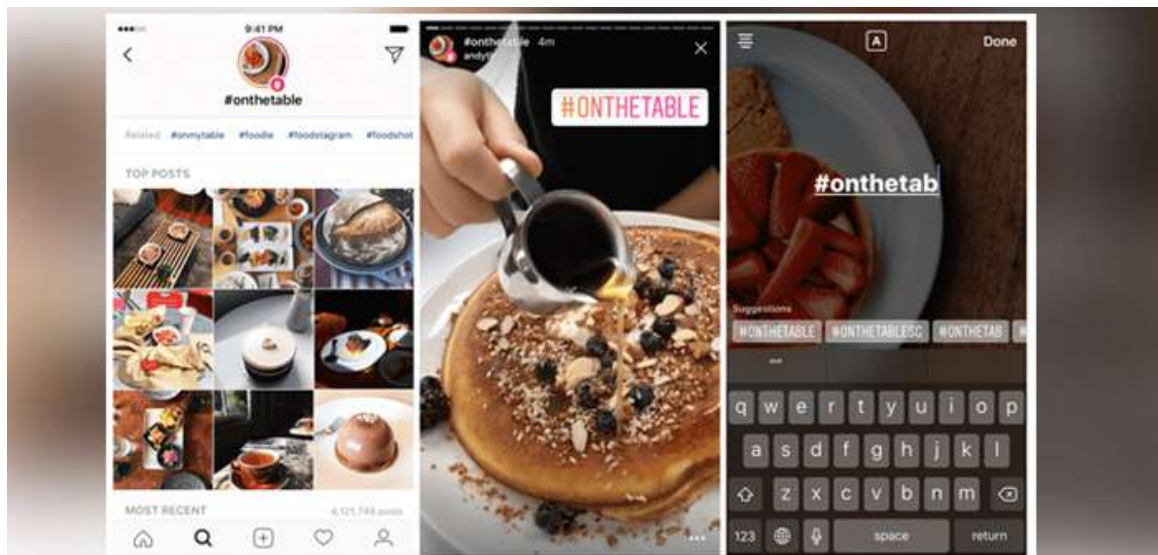
Op Instagram kunnen de tijd en de dagen waarop je post veel invloed hebben op het bereik en de engagement van je posts. Hoe laat en wanneer je moet posten hangt echter erg af van het gedrag van jouw volgers; dit is voor ieder restaurant anders. We raden je aan om hiermee veel te testen. Probeer verschillende tijden en dagen en bekijk de statistieken. Hieruit kun je opmaken wat voor jou de beste tijden en dagen zijn.

5.4.2 Instagram stories

Naast het posten van foto's in je tijdlijn, kun je op Instagram ook veel content verspreiden via Instagram stories. Hier deel je foto's en korte video's die maar 24 uur te zien zijn. Door middel van deze functie kun je je volgers echt een kijkje achter de schermen geven. Je kunt via Instagram stories foto's, video's en boomerangs delen. Boomerangs zijn kort achter elkaar gemaakte foto's waarvan vervolgens een korte video wordt gemaakt.

Enkele voorbeelden van leuke content voor Instagram stories zijn:

- (nieuwe) gerechten uitlichten
- Drankjes uitlichten
- Filmpjes uit de keuken
- De making-off van gerechten
- Sfeerbeelden van gasten die aan het eten of borrelen zijn
- Sfeerbeelden van evenementen in je restaurant
- Korte interviews met je personeel of gasten
- Live video's maken en delen



Via Instagram stories kun je daarnaast zorgen voor meer interactie met de gast. Je hebt namelijk de optie om vragen te stellen, een poll te delen of een quiz te houden. Zo kunnen je volgers op een makkelijke manier reageren op jouw stories en zorg je voor meer interactie. Ook kan dit handig zijn om inzichtelijk te krijgen wat je gasten leuk vinden. Vraag hen bijvoorbeeld in de stories welk gerecht ze het lekkerst vinden.

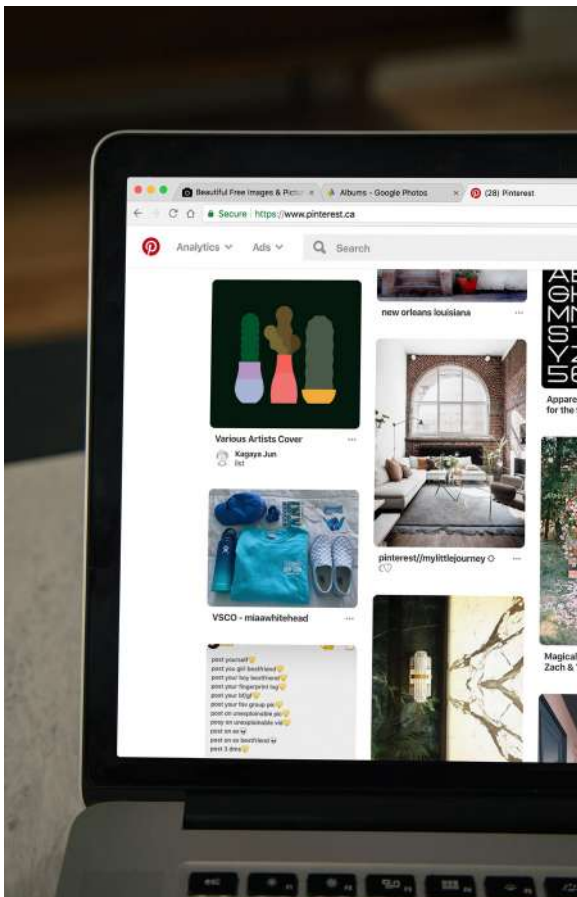
Naast het zelf delen van content, worden Instagram stories ook door jouw gasten gebruikt. Instagram stories wordt namelijk dagelijks gebruikt door meer dan 500 miljoen gebruikers. Mensen posten in Instagram stories over van alles, met name foto's en video's van hun dag. Als gasten bij jou komen eten, is er ook een grote kans dat zij dit delen in hun stories. Als gasten dit doen en jouw restaurant taggen, krijg je hier een melding van. Deze beelden kun je reposten in jouw eigen stories, wat de binding met je gasten ook versterkt.

5.5 Het inrichten van je Pinterest

Pinterest is een inspiratieplatform dat interessant voor restaurants kan zijn om nieuwe gasten te bereiken. Wereldwijd wordt Pinterest gebruikt door 200 miljoen gebruikers, waarvan 3 miljoen pinner in Nederland. Een van de populairste categorieën op Pinterest is eten en drinken. Er worden volop recepten en diner ideeën gedeeld, waar content over jouw restaurant goed tussen past.

Om welke redenen is Pinterest relevant voor jouw restaurant?

- Aan elke pin kun je een URL toevoegen. Als mensen op jouw pins klikken, worden ze direct doorgestuurd naar jouw website. Zo kun je meer traffic naar je website genereren.
- 80% van de pins op Pinterest zijn repins. Dit houdt in dat pins dus ook massaal gedeeld worden. Met een foto die jij pint vanaf je website kun je dus flink wat mensen bereiken, als deze wordt gedeeld door anderen.
- Pins hebben een lange levensduur dan posts op andere kanalen. De gemiddelde levensduur van pins is 3,5 maand en je ziet geen duidelijke datum van plaatsing. Doordat de pins lang actief blijven op Pinterest, kunnen ze voor lange tijd verkeer naar je website genereren.
- Uit een onderzoek van Ahology is gebleken dat 84% van de dagelijkse gebruikers van Pinterest geïnspireerd raken om een keer per week of vaker iets nieuws te proberen na inspiratie opgedaan te hebben op Pinterest. Doe hier je voordeel mee en inspireer Pinterest gebruikers met mooie content over jouw restaurant.



Wat voor content deel je op Pinterest?

Op Pinterest is beeld het allerbelangrijkst. Zorg dat het beeld van hoogwaardige kwaliteit is zodat mensen echt geïnspireerd raken. Het beeld kun je daarnaast wel ondersteunen met een goede omschrijving met relevante zoekwoorden, waar je pin op gevonden kan worden. Relevante zoekwoorden zorgen ervoor dat je beter wordt opgepikt door het algoritme van Pinterest. Hieronder delen we een paar voorbeelden van posts op Pinterest.

Dit zijn enkele voorbeelden van leuke pins voor restaurants:

- 3x ideeën voor vegetarische gerechten waarin je 3 vegetarische gerechten van de menukaart deelt
- Chef's Favorite: deel hier het favoriete gerecht van jouw chef
- Recept van de maand: deel elke maand een lekker recept waarmee je mensen enthousiasmeert voor jouw gerechten

6. Social media tools

Om het actief gebruiken van social media makkelijker te maken, bestaan er verschillende social media management tools. Met deze tools kun je je social media kanalen beheren, posts inplannen en posts monitoren en analyseren. Door het maken van een content kalender per periode en die posts direct in te plannen via een social media tool, maak je het voor jezelf een stuk makkelijker. Het vooruit plannen scheelt je een hoop last-minute stress. In de social media tools kun je tevens al je social media kanalen samenbrengen, wat alles ook een stuk overzichtelijker maakt. Hieronder volgt een rijtje met een aantal social media management tools.

eClincher

eClincher is een social media management tool die vrij makkelijk in gebruik is. Deze tool bevat een content planner, een optie om automatisch te publiceren. Ook bieden zij een social inbox waar je alle likes, comments en berichten in kunt beheren.

Sprout Social

Sprout Social biedt een aantal social media management tools zoals een content planner en statistieken. Zo kan je via Sprout Social per post de individuele statistieken bekijken. Automatisch publiceren is bij Sprout Social niet mogelijk.

Hootsuite

Hootsuite één is een van de eerste tools voor social media management. Via Hootsuite kun je ook aan de slag met een content planner. Zij bieden ook de optie voor het automatisch publiceren van posts. Je kan via Hootsuite meerdere posts tegelijk inplannen en publiceren, op verschillende kanalen.

Buffer

Ook via Buffer kun je content inplannen en automatisch laten publiceren door Buffer op jouw social media kanalen. Buffer biedt daarnaast ook de optie om reacties op Facebook en op Instagram te beheren en het bijhouden van statistieken.

Coosto

Coosto biedt verschillende pakketten aan voor je social media management. Zo kan je kiezen om je posts via Cooster te plannen, publiceren en optimaliseren. Coosto publiceert dan automatisch je posts op de geplande dagen en tijdstippen. Een extra optie die zij aanbieden is het beheren van je berichten en de reacties die je krijgt op al je social media kanalen.



SUCCESS!

In een snel veranderende restaurant wereld is het van belang om aan de slag te gaan met social media. Een goede social media strategie is hierbij het beginpunt. Start met het opdoen van kennis over je doelgroep. Wie zijn zij en waar zijn zij online actief? Vervolgens kun je je doelstellingen bepalen en deze specifiek en meetbaar formuleren. De content die je daarna maakt, past bij je strategie en speelt in op de behoeften van je gasten.

Blijf bij het creëren van content en het onderhouden van je social media kanalen goed onthouden wat je USP's zijn. Door je vast te houden aan de identiteit van je restaurant blijf je je onderscheiden van andere restaurants. Bij het posten is belangrijk om te letten op diversiteit, de juiste post frequentie en een tone of voice die jouw restaurant weerspiegelt. Zo sluit jouw online voorkomen aan bij jouw offline voorkomen, past je content bij de wensen van je gasten en biedt je met je social media kanalen een toegevoegde waarde voor je gasten.

BookDinners is expert in het ondersteunen van de online activiteiten voor restaurants. We zijn al meer dan 10 jaar actief in restaurant marketing. Heb je moeite met het starten of onderhouden van je social media kanalen? Weet je niet goed hoe je meer (potentiële) gasten kunt bereiken? Of heb je er simpelweg geen tijd voor? Bel ons op 033 303 65 15 of stuur een e-mail naar info@bookdinners.nl voor meer informatie.

Veel succes met het aan de slag gaan met je social media!

Heb je hulp nodig bij je website, social media, webcare of andere online marketing uitingen? Onze specialisten helpen je graag!

Neem vrijblijvend contact met ons op via:
info@bookdinners.nl of bel ons op 033 303 65 15

