



**GUIA ATUALIZADO** 2022  
**MARKETING PARA**  
*Restaurantes*



O toque final pro seu restaurante  
alcançar mais pessoa e atrair  
mais clientes

# INTRO DUÇÃO

**Sou formada em Publicidade e Propaganda. Atuo no Marketing Digital especializado para bares e restaurantes. Criei esse e-book para facilitar os primeiros passos do seu restaurante no Marketing Digital. Vem comigo!**

**ESCRITO POR KARLA CARVALHO  
PROPRIETÁRIA DA AGÊNCIA LAPIDÁRIO**

Segundo Philip Kotler, um dos autores mais renomados no meio, Marketing é a ciência e arte de explorar, criar e entregar valor para satisfazer as necessidades de um público-alvo com geração de lucro. O objetivo do Marketing vai além de atrair novos clientes interessados em

adquirir os produtos ou serviços da sua empresa: trata-se também de identificar desejos e gerar valor. Com esse e-book, eu vou mostrar todos os aspectos que você deve considerar para elevar o seu negócio a um novo nível de competitividade no mercado, por meio das plataformas digitais.



**LAPIDÁRIO**

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

# QUAL A IMPORTÂNCIA DO **MARKETING** PARA **RESTAURANTES?**

GUIA ATUALIZADO 2022  
**MARKETING PARA**  
*Restaurantes*

Esse não é um e-book teórico; eu não vou explicar os conceitos que vão te permitir entender a importância do Marketing de uma forma impessoal e genérica. Eu estou aqui para te provocar, cutucar sua ferida e te tirar da sua zona de conforto.

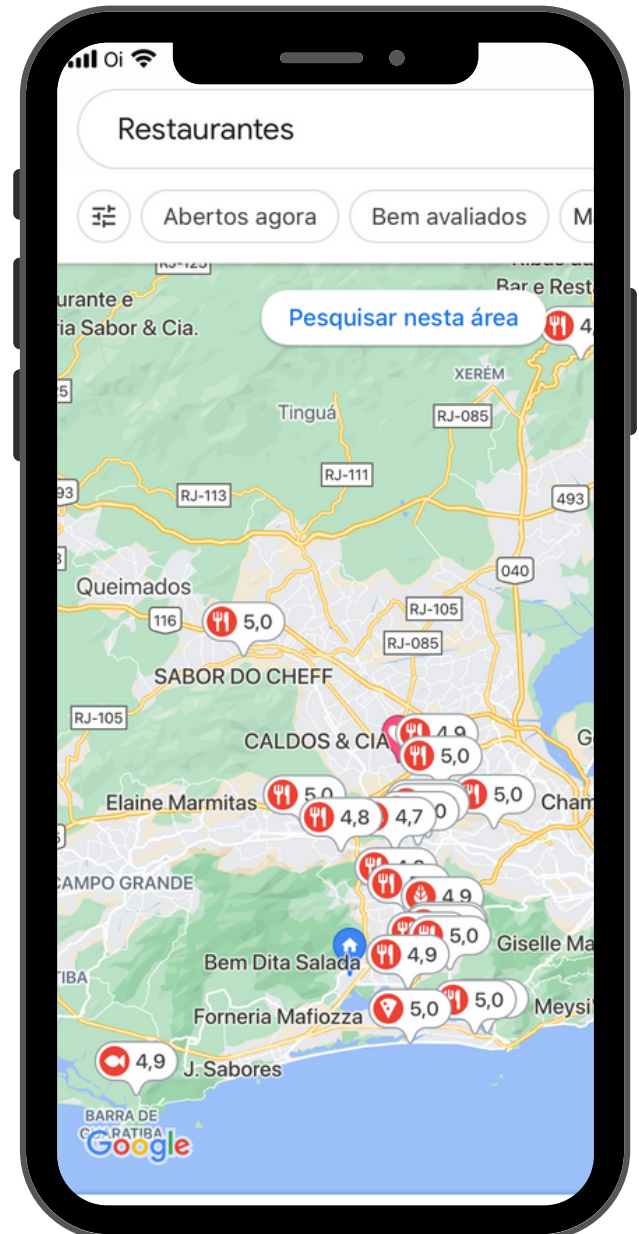
### Te proponho um desafio...

Acesse uma guia anônima, vá até a barra de pesquisa e busque por restaurantes da sua região. \*Use a guia anônima para não tendenciar seu resultado com base na sua utilização. Ou seja, para ver o que seu cliente vê. São MUITOS, não é? Sem procurar por seu próprio nome, você não vai se encontrar.

Se não estiver traumatizado o suficiente, faça o mesmo no Facebook e no Instagram, usando hashtags para fazer a busca. Ex: #restauranteryj

Ainda não está convencido? Vá ao Ifood, Rappi, Yelp ou TripAdvisor. Lá você vai se desesperar de vez, já que a busca é específica dentro do seu segmento e atuação geográfica.

Meu ponto é: com tantas opções, quem não é visto, não é lembrado (muito menos escolhido). Todos esses mecanismos de busca estão disponíveis para seus clientes; existe literalmente uma lista com milhares de locais possíveis para ir na palma da mão deles. Então, porque eles escolheriam você?



**Se você não sabe responder essa pergunta ou respondeu mentalmente que seu atendimento ou qualidade são os diferenciais... SEU NEGÓCIO PRECISA URGENTE DO MARKETING.**



**LAPIDÁRIO**

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

**O QUE VOCÊ  
PRECISA SABER  
E POR ONDE  
COMEÇAR?**

GUIA ATUALIZADO 2022  
**MARKETING PARA**  
*Restaurantes*

Não é que eu ache que seu atendimento e qualidade não sejam superiores, é que para saber disso o cliente precisaria conhecer seu restaurante. Ou seja, antes de descobrir isso, ele já precisa de um motivo para ir ao local. E adivinha só? Seu concorrente está dando esse motivo, alimentando as plataformas digitais dele com centenas de estímulos textuais e visuais para despertar o desejo do cliente potencial de vocês dois.

Mas calma, não precisa se desesperar. Vou te dar o norte, tudo o que você realmente precisa saber para começar.

**Vamos lá.**



**LAPIDÁRIO**  
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

# DEFINA SEUS OBJETIVOS

GUIA ATUALIZADO <sup>2022</sup>  
**MARKETING PARA**  
*Restaurantes*

Essa etapa parece óbvia, mas muita gente erra ao definir objetivos amplos e genéricos demais, como "vender e faturar mais". Isso é o resultado, não o objetivo.

Os objetivos precisam ser condizentes com a realidade conceitual e financeira do negócio. Você não pode, por exemplo, definir que o objetivo é se tornar o primeiro resultado no buscador do Google no seu segmento e região sem ter verba para investir em anúncios ou em técnicas de SEO.

O mais importante é que você pense e defina como objetivo o que você realmente quer e pode alcançar?

## **ALGUNS EXEMPLOS:**

- Aumentar a visibilidade do restaurante;
- Criar uma rede de recomendações;
- Estimular o desejo de experimentação;
- Mostrar as experiências dos meus clientes;
- Criar uma relação com o público;
- Elevar o reconhecimento da marca;
- Apresentar o conceito e história do restaurante.
- Ser reconhecida como a melhor pizzaria da zona oeste do Rio de Janeiro.
- Subir no ranking de pesquisa orgânica.





**LAPIDÁRIO**

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

# ANALISE SEUS CONCORRENTES

GUIA ATUALIZADO <sup>2022</sup>  
**MARKETING PARA**  
*Restaurantes*

Sim, sabemos que tem espaço para todos no mercado. A análise de concorrência não é sobre competição, trata-se da melhor forma de ter certeza que você vai montar uma estratégia eficiente.

Selecione pelo menos 5 dos concorrentes que tenham o mesmo público-alvo e conceito do seu restaurante. Tente identificar as estratégias digitais deles e de outros dois perfis grandes de referência do seu segmento.

### **OBSEVE E TOME NOTA DE QUESTÕES COMO:**

- O que você foi capaz de encontrar na internet sobre ele?
- Em que plataformas eles estão presentes?
- Qual o tipo de conteúdo tem melhor resultado mensurável (curtidas, comentários, alcance de vídeo)?
- Qual o tipo de formato tem mais interação (vídeos longos, vídeos curtos, fotos com pessoas, fotos só da comida...)?
- O que os avaliadores dizem de melhor e de pior?
- Quais os serviços eles oferecem?
- Possui política de fidelidade?

No final, faça um relatório que te permita visualizar as melhores e piores práticas para replicar ou fugir na hora de criar a sua estratégia.



**LAPIDÁRIO**  
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

# CONHEÇA SEU PÚBLICO A FUNDO

GUIA ATUALIZADO <sup>2022</sup>  
**MARKETING PARA**  
*Restaurantes*

Saiba mais que faixa etária, renda e localização. Isso não é o suficiente. Faça um estudo de segmentação e crie seu cliente ideal (persona). Você não fala com um grupo de empresários a trabalho da mesma forma que fala com seus amigos, certo? Aqui funciona da mesma maneira. Você precisa saber com quem está falando para saber o que falar, ou seja, compreender seus interesses, valores, opiniões, a frequência que essa pessoa come fora, o que ela quer saber antes de ir em um restaurante pela primeira vez...

### **SENDO ASSIM, LISTEI ALGUNS MOTIVOS QUE PROVAM A IMPORTÂNCIA DA CRIAÇÃO DE PERSONAS PARA SEU NEGÓCIO:**

- Determinar o tipo de conteúdo que você precisa para atingir seus objetivos;
- Definir o tom e o estilo de seu conteúdo;
- Ajudar a desenhar suas estratégias de marketing com base o público que comunicação deve ser focado;
- Definir os tópicos sobre os quais você deve escrever;
- Entender onde os prospectos buscam suas informações e como eles querem consumi-las.



**LAPIDÁRIO**

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

# MÃO NA MASSA

GUIA ATUALIZADO <sup>2022</sup>  
**MARKETING PARA**  
*Restaurantes*

Quais são as ações necessárias para que você consiga alcançar os objetivos que você delimitou?

Por exemplo, se você quer começar no marketing digital, você vai precisar criar todos os perfis que tenham a presença do seu público e realizar as configurações comerciais dessas plataformas. Vai ser preciso estabelecer os tipos de conteúdo e seus formatos, sua frequência, a forma de divulgação paga etc...

Crie um planejamento de TUDO o que precisa ser feito. Determine os prazos e os responsáveis. PENSE NOS MÍNIMOS DETALHES. Não apenas das ações no digital, como as que já citei, mas também de tudo que precisa ser ajustado no próprio estabelecimento.

Por exemplo, as pessoas que já foram ao seu estabelecimento e gostaram da experiência que tiveram têm uma chance muito maior de voltar ao seu espaço se ela seguir uma rede social sua e relembrar constantemente a experiência que teve no seu restaurante. Por isso, faria parte das estratégias treinar os funcionários a convidar os clientes para seguir e avaliar o restaurante na internet.

Já pensou em tudo o que pode explorar de bom e corrigir de ruim? Então mão na massa.



**LAPIDÁRIO**  
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

# EM QUAIS PLATAFORMAS SEU RESTAURANTE DEVE ESTAR?

GUIA ATUALIZADO <sup>2022</sup>  
**MARKETING PARA**  
*Restaurantes*

Essa é uma escolha que deve estar totalmente voltada aos interesses e características do seu público, além de, obviamente, condizer com seus objetivos. Contudo, quanto mais redes você for capaz de alimentar, maior será a circulação do seu nome na rede e maiores suas chances de ser encontrado pelo seu cliente potencial. No Marketing Digital para restaurantes, as principais plataformas utilizadas para divulgação são: Instagram, Facebook, TikTok, Twitter, WhatsApp Business, Tripadvisor, Google Meu Negócio, Yelp, site próprio e é claro, os app de entrega, iFood, Rappi etc.







**LAPIDÁRIO**  
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

# FERRAMENTAS COMERCIAIS DAS PLATAFORMAS

GUIA ATUALIZADO <sup>2022</sup>  
**MARKETING PARA**  
*Restaurantes*

Um detalhe importante sobre a maioria dessas plataformas é que elas possuem opções comerciais que facilitam a entrega das informações necessárias aos clientes em potencial. Por exemplo: o endereço, um link, o número do WhatsApp Business, o catálogo de produtos oferecidos ou até mesmo uma conexão direta com uma plataforma de delivery. São muitas as possibilidades. Sempre verifique quais são as configurações comerciais disponíveis nas plataformas em que escolher atuar. Quanto mais completos seus perfis e quanto mais você os alimentar, mais essa plataforma entregará seus conteúdos aos demais usuários e, se eles interagirem com seu conteúdo, sua relevância vai aumentando e mais a plataforma entrega. É assim que funciona. NÃO TENHA BURLAR ISSO. Não dá resultados e você perde seu tempo. CONSTRUA SUA RELEVÂNCIA.



**LAPIDÁRIO**

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

# OS FORMATOS

GUIA ATUALIZADO <sup>2022</sup>  
**MARKETING PARA**  
*Restaurantes*

Como "ainda" não temos como transmitir cheiros pela internet, o estímulo audiovisual é o fator decisivo no Marketing Digital para restaurantes. Contudo, é preciso variar e entregar ao seu cliente em potencial diferentes tipos de conteúdo.

## **OS FORMATOS QUE NÃO DEVEM SER DEIXADOS DE FORA DE JEITO NENHUM:**

- Fotos;
- Vídeos de curta duração;
- Vídeos de média duração;
- Artes digitais.

Um detalhe importante é que cada uma dessas plataformas vai ter diferentes recursos, **APROVEITE**. Faça testes, treine e utilize todos esses recursos. Isso otimiza sua experiência na plataforma.

Exemplo: os eventos do Facebook, as lives do Instagram, as avaliações do TripAdvisor, as respostas automáticas do Instagram, as mensagens automáticas do WhatsApp Business, entre muitas outras.



**LAPIDÁRIO**

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

# A FREQUÊNCIA

GUIA ATUALIZADO <sup>2022</sup>  
**MARKETING PARA**  
*Restaurantes*

Eu entendo que, como gestor do negócio, nem sempre é viável fazer toda a cobertura que a gestão de Marketing demanda. Mas, como já disse antes, quem não é visto, não é lembrado. Poste com a maior frequência que conseguir fazer com qualidade. O que eu quero dizer com isso é que também não adianta postar por postar, tudo tem que fazer sentido com seus objetivos.

Uma dica que pode ajudar a manter uma frequência legal sem surtar é organizar uma semana de conteúdo com antecedência. O Facebook Business é uma plataforma gratuita que permite agendar as publicações para saírem na data e horário de sua escolha, no próprio Facebook e também no Instagram. Outras plataformas pagas como MLabs e Etus permitem que você programe suas publicações em várias outras redes, como o Google Meu Negócio e TikTok, por exemplo.



**LAPIDÁRIO**  
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

# ALIMENTE SUA AUDIÊNCIA

GUIA ATUALIZADO <sup>2022</sup>  
**MARKETING PARA**  
*Restaurantes*

NEM SÓ DE BATATA FRITA  
VIVE UMA VEGANA NO ROLÉ!



**AQUI TEM  
MUITO +**

A última coisa que você quer é uma linguagem incompatível com seu público, apelos visuais/textuais fracos e um diálogo frio e distante do seu cliente.

O único jeito de atingir seus objetivos é conhecendo bem o seu público para saber como alimentar o desejo de experimentação. Se você fez o exercício da segmentação e da persona direitinho, a essa altura você já sabe o que seu público precisa encontrar na suas páginas para ir até seu restaurante. Apresente todas essas informações da forma mais interessante e apetitosa que conseguir. Use os meios necessários. Vamos voltar a falar disso.





**LAPIDÁRIO**

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

# VENDA EXPERIÊNCIAS

GUIA ATUALIZADO <sup>2022</sup>  
**MARKETING PARA**  
*Restaurantes*



A venda de experiência envolve todos os detalhes do restaurante, coisas que vão muito além de um prato de comida. Se você vende apenas refeições, você vai ficar para trás. Busque promover uma experiência agradável ao seu cliente. Para isso, pense: o que gera valor para esse público? Um ambiente calmo para leitura? Uma música ambiente que possibilite uma conversa? Uma ambientação propícia ao romance? Um espaço especial para fotografia? Tomadas perto das mesas para conectar os computadores durante a reunião pré almoço? Pense. Esse poderá ser o seu novo diferencial. **O que seu cliente quer?**



**LAPIDÁRIO**

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

# COPYWRITING

O PODER DA REDAÇÃO PUBLICITÁRIA

GUIA ATUALIZADO <sup>2022</sup>  
**MARKETING PARA**  
*Restaurantes*

O copywriting é uma técnica de escrita que tem como foco a conversão. Aprenda a usar essas técnicas para criar títulos e legendas realmente impactantes e até mesmo persuasivas. Os gatilhos mentais são agentes externos capazes de provocar uma reação nas pessoas e tirá-las da zona de conforto, e fazem parte de uma Copy de sucesso. Esses estímulos agem diretamente no cérebro.

Mais adiante, você vai descobrir que a **copy certa** vai valorizar ainda mais o principal gatilho do seu segmento.

Lembre-se de manter um mesmo tom na comunicação, dê uma personalidade a sua marca que seja condizente com seu conceito/público e expresse isso na forma de escrita.

**Separei alguns gatilhos e como aplicá-los na realidade de um restaurante para te ajudar hoje, VEJA A SEGUIR:**

- **Escassez:** Dar valor depois que perdeu é, infelizmente, um comportamento humano muito comum — e é disso que se trata a escassez para copywriting. A ideia é trabalhar a noção de que, a qualquer momento, o produto ou serviço pode faltar, ativando o senso de urgência do consumidor.

Ex: Reservas esgotadas para o Réveillon.

- **Urgência:** Para entender como esse gatilho funciona, é preciso compreender outro comportamento comum nosso: a procrastinação. É comum demoramos a decidir quando sabemos que teremos mais tempo. Assim, utilizar a urgência é justamente uma forma de pressionar alguém, indiretamente, a agir rapidamente.

Ex: Últimas mesas para ceia de Natal. Faça agora mesmo a sua reserva.

- **Prova social:** Esse gatilho representa o quanto o seu produto é valioso para as pessoas. Se há consumidores falando bem do que você oferece, então existe prova social. Temos uma tendência em concordar com a maioria, isso é uma característica humana. Sua avaliação no TripAdvisor vale 10% de desconto. Essa seria uma forma de estimular essa construção de prova social investindo pouco.

Ex: Somos Travellers Choice 2021 - obrigada pelas mais de 300 avaliações positivas no TripAdvisor.

- **Novidade:** A novidade é uma ótima oportunidade de despertar a curiosidade e o interesse nas pessoas. Esse gatilho não tem um efeito apenas teórico, a influência é química: quando encontramos algo novo e interessante, nosso corpo produz dopamina. Esse hormônio é um dos responsáveis pela sensação de recompensa e prazer.

Ex: Vocês pediram e agora TEM CHURRASCO no Becco.

- **Reciprocidade:** Esse é mais um dos gatilhos mentais que ativa certos padrões de comportamento. Nós temos a tendência a ser positivos em relação a ações positivas. Assim, quando recebemos algo bom, queremos recompensar isso.

Ex: Sua refeição vira 1kg de alimento não perecível para ajudar famílias que foram afetadas economicamente pela pandemia.





**LAPIDÁRIO**

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

# MANTENHA UMA UNIDADE VISUAL

GUIA ATUALIZADO <sup>2022</sup>  
**MARKETING PARA**  
*Restaurantes*

Com toda certeza, você já ouviu que “primeiro se come com os olhos”. É mais que óbvio a importância da aparência dos seus perfis da sua empresa na internet. Mas mais que bonito, é importante manter uma unidade visual. Isso gera a familiaridade das pessoas com sua marca. Com o tempo, as pessoas reconheceram os aspectos da sua identidade visual, mesmo que rolando o feed rapidamente.

### **SÃO FORMAS DE MANTER A UNIDADE VISUAL:**

- Manter um padrão nas artes digitais (cores, letras, estilo de ilustração);
- Intercalar as fotografias entre alguns poucos cenários específicos;
- Usar os mesmos filtros ou presets na fotografia.
- Sempre ter uma assinatura na sua foto, se não for sua marca, que seja o nome de usuário da sua rede principal ou contato de reservas.
- Se possível, que esse padrão tenha como referência o estilo do seu restaurante.





**LAPIDÁRIO**

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

**AS MÍDIAS SÃO OS  
PRINCIPAIS  
GATILHOS MENTAIS  
DESSE SETOR**

GUIA ATUALIZADO 2022  
**MARKETING PARA**  
*Restaurantes*

Não me canso de falar: o apelo visual da fotografia e do vídeo são a salvação do Marketing Digital do seu restaurante. Veja como até as grandes corporações fazem:

## **PROPAGANDA**



## **REALIDADE**



Não, não é propaganda enganosa, são todos os ingredientes que compõem aquele prato no melhor, ângulo, luz, enquadramento, cenário e montagem. Isso faz toda diferença. Não adianta pegar o celular e simplesmente apertar o botão. É preciso encontrar a forma mais vendável de apresentar aquele produto.



**LAPIDÁRIO**

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

**UTILIZE A**  
**FOTOGRAFIA**  
**PARA DESPERTAR**  
**O DESEJO**

GUIA ATUALIZADO <sup>2022</sup>  
**MARKETING PARA**  
*Restaurantes*

Segundo Bruno Almeida, uma boa foto de comida desperta a vontade de comer o prato fotografado e, para quem já o experimentou, fica aquela sensação de quase sentir novamente o seu sabor. Ou seja, o objetivo da fotografia de alimentos, ou fotografia gastronômica, é de transmitir sensações que aquecem o paladar por meio do estímulo visual. É despertar o desejo de experimentação.

Uma vez que as fotos não têm aroma, temperatura, textura, nem gosto, elas precisam ser pensadas para suprir tudo isso apenas pela visão.

## **SÃO FORMAS DE MELHORAR A FOTOGRAFIA DOS SEUS PRODUTOS:**

- Fazer uma sessão fotográfica para tirar as fotos: tirar a foto às pressas porque o cliente está esperando não ajuda em nada no processo criativo. Você precisa de tempo para dirigir a foto, ou seja, pensar e encontrar o melhor, ângulo, luz, enquadramento, cenário.
- Maquiar os alimentos: para que uma foto de comida fique de fato comercial e desperte o desejo das pessoas é preciso maquiar o alimento, ou seja, montar o prato dando retoques no alimento, posicionando, removendo imperfeições, corrigindo formado, dando mais cor, prendendo os ingredientes, enfim, fazer os ajustes que acabam tornando o prato perfeito pro clique. Não, não vai dar para comer depois da foto, mas o resultado final é de outro nível.
- Iluminação: posso te dizer que a luz é o principal ingrediente da qualidade e conceito da fotografia. Se possível, invista em equipamentos básicos de iluminação.
- Componha o ambiente: Só o prato não tem graça, use ingredientes, fundos, objetos, pessoas e tudo que puder para compor, claro, sem exageros, isso serve para destacar e não ofuscar o prato.



**LAPIDÁRIO**

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

# UTILIZE O VÍDEO PARA ATRAIR E CONVERTER

GUIA ATUALIZADO <sup>2022</sup>  
**MARKETING PARA**  
*Restaurantes*

Se a foto é capaz de todas essas coisas, imagine só o que é possível adicionando movimento e som às imagens? No ramo dos restaurantes, esse recurso permite explorar o que de fato atrai e vende, A EXPERIÊNCIA do consumidor.

## **SÃO IDEIAS DE COMO USAR OS VÍDEOS PARA ATRAIR E CONVERTER NOVOS CLIENTES:**

- Exibir a experiência do cliente: tanto do ambiente e do atendimento quanto a da gastronomia.
- Explorar o preparo: criar vídeos de cortes do preparo dos alimentos.
- Pornfood: o tipo de vídeo que dá água na boca, que mostra o alimento em diferentes ângulos, sendo aberto, sendo experimentado. Para esse formato, é mais indicado que o modelo não seja seu cliente para que você possa dirigir com mais liberdade.
- Mostrar o espaço: sempre cheio, nunca com salão vazio.
- A jornada com cortes do prato desde as compras até a mesa também é uma pegada interessante.

Edição de vídeo não é um bicho de sete cabeças. A nova ferramenta do Instagram, Reels, facilita muito, muito mesmo, a utilização de recursos. **PRATIQUE DIARIAMENTE.**

## **OUTROS APLICATIVOS INTERESSANTES PARA SE UTILIZAR SÃO:**

- Lightroom: Para fotografar e editar com recursos mais profissionais.
- Inshot e CapCut: para editar os vídeos. Tem muito recurso legal, eventualmente falo deles também no meu perfil.
- Canva: para incluir sua marca nas fotos e vídeos e montar artes digitais.



**LAPIDÁRIO**

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

# ANÚNCIOS

GUIA ATUALIZADO <sup>2022</sup>  
**MARKETING PARA**  
*Restaurantes*

De nada adianta essa belezura toda se você não conseguir mostrar isso para um número significativo de pessoas. O crescimento sem investimento em tráfego pago (anúncios), ocorre de forma mais lenta e gradativa. Ou seja, se para o seu restaurante for possível investir em anúncios online, isso vai elevar sua competitividade de mercado a outro nível. Uma dica que sempre ajuda a não errar nos anúncios de restaurantes é usar as ferramentas de geolocalização e faixa etária para anunciar.

### **SÃO BONS LUGARES PARA DISPARAR SEUS ANÚNCIOS:**

- O Google;
- O Facebook Ads;
- O Instagram;

Todas as ferramentas de anúncio citadas aqui foram programadas para serem operadas por leigos e profissionais. São ferramentas intuitivas. Não tenha medo de testar, mesmo que com valores menores. Já é possível começar a anunciar com investimento a partir de R\$6,00 por dia.





**LAPIDÁRIO**

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

# MONITORE E ANALISE OS RESULTADOS

GUIA ATUALIZADO <sup>2022</sup>  
**MARKETING PARA**  
*Restaurantes*

Interações com o público nas redes sociais: as curtidas, comentários, compartilhamentos, mensagens diretas, avaliações, votos, respostas e outras interações possíveis nas várias redes sociais mostram o nível do interesse do público no seu conteúdo.

Você precisa acompanhar de perto, ver o que funciona bem, o que pode melhorar, o que não funciona, enfim, monitorar e analisar os resultados para otimizar suas estratégias. Não vou mentir para você, nada acontece num passe de mágica. Mas agora você tem as ferramentas que precisa para dar os primeiros passos.



**LAPIDÁRIO**  
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

**QUER SABER MAIS E  
APROFUNDAR SEUS  
CONHECIMENTOS?**

GUIA ATUALIZADO <sup>2022</sup>  
**MARKETING PARA**  
*Restaurantes*

No meu perfil do Instagram, eu ajudo diariamente com dicas específicas de tudo que diz respeito ao Marketing Digital. Vem aprender a levar seu negócio a um novo nível. Espero ter ajudado até aqui e poder ajudar mais. Nos vemos lá.



**LAPIDÁRIO**



# QUER GASTAR MENOS TEMPO COM O MARKETING PARA FOCAR NA GESTÃO DO SEU NEGÓCIO? VEJA COMO EU POSSO TE AJUDAR!

## SOCIAL MEDIA

Gestão completa de redes sociais. Suas páginas do Facebook, Instagram, TripAdvisor e Google Meu Negócio atraindo mais clientes por meio do Marketing Digital.

## FOTOGRAFIA QUE DÁ FOME

Sessões fotográficas para revelar o melhor do seu produto. Despertando a fome e o desejo do seu cliente por meio das fotos.

## PERSONALIZAÇÃO

Deixe suas páginas do Facebook, Instagram, Google Meu Negócio e TripAdvisor completas e com uma aparência mais profissional e confiável. Pronta para atrair mais clientes.

## GRÁFICA

Oferecemos uma série de produtos gráficos que vão te ajudar na publicidade off e no merchandising do seu espaço. Exemplos: cartões de visita, cardápio físico, etc.

## CARDÁPIO DIGITAL

Tenha um cardápio moderno disponível 24 horas pra despertar a fome e o desejo dos seus clientes. Chega de mandar uma lista sem graça. Seus pratos merecem destaque.

## CARTÃO DIGITAL

Disponibilize TODOS os seus links em um único local editável e com a cara da sua marca para que seus cliente encontrem tudo o que precisam para ir até você ou fazer o pedido.



**LAPIDÁRIO**  
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

**21 98876-1315**





**LAPIDÁRIO**

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

# DICAS EXTRA

GUIA ATUALIZADO <sup>2022</sup>  
**MARKETING PARA**  
*Restaurantes*



1. Treinamento aprofundado da equipe (os garçons devem conhecer o cardápio a fundo).
2. Estimule o cliente a avaliar o serviço no Google ou TripAdvisor; tenha um QR Code de atalho para isso afixado em algum lugar.
3. Programas de fidelidade e indicação.
4. Capriche na entrega e no design do prato. Não só faz parte, como também melhora a experiência de consumo.
5. Tenha pelo menos um prato autoral e exclusivo no cardápio.
6. Faça bom uso dos recursos das ferramentas, aprenda a usar tudo a seu favor, como as trends do Instagram.
7. Tenha pelo menos uma promoção regular.
8. Invista em anúncios no Google e no Facebook Ads.
9. Interaja com sua audiência.
10. Dê preferência para o formato audiovisual.

**QUEM BAIXOU NOSSO**

**GUIA ATUALIZADO** 2022

**MARKETING PARA**  
*Restaurantes*

**TEM DESCONTO EXCLUSIVO**  
**NA SESSÃO FOTOGRÁFICA**

**RESGATAR MEU**  
**DESCONTO**



**-10%**



GUIA **ATUALIZADO** 2022  
**MARKETING PARA**  
*Restaurantes*



**LAPIDÁRIO**  
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

**21 98876-1315**