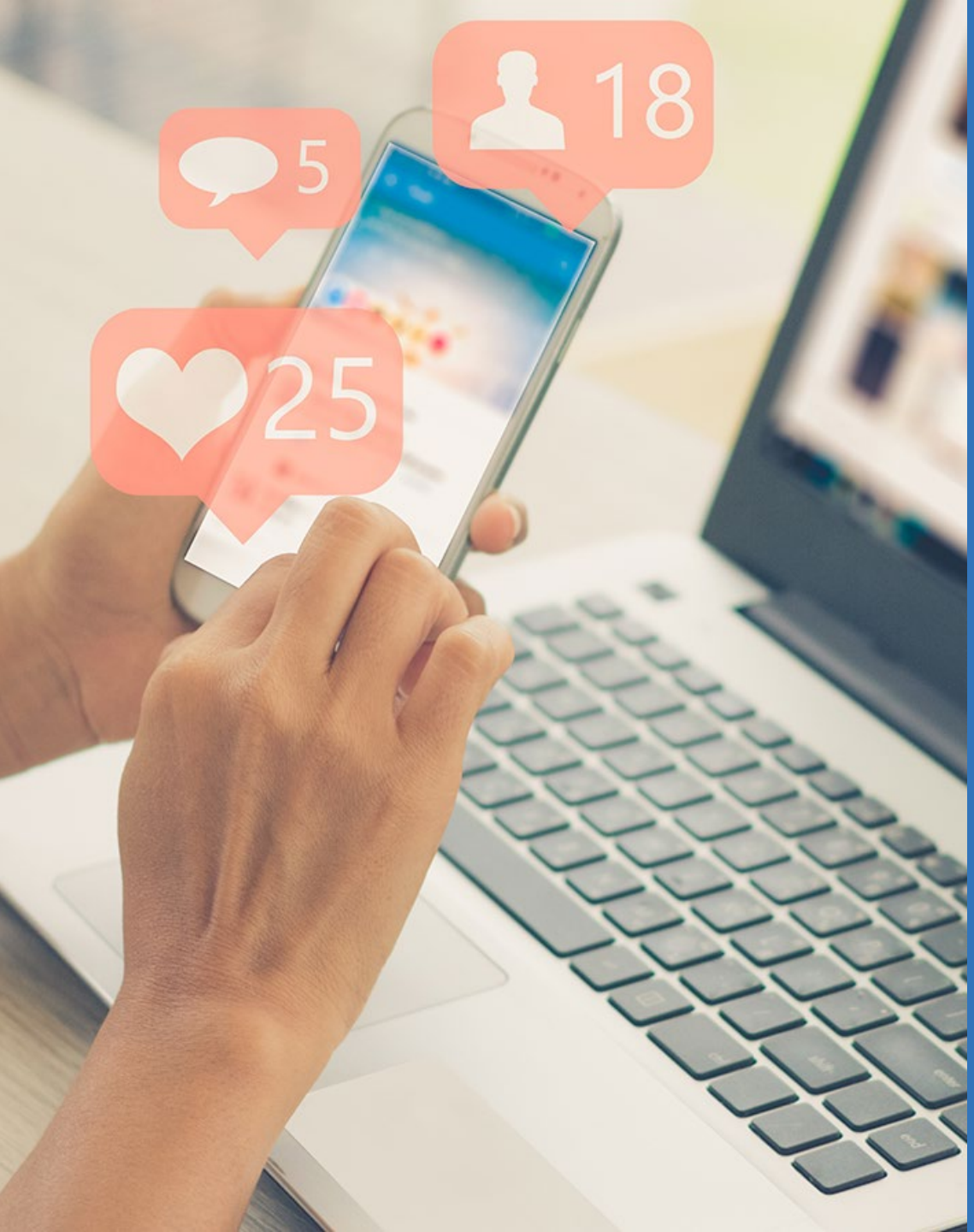


Sysco
At the heart of food and service

Kit de herramientas para redes sociales

Mejores prácticas durante la pandemia del Coronavirus COVID-19

Índice

- **Introducción y consejos de negocios**
- **Conceptos básicos sobre las redes sociales:**
  - ¿Qué son las redes sociales?
  - ¿Qué sitios son adecuados para usted?
  - Conceptos básicos sobre las redes sociales para negocios
- **Mejores prácticas:**
  - Facebook
  - Twitter
  - Instagram
  - Cómo publicar
  - Ideas de lo que los restaurantes pueden publicar
  - Agregar #hashtags a las publicaciones
  - Tamaños de imágenes y videos
- **Ejemplos de Publicaciones:**
  - Publicación y texto de muestra de Twitter
  - Publicación y texto de muestra de Facebook
  - Publicación y texto de muestra de Instagram
  - Hashtags sugeridos

Introducción y consejos comerciales:

Este kit de herramientas para redes sociales está diseñado para proporcionarle imágenes, texto y mejores prácticas que pueden ayudar a promover y gestionar su restaurante en las redes sociales durante la pandemia del COVID-19.

Es importante que interactúe con sus clientes donde se encuentran y la mayoría de sus clientes están en línea.

Las redes sociales pueden ayudarlo a:

- Ser receptivo e interactuar virtualmente con clientes nuevos y existentes de una manera personal y transparente.
- Responder a las consultas de los clientes sobre sus operaciones comerciales y servicios.
- Mantenerse conectado con sus empleados y sus actualizaciones.
- Hacer que los clientes se sientan seguros en sus instalaciones y disfruten de su experiencia gastronómica.
- Crear confianza en la experiencia de comer en su restaurante y disfrutar de comidas favoritas.
- Mantenerse conectado con sus clientes actuales e interactuar con nuevos clientes.
- Compartir fotos, promociones y actualizaciones.
- Compartir servicios alternativos como comida para llevar y entrega a domicilio.
- Asegurarse de que piensen en su restaurante cuando busquen el próximo lugar para comer afuera.

Conceptos básicos sobre las redes sociales:

Sysco®
At the heart of food and service

¿Qué son las redes sociales?

Los sitios y aplicaciones de redes sociales permiten a los usuarios establecer conexiones, compartir contenido e interactuar en línea. Aunque hay decenas de opciones de redes sociales, esta guía se centrará en las tres que más utilizan los restaurantes.

Lo que es importante recordar es el propósito básico de las redes sociales:

Comunicación

El tono de sus publicaciones debe reflejar el compromiso de su restaurante de mantener a los clientes seguros e informados mediante la transparencia y la autenticidad.

Conexión

Utilice las redes sociales para escuchar y abordar inquietudes. No solo transmita. Es una herramienta para conversar y construir relaciones con sus clientes actuales y potenciales. Manténgase fiel a la voz de su restaurante.

Comunidad

Involucre a sus clientes, a su comunidad local y a sus socios comerciales. Obtenga comentarios y hágales preguntas sobre sus expectativas y su opinión sobre la situación.

¿Qué sitios son adecuados para usted?

Facebook es la red social más grande del mundo.

Si usa solo una red social, Facebook es probablemente la opción más eficiente.

Debido a que los Tweets están limitados a 280 caracteres y la fuente de noticias se actualiza constantemente, Twitter es ideal para compartir contenido en tiempo real.

Twitter es ideal para el servicio al cliente y para establecer contactos en su comunidad y sector.

Instagram es una plataforma que se centra en la narración de historias mediante imágenes y videos breves.

La mayoría de las veces, se accede a Instagram desde dispositivos móviles y los usuarios pueden etiquetar fotos en ubicaciones específicas.

Hacer publicaciones con frecuencia es fundamental. Si le preocupa el tiempo que lleva administrar las redes sociales, aplicaciones como Buffer y HootSuite permiten programar publicaciones con antelación para que pueda mantenerse relevante en las fuentes de información de los seguidores, sin pasar todo el día revisando sus páginas.

Conceptos básicos sobre las redes sociales comerciales:

Facebook, Twitter e Instagram tienen sitios dedicados para negocios, que lo ayudan a sacar el máximo provecho de sus cuentas en las redes sociales.

Facebook para empresas: https://www.facebook.com/business/

Twitter para empresas: https://business.twitter.com/basics

Instagram para empresas: https://business.instagram.com/

Estas guías le ayudan a publicitarse. Las publicaciones patrocinadas son un método eficaz para aumentar su alcance y hacerse espacio para conectar con su audiencia.

Mejores prácticas

Sysco®
At the heart of
food and service

El 66.9% de los estadounidenses usan Facebook regularmente. Estados Unidos es el país con más suscriptores de Facebook.

Alrededor de siete de cada diez adultos estadounidenses (69%) utiliza esta plataforma.
El 96% de los usuarios de Facebook accedió a la red social desde dispositivos móviles en 2020.

Límite de caracteres:

Se permiten más de 400 caracteres antes de que Facebook corte el texto y le pida al lector que haga clic en "ver más" para continuar leyendo.

Mejores prácticas para Facebook

- Trate de contar una historia en una o dos oraciones simples.
  No puede hacerlo en cada publicación, pero cuando pueda, será algo que destacará.
- Incluya material gráfico cuando sea posible; las publicaciones con fotos o vídeos tienen mejor desempeño.
- Se recomienda publicar entre 3 y 5 veces por semana y no más de 2 veces al día.
- Asegúrese de tener más de un administrador de su página de su negocio para tener una rotación continua de actualizaciones.
- Facebook clasifica las publicaciones promocionadas primero y limita el alcance del contenido de la páginas que no son promovidas. Las publicaciones pagas le permiten llegar a más personas y dirigir publicaciones a los usuarios en función de su ubicación geográfica, demografía e intereses.
- Hacer publicaciones con regularidad es fundamental. Si le preocupa el tiempo que lleva administrar las redes sociales, aplicaciones como Buffer y HootSuite permiten programar publicaciones con antelación para que pueda mantenerse relevante en las fuentes de información de los seguidores, sin pasar todo el día revisando sus páginas.
- Según Facebook, los videos en Facebook Live se ven tres veces más que los vídeos pregrabados. Su empresa puede aprovechar esto organizando chats en vivo o detrás de escena en su establecimiento.
- Intente destacar a sus mejores clientes y responda a los comentarios.
- Sus clientes y seguidores están buscando conectarse y son más propensos a interactuar cuando una publicación se siente personal.

El **22%** de adultos estadounidenses usan Twitter. Hay 48.35 millones de usuarios activos mensuales de Twitter en Estados Unidos.

Aproximadamente, el 42% de los usuarios de Twitter están en la plataforma a diario.
El 80% de los usuarios de Twitter son *millennials*.

Límite de caracteres: 280

- Puede acortar y realizar un seguimiento de los enlaces para ayudar a que se ajusten a la restricción de caracteres con servicios como bit.ly.

Mejores prácticas para los Tweets:

- La interacción con Tweets disminuye si se publica más de tres veces al día.
- Puede anclar un Tweet a la parte superior de su canal para resaltar temporalmente información importante. Promociones en curso u horarios extendidos, por ejemplo.
- Puede ser fácil perderse un Tweet, esa es la naturaleza de Twitter. La fortaleza de Twitter está en interactuar con los clientes que lo etiquetan usando @ o que responden a sus Tweets. Es una línea directa a sus clientes. Pídale a su audiencia que retuitee o que agregue a favoritos su publicación y así aumentará su tasa de interacción.
- Usar palabras que lleven a una acción como "descargar", "*side* gratis" y "registrarse ahora" aumentan el número de clics que reciben sus Tweets.
- Las primeras horas de la mañana son mejores para obtener clics, mientras que las tardes y noches son óptimas para que los seguidos agreguen su contenido a favoritos y hagan *retweet*
- Personalice las tendencias en función de su ubicación y de a quiénes sigue. Esto lo ayudará al ritmo de las actualizaciones sobre la pandemia.
- Comparta contenido que anime a la conversación.
- Conduzca el tráfico a su sitio web al agregar enlaces a su sitio en sus Tweets.
- Realice un Tweet Chat. Tendrá que elegir un tema, establecer una hora y una fecha para realizar la conversación y crear un hashtag para la conversación. Puede compartir esta información con sus seguidores en un Tweet, en su sitio web o en su perfil de Twitter.
- Busque en Twitter para encontrar las últimas noticias y eventos mundiales más rápido. Encuentre hashtags populares sobre temas de la industria de alimentos.

El 37% de los adultos estadounidenses usan Instagram, y Estados Unidos tiene la mayor cantidad de usuarios de Instagram.

120.7 millones de usuarios de Instagram son de EE.UU.

El 73% de los adolescentes de Estados Unidos dicen que Instagram es la mejor manera para que las marcas lleguen a ellos para informarlos sobre nuevos productos o promociones.

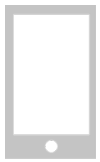
Límite de caracteres: 2200

- Aunque tiene hasta 2200 caracteres para pie de fotos en Instagram, el texto será abreviado después de 125.
- No se permiten enlaces en el pie de fotos, pero puede dejar el enlace a su sitio web en su perfil *<link in bio>.*
- Límite de hashtags de Instagram: 30 hashtags
- Límite de caracteres en la biografía de Instagram: 150 caracteres

Mejores prácticas para Instagram:

- Los emojis son una excelente forma de dar personalidad, pero no deben ser la forma principal de contenido.
- Los negocios que publican diariamente obtienen la participación más alta.
- Comparta contenido de sus clientes. Simplemente pregunte al cliente si puede compartir su publicación mediante un comentario o un mensaje privado, ellos se sentirán especiales y usted obtiene contenido.
- Las Historias permiten a las marcas compartir actualizaciones rápidas para interactuar con su audiencia sin crear una publicación completa de Instagram.
- Use las encuestas en Historias cuando sea adecuado para sondear los comentarios de su audiencia.
- Etiquete sus Historias con la ubicación adecuada, y así es posible que la publicación se agregue a la Historia de dicha ubicación.
- Puede publicar todas sus Historias de Instagram directamente en *Facebook Stories*.
- Cree miedo a perderse de algo al compartir ofertas y promociones especiales por tiempo limitado en su Historia de Instagram.
- Puede agregar hashtags a sus historias de Instagram usando el sticker de hashtag o escribiéndolo en un sticker con texto.
- IGTV es Instagram TV; una aplicación de Instagram exclusivamente para videos en formato vertical o primer plano con dispositivos móviles. Los videos deben tener al menos un minuto de duración. La duración máxima de su video puede ser de 15 minutos cuando se carga desde un dispositivo móvil o de 60 minutos cuando se carga desde la web.

Cómo publicar:



Elija su plataforma

- Facebook, Twitter o Instagram.
- Nota: Facebook y Twitter pueden actualizarse desde computadoras de escritorio o dispositivos móviles.
  Las publicaciones de Instagram deben realizarse desde la aplicación móvil.

Elija el tipo de contenido

- Puede llevar clientes a su restaurante a través de ofertas por redes sociales y al compartir sus prácticas de desinfección y manipulación de alimentos.
- Las siguientes páginas incluyen sugerencias que puede personalizar para su restaurante. Concéntrese en un mensaje a la vez e incluya fotos o videos de su establecimiento. Recuerde que la autenticidad del personal equivale a credibilidad.

Elija su mensaje

- Elija una imagen y un pie de foto para publicar. Hemos proporcionado varias opciones en las siguientes páginas.
- Adapte su mensaje para reflejar su operación y lo importante que es para usted hacer que sus clientes se sientan seguros y cómodos.
- Compruebe la precisión, la ortografía, que los enlaces sean correctos, etc.

Ideas de lo que los restaurantes pueden publicar:

Comparta los servicios que ofrece su restaurante durante la pandemia

- Días y horas de funcionamiento
- Ofertas por tiempo limitado
- Planes/paquetes de comidas
- Opciones especiales de entrega a domicilio y comida para llevar
- Adaptaciones especiales en restaurantes
- Ofrezca preguntas frecuentes
- Prácticas y avisos de seguridad

Únase al compromiso local y a sociedades

- Proporcione toda la información sobre su servicio externo de entrega a domicilio o comida para llevar.
- Asóciese con otras empresas para hacer una promoción en el vecindario durante estos tiempos.
- Resalte los recursos de la comunidad.

Resalte las tendencias de comida actuales y nuevas opciones de en su menú

- Comparta opciones del menú de alimentos saludables y los beneficios que ofrecen para fortalecer el sistema inmunológico.
- Muestre alimentos que promuevan el bienestar.

Muestre el detrás de escena de su restaurante

- Comparta imágenes de sus medidas proactivas y prácticas sanitarias.
- Retrate lo que los servidores y el personal están haciendo para ayudar.

Agregar #hashtags a las publicaciones

Los hashtags son:

- Una forma rápida de vincular un contenido a otro sobre y participar en conversaciones más grandes.
- Una excelente forma de construir la marca de su restaurante, aumentar sus servicios, ofertas y promociones y mantenerse en contacto con su audiencia.
- Al hacer clic o tocar una palabra de hashtag en cualquier mensaje, se muestran otros Tweets o publicaciones que incluyen ese hashtag.

#CONSEJOS

Escriba hashtags cortos y únicos. Por ejemplo, con #food, no podrá ver qué Tweets provienen de sus clientes.
El uso de hashtags puede aumentar considerablemente la conciencia y la participación.
Los hashtags convierten temas y frases en enlaces en los que se puede hacer clic en sus publicaciones.
Sea cauteloso al incluir otras tendencias que pueden no coincidir con su tono o que podrían comunicar un mensaje no intencional.
Para ver un resultado de búsqueda de hashtags en Instagram, toque el icono de búsqueda y escriba el hashtag que quiere buscar en la barra de búsqueda.
En IGTV, puede usar hasta 30 hashtags en la descripción de su video.
Los hashtags se pueden agregar en un comentario (o varios comentarios) después de publicar.
Los números están permitidos en los hashtags. Sin embargo, los espacios y caracteres especiales, como $,-, o %, no funcionarán.
Siempre que haya un tema destacado o hashtag dentro de su círculo en las redes sociales, preste atención. También puede usar ese hashtag para aumentar el conocimiento de su restaurante.
Los hashtags destacados sobre el Coronavirus COVID-19 son: #coronavirus #covid #covid19 #viruses #covid_19 #virus #socialdistancing #hygiene #donttouchyourface #diseaseprevention #safetyfirst
Los hashtags destacados sobre el Coronavirus COVID-19 para contenido de la industria de alimentos son: #takeoutfood #togofood #restaurant #restaurants #cheflife #chefsofinstagram #chefstagram #chefsofIG #kitchenlife #sanitation #foodsafety #foodservicestrong #foodhandling #fooddelivery #menu #menuispirations #limitedoffer #menuplan

Tamaños de imágenes y videos

Publicación:
940 x 788 px

Publicación 1:1:
1080 x 1080 px

Facebook Cover:
820 x 312 px

Facebook Ad:
1200 x 628 px

Video de Facebook:
800 x 800 px
Tamaño máximo de video: ***4 GB***
Duración máxima de video:
240 minutos.
Imagen de video en miniatura no más de ***20% de texto***

Publicación:
1024 x 512 px

Encabezado:
1500 x 500 px

Video de Twitter:
720 x 720 px (cuadrado)
1280 x 720 px (horizontal)
720 x 1280 px (vertical)

Publicación:
1080 x 1080 px

Historia:
1080 x 1920 px

Duración de video de Instagram:
60 segundos.
Máximo de video: ***1080 px ancho x 920 px de alto***

#CONSEJOS

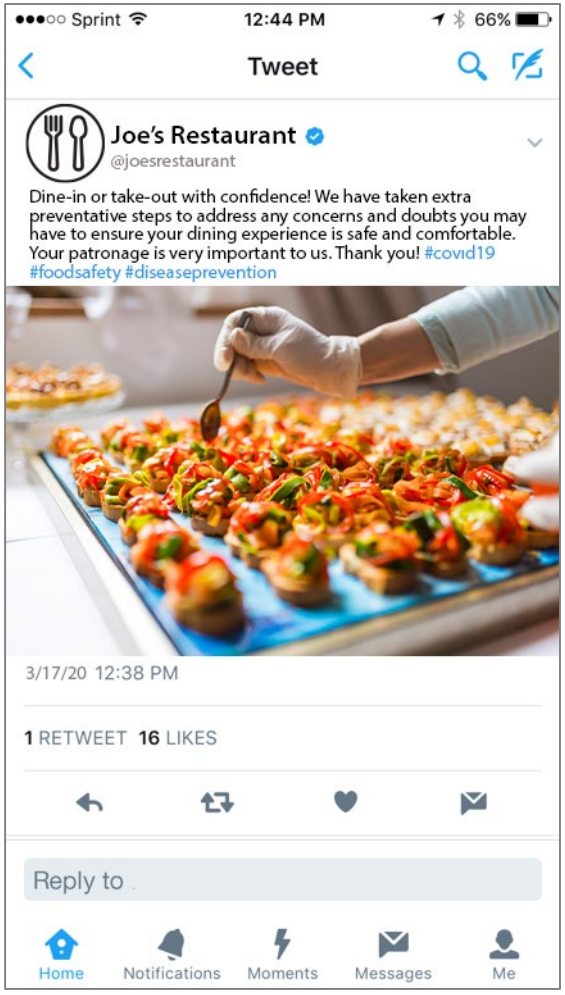
- Puede publicar una imagen horizontal en una relación de aspecto de 1.91 a 1, que es exactamente la misma que una imagen de vista previa de un enlace de Facebook. Así que, hay compatibilidad entre plataformas con Instagram y Facebook Ads.
- Utilice imágenes PNG de alta calidad o archivos JPEG de tamaño pequeño.
- Los formatos de video son. MP4 o :MOV
- Utilice herramientas de redes sociales como Canva, Adobe Spark, Venngage, Pablo by Buffer, Desynger, Snappa, Gravit Designer para usar plantillas de redes sociales.
- Elija fotos de comida sencillas: claras, coloridas y antojables. Cambie el punto de vista tomando fotos desde la perspectiva de un comensal. Las fotos de bebidas elevadas también son populares en Instagram. Lo mejor es la luz natural: evite la iluminación fluorescente siempre que sea posible. Active la cuadrícula de la cámara y recuerde la regla de los tercios. No olvide el elemento humano para añadir autenticidad.

Ejemplo de Publicaciones

Sysco®
At the heart of food and service

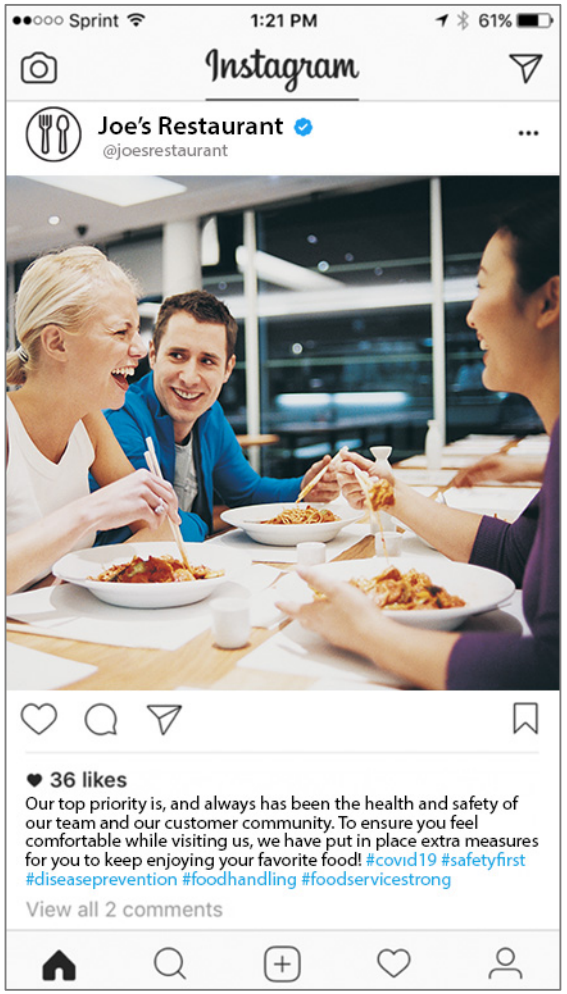
Ejemplo de Publicaciones

Genere tráfico



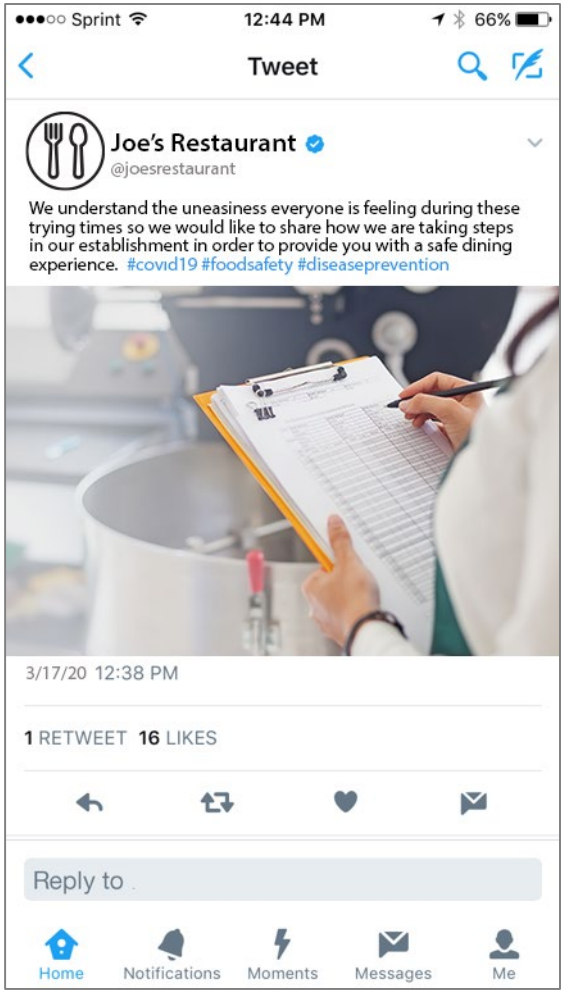
Muestre el apoyo de su personal

Comparta sus valores



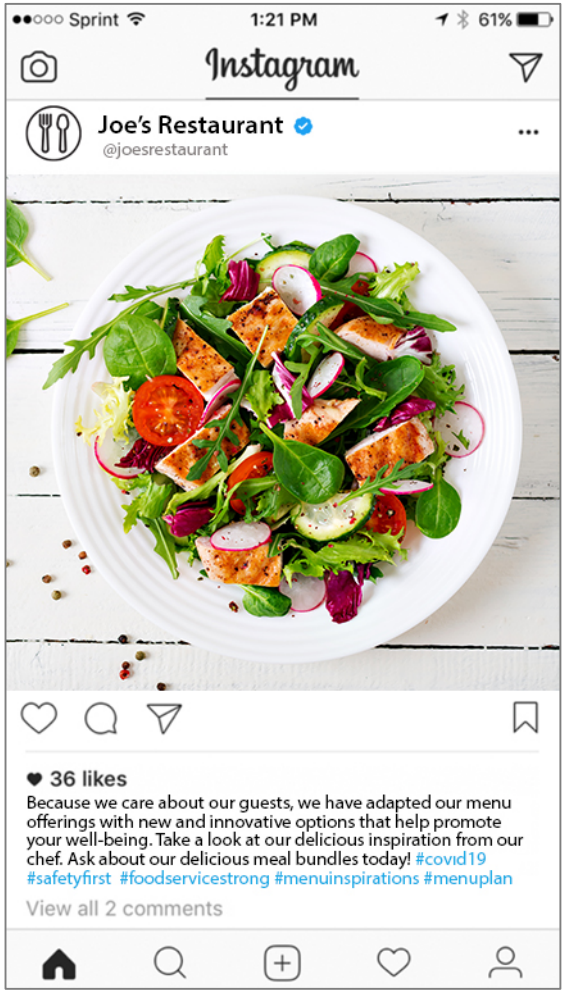
Ejemplo de Publicaciones

Comparta sus prácticas



Comparta información

Promocione platos nuevos



Ejemplo de Publicaciones

Promocione sus servicios

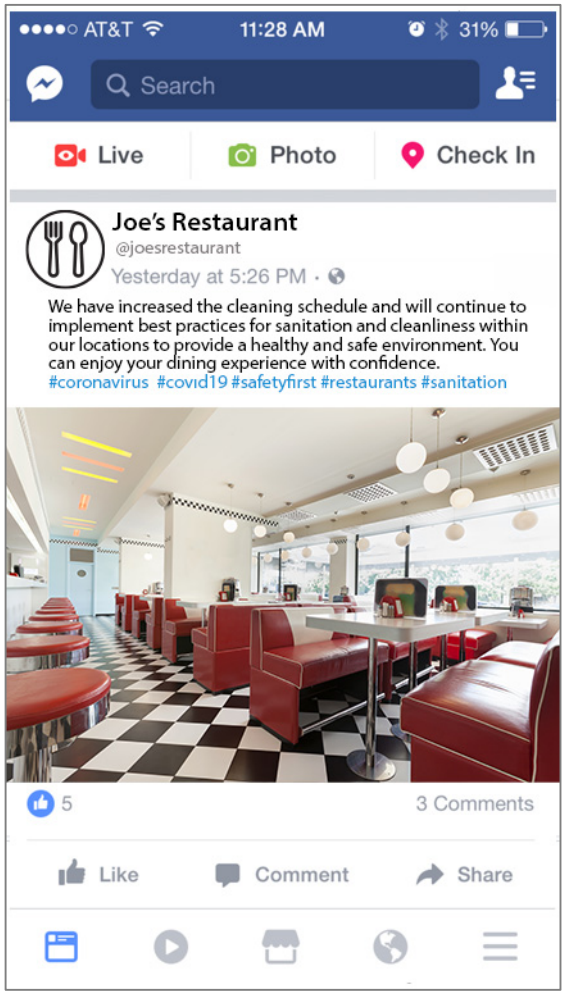
Comparta su compromiso

Genere tráfico

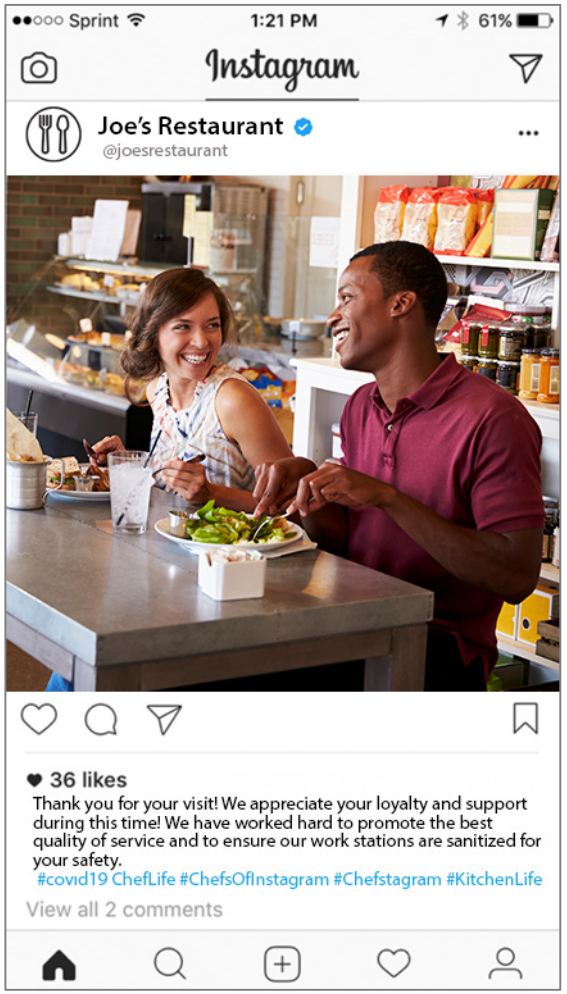
Ejemplo de Publicaciones

Comparta sus prácticas

Muestre su comedor



Comparta sus valores



Ejemplo de Texto para Publicaciones

Twitter

Entendemos la intranquilidad que todos están atravesando en estos momentos difíciles, por eso, queremos compartir cómo estamos tomando medidas en nuestro establecimiento para proporcionarle una experiencia gastronómica segura. [incluya un video de su personal demostrando mejores prácticas]. [226 caracteres]

HAGA SU PEDIDO EN LÍNEA, PASE A BUSCARLO: La seguridad y el bienestar de nuestros clientes es importante para nosotros. Ofrecemos pedidos en línea para que a pase a buscarlo. ¡Haremos lo que sea necesario para que su pedido se procese de forma rápida! [258 caracteres]

Nos tomamos en serio la seguridad de nuestros comensales y empleados. Estamos siguiendo estrictas pautas de salud pública limpiando y desinfectando con frecuencia superficies, como también proporcionando a los clientes productos desinfectantes cuando están en nuestro establecimiento. [283 caracteres]

¡Cene en el restaurante o lleve su comida con confianza! Hemos tomado medidas preventivas adicionales para abordar cualquier inquietud y duda que pueda tener para garantizar que su experiencia sea segura y cómoda. Usted es un cliente muy importante para nosotros. ¡Gracias! [284 caracteres]

Ejemplo de Texto para Publicaciones

Facebook

Por favor, pregunte por nuestras opciones de comida para llevar y entrega a domicilio, estamos para servirlo. Nuestro personal capacitado profesionalmente está trabajando incansablemente para garantizar su seguridad y bienestar como máxima prioridad, como también para asegurarse de que disfrute de su comida favorita en casa.

En tiempos como estos, garantizamos que su bienestar es nuestra máxima preocupación cuando come en nuestro establecimiento. Con desinfección continua de todas las superficies de contacto, incluyendo asientos, mesas, cartas, dispositivos de pago y más, queremos garantizar que su experiencia con nosotros sea segura.

Como parte de nuestro compromiso con nuestros clientes, nos aseguramos de que todo nuestro equipo siga las prácticas de salud, como desinfección frecuente de superficies y puntos calientes, manijas de puertas y otras áreas de alto tacto.

Hemos aumentado la frecuencia de limpieza y continuaremos implementando las mejores prácticas de desinfección y limpieza dentro de nuestras ubicaciones para proporcionar un ambiente saludable y seguro. Podrá disfrutar de su experiencia con confianza.

Ejemplo de Texto para Publicaciones

Canal de Instagram

¡Gracias por su visita! ¡Agradecemos su lealtad y apoyo durante este tiempo! [Foto de cliente comiendo] Nos hemos esforzado mucho por promover la mejor calidad de servicio y para garantizar que nuestros puestos de trabajo estén desinfectados para su seguridad.

¡Nuestra máxima prioridad es la salud y la seguridad de nuestros clientes por lo que reforzamos los estándares y procedimientos operativos para la seguridad en los alimentos y la higiene personal a fin de garantizar que nuestros clientes disfruten de una experiencia gastronómica segura!

Porque nos importan nuestros clientes, hemos adaptado nuestra carta con nuevas e innovadoras opciones que ayudan a promover su bienestar. Eche un vistazo a la deliciosa inspiración de nuestro chef. ¡Pregunte por nuestras deliciosas paquetes especiales de hoy!

Nuestra máxima prioridad es, y siempre ha sido la salud y la seguridad de nuestro equipo y nuestra comunidad de clientes. Para garantizar que se sienta cómodo cuando nos visita, hemos puesto en marcha medidas adicionales para que usted siga disfrutando de su comida favorita.

Ejemplo de Texto Para Historias: comparta contenido en directo

Historia de Instagram

[ENTREGA LOCAL GRATUITA] ¡Visítenos y pregunte por nuestras ofertas especiales por tiempo limitado! En respuesta a la reciente pandemia, hemos tomado medidas adicionales para garantizar que nuestros clientes y empleados se sientan seguros. Nos preocupamos por el bienestar de nuestros clientes y de la comunidad.

[IDEA DE PLATO] Combine una ensalada fresca de pollo a la parrilla y disfrute de un impulso saludable. ¡Venga a visitarnos hoy, la salud de nuestros clientes es nuestra prioridad número uno!

[MANTENGA LA CALMA Y DISFRUTE LA COMIDA] En apoyo de nuestra comunidad, usted no verá ningún aumento de precio de nuestra parte a fin de que pueda seguir disfrutando de las comidas que realmente disfruta.

[ENTREGA LOCAL GRATUITA] Ofrecemos entrega local gratuita hasta fines de marzo para que usted y sus seres queridos puedan seguir disfrutando de sus comidas favoritas. Visite nuestro sitio web para conocer todos los detalles.

Hashtags sugeridos (Twitter, Facebook, IG): #coronavirus #covid #covid19 #viruses #covid_19 #virus #socialdistancing #hygiene #donttouchyourface #diseaseprevention #safetyfirst #syscofoodie #takeoutfood #togofood #restaurant #restaurants #cheflife #chefsofinstagram #chefstagram #chefsofIG #kitchenlife #sanitation #foodsafety #foodservicestrong #foodhandling #fooddelivery #menu #menuispirations #limitedoffer #menuplan