



Guía general de recomendaciones sobre

Redes Sociales para Restaurantes

¡Hola!

Dar a conocer tu restaurante por un canal de comunicación distinto a tu local físico es clave, por lo cual te contamos la importancia de tener presencia en las redes sociales, algunos de los beneficios y guías para que puedas manejarlos.

Canales más comunes: Facebook® e Instagram®.

Beneficios

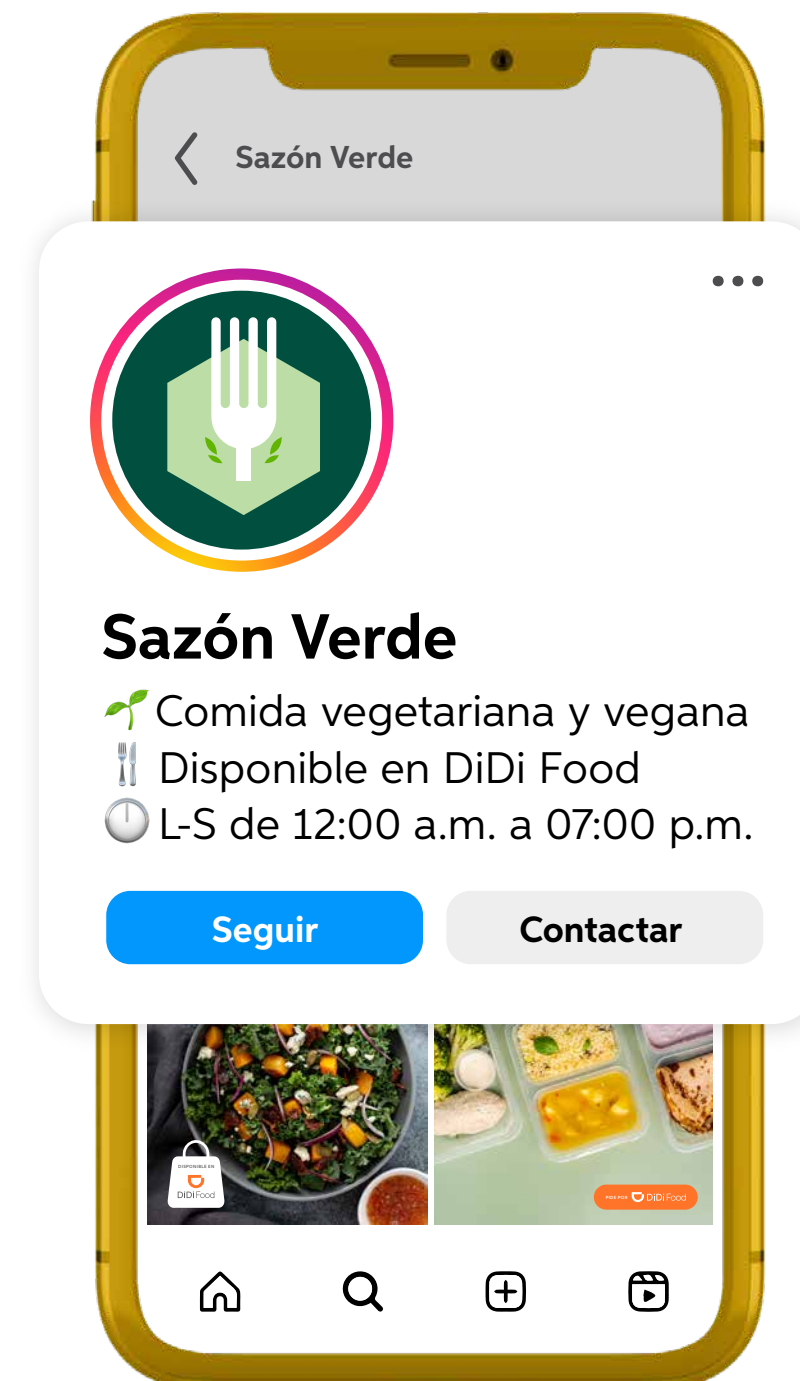
- Te permitirá dar a conocer tu restaurante a clientes actuales y generar potenciales o nuevos.
- Podrás despertar el interés por tu propuesta gastronómica.
- Dar a conocer la historia detrás de tu marca y los productos que ofreces.
- Comunicar los canales de venta disponibles, sus horarios y promociones vigentes.
- Hacer un llamado a la acción claro: **incentivar tus ventas.**

¿Qué encontrarás en esta guía?

Recomendaciones	04
Recomendaciones generales	04
Recomendaciones para fotos de producto en Redes Sociales	05
Formatos de contenido para Redes Sociales	06
Insignia con “Llamado a la acción”	10
Usos permitidos y usos no permitidos	13

Recomendaciones generales

- Perfil con descripción detallada.
Ten en cuenta que aparte de agregar el nombre de tu restaurante, puedes agregar información relacionada a:
Tipo de comida, canales de venta disponibles y horarios.
- Publica contenido de interés y con frecuencia — *al menos dos (2) contenidos a la semana* — y recuerda que tienes distintas alternativas publicaciones en tu perfil o historias. Más adelante podrás aprender la diferencia entre dichas opciones.



- Se sugiere que publiques en horas cercanas al horario de consumo de tus productos: desayuno, almuerzo o cena; con esto impulsarás que al momento de que tu publicación sea vista, logren ordenar tus productos.
- Asegúrate de usar imágenes de buena calidad en tus contenidos y que hagan brillar tu restaurante y menú.
- Las descripciones o mensajes que acompañan tu contenido en post también son importantes, no olvides agregarlas al momento de publicar tu contenido.
- Inspírate, busca cuentas de referencia de restaurantes de tu misma o diferente categoría que puedan ayudarte a tener un ejemplo claro de lo que puedes llegar a generar para tu restaurante.

Recomendaciones para fotos de producto en redes sociales

En tu contenido, tu producto es la estrella.

- Es importante que la foto de tu producto cumpla con los estándares de calidad y la comida se encuentre en buenas condiciones, exposición del producto y buena presentación.
- Procura que las fotos contengan comida en buenas condiciones, exposición del producto completo y buena presentación e iluminación.

- Las **imágenes aisladas o sin fondo** se sugiere no utilizarlas para este tipo de comunicación.
- Las **imágenes con fondo** son mejores para abrir el apetito, por lo cual son el recurso sugerido para contenido digital.



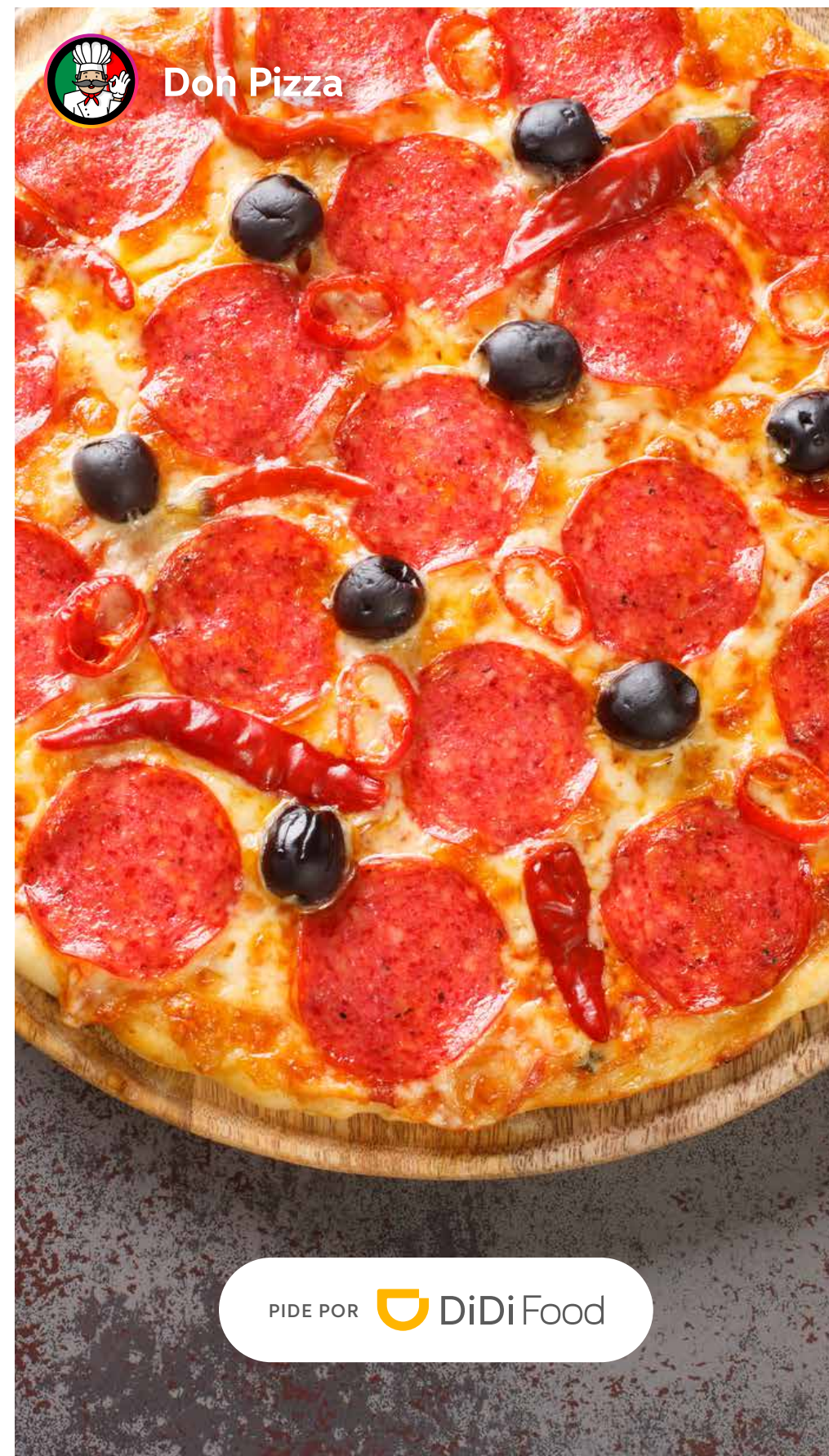
Imagen aislada o sin fondo



Imagen con fondo

Formatos de contenido

Las redes sociales cuentan con diferentes formatos de contenido que puedes usar. Acá te explicamos las categorías y sus usos.



Historias

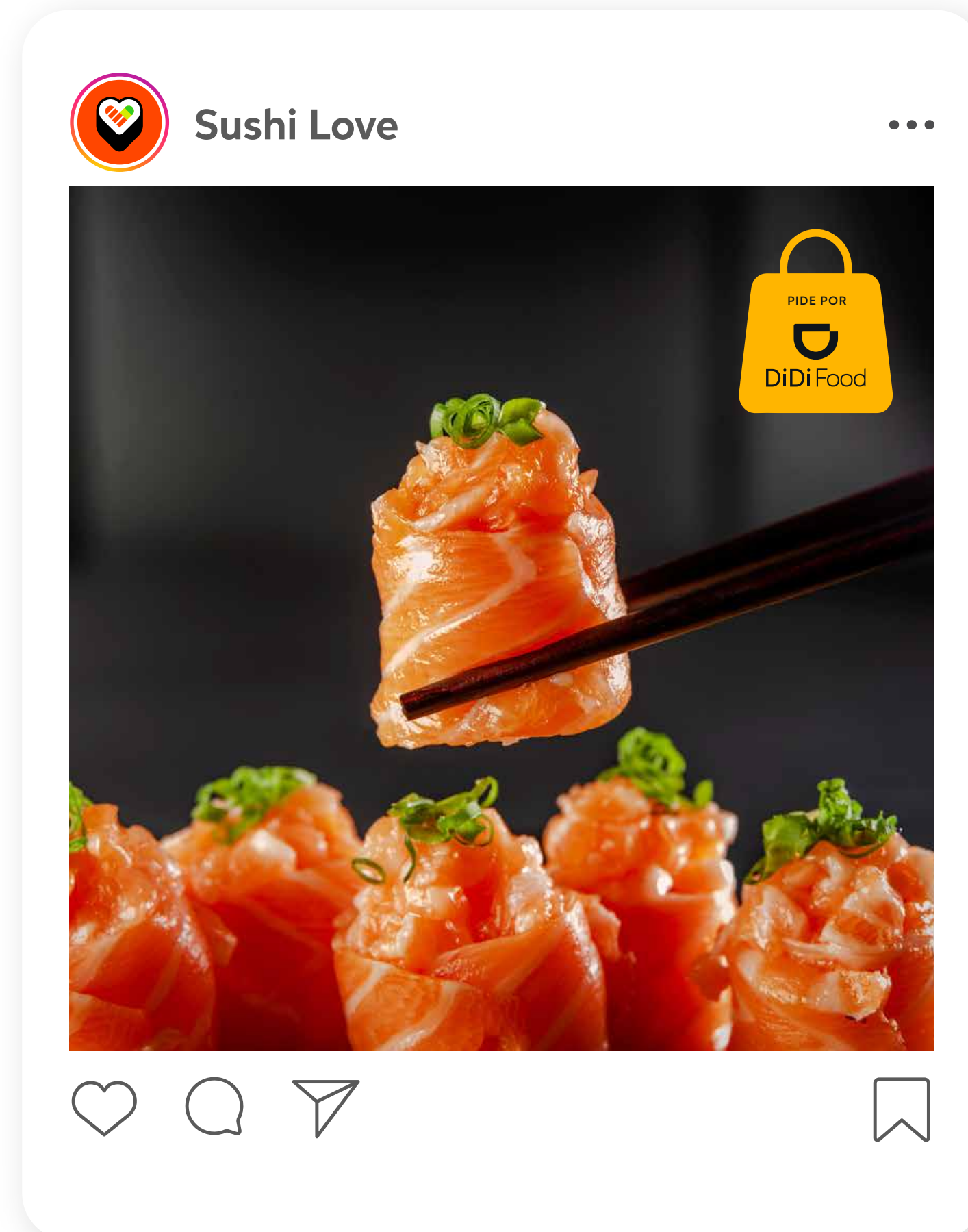
Publicación temporal de 25 horas de duración. Una vez pasado ese tiempo, la publicación desaparece automáticamente del perfil.

Tipo de formato: Imagen vertical.

Sugerencia de uso:

Disponibles para comunicar a tus seguidores noticias de nuevos productos o promociones de corta duración.

- Útil para generar interacción con la base de usuarios.
- Compartir contenido en tiempo real, promociones.
- Anuncios especiales de manera más inmediata.



Publicaciones o Post

Publicaciones fijas en tu perfil.

Tipo de formato:

- Imagen/es cuadradas.
- Puede ser una o un conjunto de imágenes.
- Puede incluir fotos de tus productos o imágenes de tus promociones.

Sugerencia de uso:

Disponibles para comunicar a tus seguidores acerca de los productos estrella de tu menú, historia de la marca o llegada de nuevos productos.



Reels o videos cortos

Estos vídeos suelen ser muy visuales y tienen una duración máxima de 60 segundos.

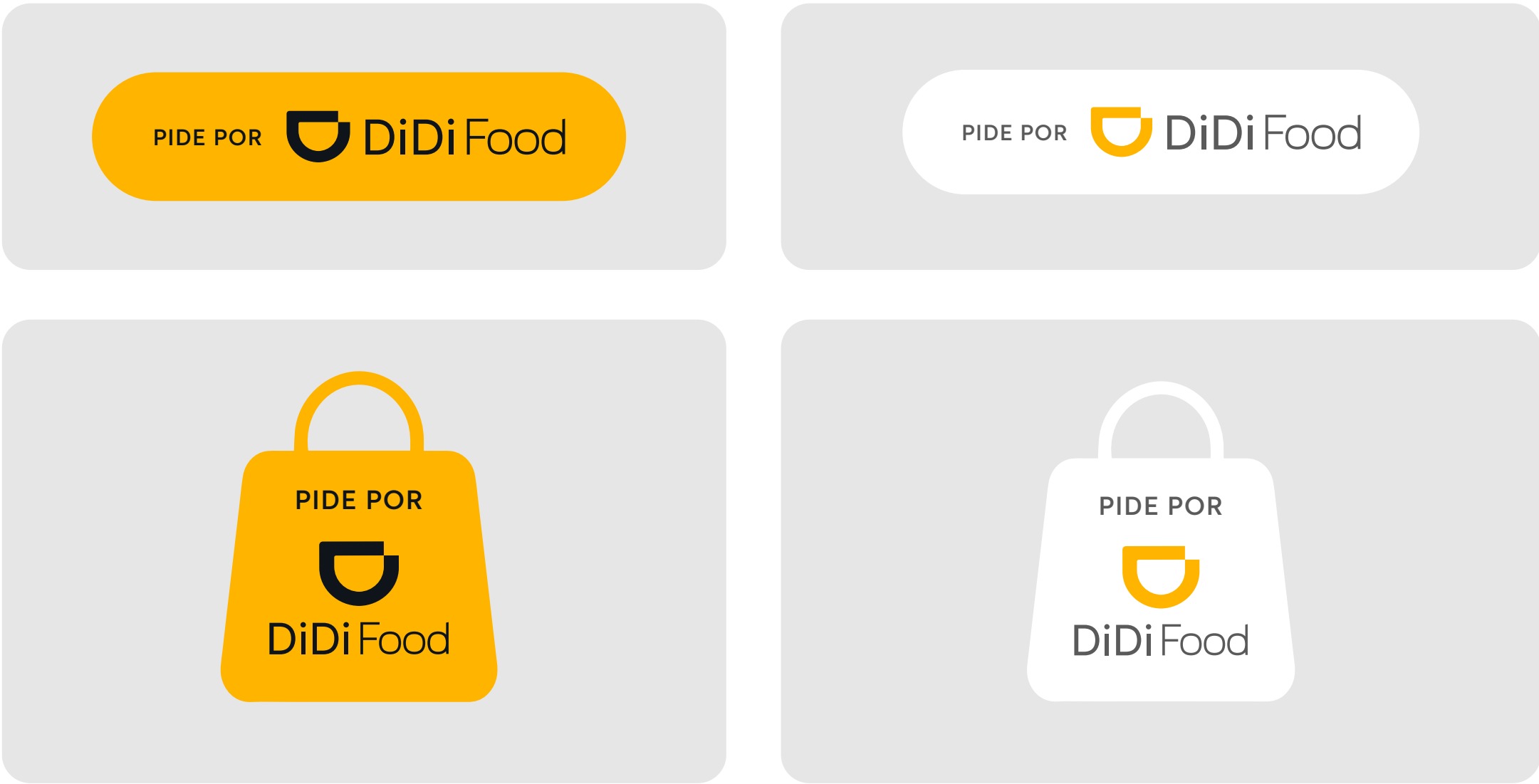
Tipo de formato: Video corto.

Sugerencia de uso:

Disponibles para hablar de la historia de tu marca o productos estrella.

Insignia con “Llamado a la acción”

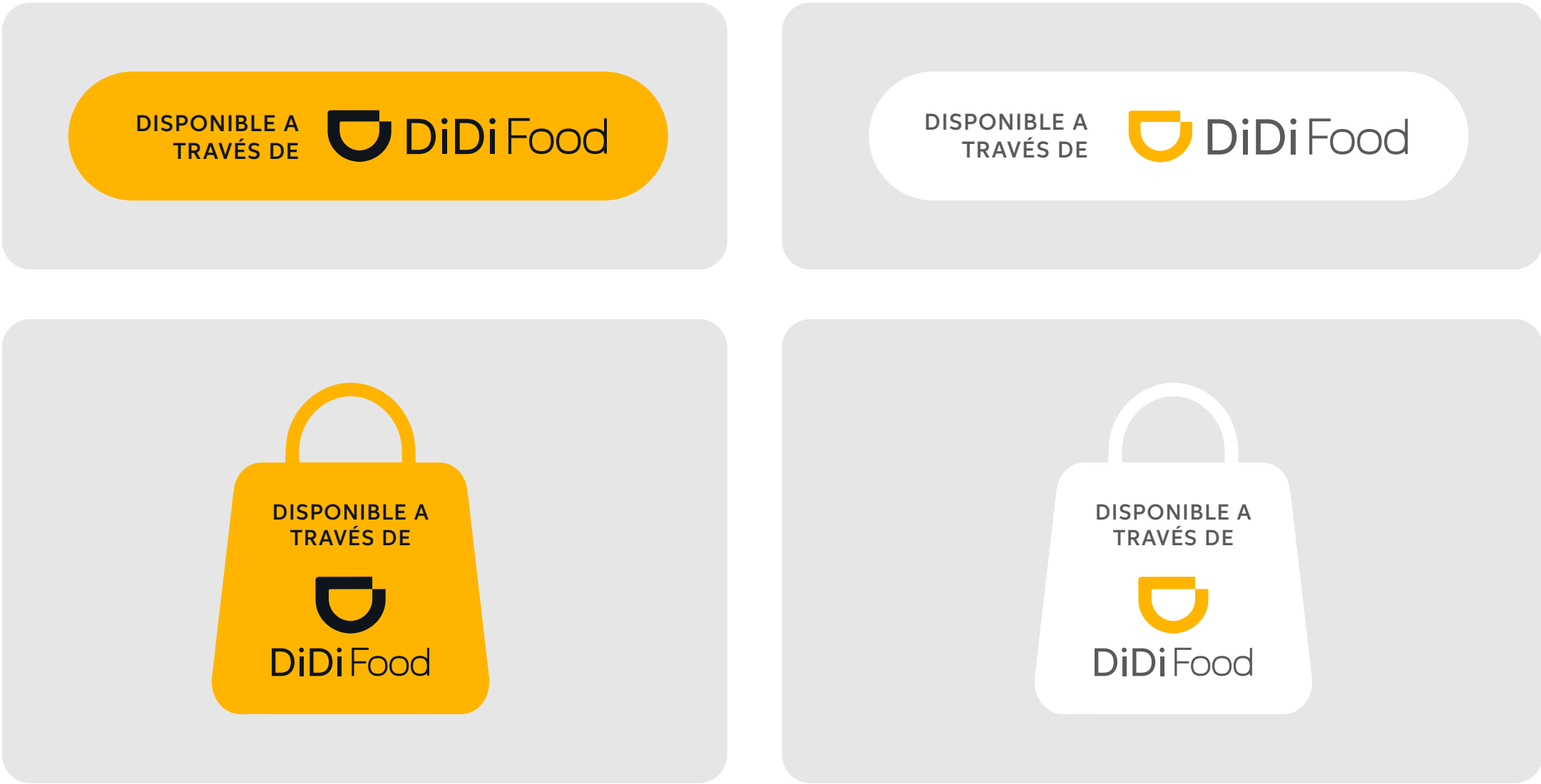
Utilízalos libremente en tus contenidos con el fin de mostrar tu presencia en DiDi Food, alentando al público a pedir comida de tu restaurante.



Insignias “Pide por DiDi Food”

Existen en color amarillo y también en blanco. Utiliza el que se visualice mejor y contraste con los colores de tu gráfica. Sugerimos utilizarlos en las esquinas de las gráficas.

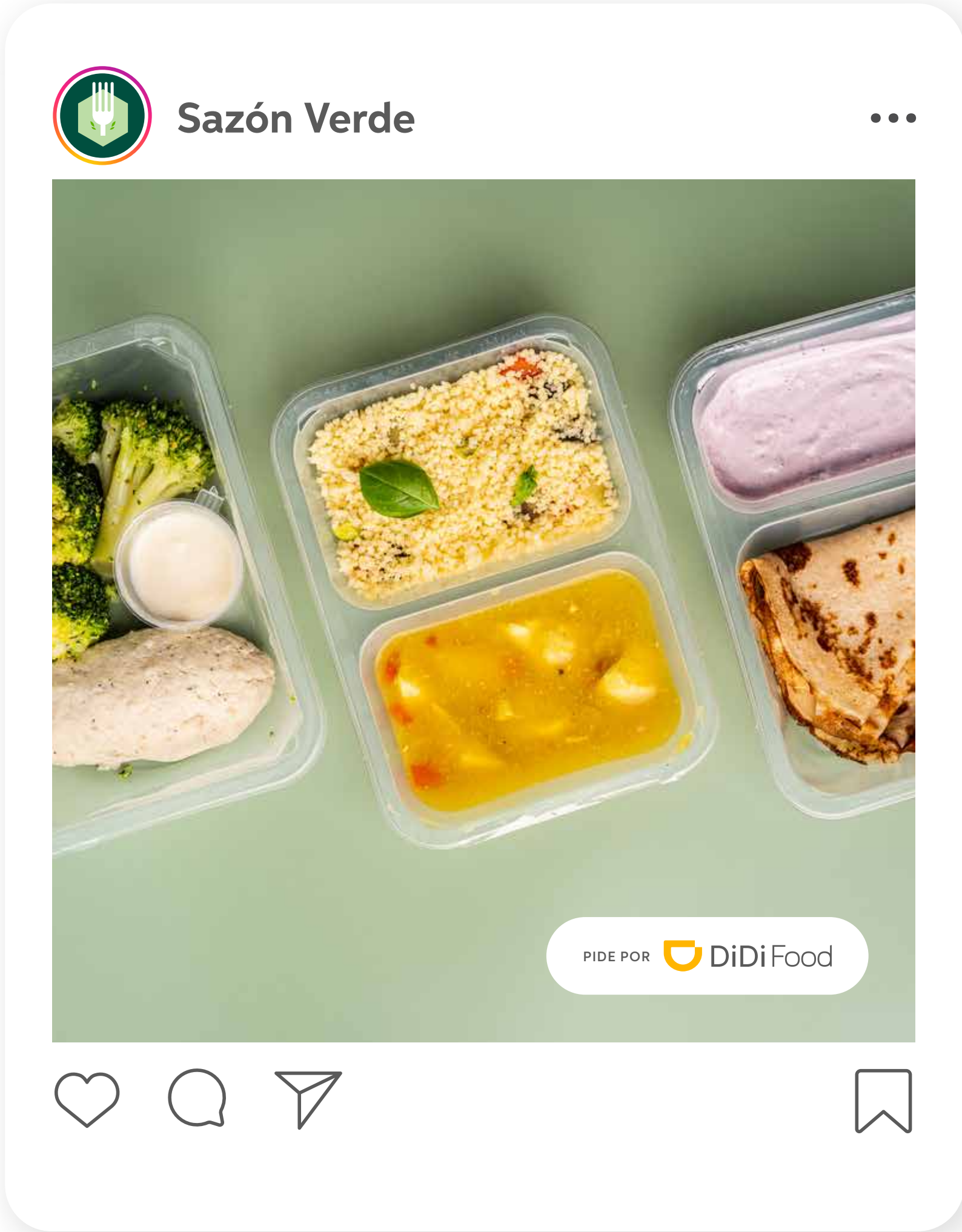
Descargar insignias



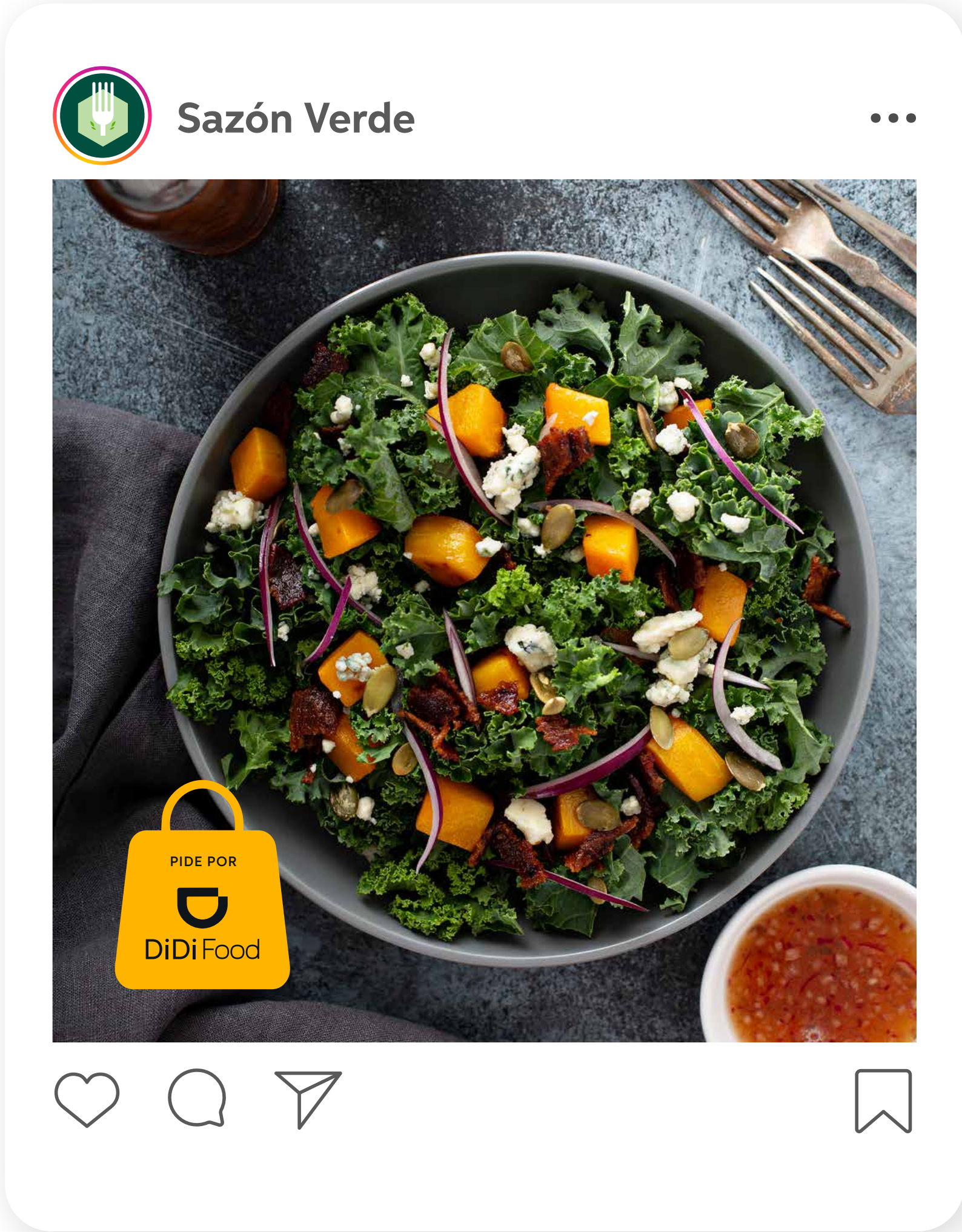
Insignias “Disponible a través de DiDi Food”

Existen en color amarillo y también en blanco. Utiliza el que se visualice mejor y contraste con los colores de tu gráfica. Sugerimos utilizarlos en las esquinas de las gráficas.

Descargar insignias



Ejemplo de insignia clásica en color blanco.



Ejemplo de insignia con forma de “bolsa de delivery” en color amarillo.

 **SÍ**
Utiliza el archivo original sin modificación alguna.



 **NO**
No alteres la orientación de la insignia.



 **NO**
No cambies los colores originales de la insignia.



 **NO**
No alteres las palabras de la insignia.



 **NO**
No cambies la tipografía de las palabras.



 **NO**
No alteres ni condenses o ensanches la forma.



 **NO**
No alteres la forma de las esquinas de la caja.



 **NO**
No utilices con un logo de tercero.



 **NO**
No utilices sin las palabras acompañantes.



Muchas gracias



Guía general sobre **Redes Sociales para
Restaurantes (Colombia)**

Última actualización — *versión básica, junio 2023*