

## PROGRAMA CONTENIDO PARA REDES SOCIALES

Los programas de contenidos y calendarios de redes sociales, siempre se realizarán al menos con 1 mes de anticipación a su lanzamiento. El calendario de redes sociales, estará conformado por una cantidad predeterminada de post en feed y story, como se describe a continuación:

### TIPOS DE CONTENIDO:

- POST FEED
- HISTORIAS
- REELS

A continuación, se muestra un ejemplo de la distribución mensual de los tipos de post en feed y story nuevos a publicar durante 1 mes calendario:

- Cantidad total de post feed nuevos: 8. De la siguiente forma
  - 4 post feed de producto
  - 2 post feed informativos
  - 2 post feed identidad
- Cantidad total de story nuevos: 8. De la siguiente forma:
  - 4 de producto.
  - 2 de interacción.
  - 2 informativas.

Cada uno de los contenidos estará compuesto por:

#### 1. Post feed:

1. Informativos: posteos con la intención de regalarle contenido al cliente. Recetas simples, información sobre platos o ingredientes, usos y costumbres españoles, historia del restaurante y del staff, entre otros).
2. Producto: mostrar imagen en detalle de los productos que vende el restaurante. En gastronomía es muy importante que el cliente pueda visualizar los productos y de esta forma “tentarlo” para que venga a nuestro restaurante.

3. Identidad: utilizar frases y palabras de la identidad para reforzar la comunicación de la misma. Sirve a su vez para hacer una pausa de los posteos de producto e informativo.

## 2. Story:

- a. De post reciente: se realiza historias del posteo en feed que se acaba de realizar. De esta forma buscamos que los seguidores entren al perfil y puedan ver más información.
- b. Informativas: utilizar las historias para brindarle información en el instante a los clientes (por ej. impulsar pedidos delivery y reservas en el momento).
- c. Destacadas: historias destacadas que permitan a los seguidores acceder rápidamente a las diferentes secciones de nuestra página (RESERVAS, MENÚ, UBICACIÓN DEL RESTAURANTE, CONTACTO, entre otros).
- d. De producto: buscar tentar de manera impulsiva a los seguidores. Utilizar las historias para mostrar imágenes en detalle de los platos, tapas, postres o tragos y así incentivar al público.
- e. Interacción: mediante estas historias buscaremos interacción con los seguidores. Se realizarán encuestas, preguntas, o similares para conocer lo que nuestros seguidores quieren de nosotros y así poder fortalecer la comunidad.

## 3. REELS:

La creación de Reels estará sujeta a la generación de contenido que se pueda gestionar. Es necesario contar con videos y fotos de productos para luego poder editar y generar videos de calidad.

Los calendarios de redes sociales, estarán compuestos por el patrón desarrollado anteriormente. Esto se aplica para tener una constancia en los posteos y de esta forma no perder presencia en redes sociales.

Al tratarse de un negocio gastronómico, siempre lo importante es hacer hincapié en el producto, es por eso que sea elegido hacer mayor cantidad de post y Story de producto más que de cualquier otro tipo. A su vez es importante entretener e informar a los seguidores, es por ello que se utilizaran story de interacción como trivias, preguntas y respuestas, entre otros. También incorporamos story y post informativos, en donde daremos a conocer no solo información sobre el restaurant, sino también datos relacionados a los ingredientes que se emplean en las comidas, técnicas de

cocción, datos curiosos sobre la gastronomía e incluso información sobre nuestro staff e historia del restaurante.

En cuanto a la generación de contenido, recomendamos establecer aquellos productos o servicios que se quieran destacar, y de esta forma crear contenido de valor para potenciarlos.

Es importante generar videos cortos sobre los platos en preparación, así también como platos ya terminados. Si bien las fotos son un recurso muy importante, a la hora de generar más engagement los videos presentan una ventaja respecto de las imágenes, más aún cuando se trata de productos de gastronomía.

Para lograr ofrecer un buen contenido a los seguidores, será necesario generar contenido de forma permanente. Grabar videos cortos, realizar sesiones de fotos y video con profesionales es la clave para que el contenido sea diverso y no espantemos a los seguidores.