



# Conoce a la familia ampliada de tu restaurante: los regulares





**Demasiados restaurantes empiezan a pensar en adquirir un nuevo cliente tan pronto como escuchan la confirmación de pago de la terminal. Sin embargo, cuando atienden con esa idea en la cabeza, pierden la oportunidad y el valor de los comensales regulares y recurrentes.**

**La gente está más que deseosa de volver a salir a comer, y ahora es un momento privilegiado para atraer a más comensales regulares y crear una comunidad, -en línea y en persona- de superfans.**

Para ayudarte a convertir a tus clientes nuevos en comensales regulares, creamos una guía rápida que te ayudará a entender:

- **Quiénes son los comensales regulares y por qué son importantes**
- **Qué hace que tus comensales regulares regresen**
- **Cómo desarrollar tu comunidad de comensales regulares comprometidos**



# ¿Quiénes son los comensales regulares y por qué son importantes?

Los restaurantes se caracterizan por establecer relaciones con los comensales y desarrollar de forma natural un grupo de clientes regulares. Ellos representan el perfil que realiza visitas frecuentes, que probablemente ordene lo mismo y que incluso, recomiende el restaurante a sus amigos y familiares.

Los comensales regulares son como la familia ampliada de un restaurante, razón por la que son ¡increíblemente valiosos!

Por medio de este ebook, queremos explicarte porque los comensales regulares son tan importantes.

El **81%**

de la gente confía más en las recomendaciones de familiares y amigos que en las sugerencias de las empresas.\*

\*Basado en una investigación de Hubspot <sup>2018</sup>: "[The Hard Truth About Acquisition Costs \(and How Your Customers Can Save You\)](#)"

## 1. Hacer que los comensales actuales regresen cuesta menos que adquirir nuevos.

De hecho, según estudios realizados por la [Universidad de Harvard](#), conseguir comensales nuevos puede ser entre 5 y 25 veces más caro que retener a los actuales. ¡Eso sí que es un cargo extra!

## 2. Los comensales regulares suelen comprar y gastar más. ¡Tus fieles seguidores adoran tu restaurante y siempre quieren más!

En una investigación reciente realizada por [Paytronix](#), los comensales fieles (incluidos los que forman parte de programas de fidelización), el año pasado gastaron más del doble en cada comida para llevar, en comparación con los comensales ocasionales.

## 3. Todas las recomendaciones de boca en boca, por parte de los comensales regulares, son tu mejor canal de marketing.

De acuerdo con la investigación de [HubSpot](#), el 81% de la gente confía más en las recomendaciones de familiares y amigos que en las sugerencias hechas por una empresa. Esto automáticamente convierte a tus comensales regulares en el principal canal de adquisición.



# Entiende lo que hace que tus comensales regulares regresen

Sabemos que la palabra “personalización”, puede parecer una moda que se reduce al deseo que los clientes tienen por ser reconocidos y recordados. Sin embargo en el caso de los comensales regulares, que son aquellos que apoyan tu negocio constantemente y que quizá son tus superfans, este reconocimiento es mucho más importante.

Los comensales regulares pueden regresar por varias razones. Los datos que tu restaurante recolecta, pueden revelar por qué ciertas personas regresan, además de permitirte satisfacer sus necesidades específicas, conservándolos como fuertes promotores de tu negocio.

Considera las siguientes maneras para descubrir datos importantes y más profundos:

**1. Pide comentarios.** Descubre preguntando directamente a tus comensales regulares, que es lo que más les gusta de tu restaurante.

Ya sea mediante encuestas personalizadas o a través de la obtención de comentarios en línea de sitios de reseñas como Google, OpenTable y Facebook.

## 2. Crea perfiles de comensales detallados.

Reúne preferencias y datos de comportamiento de todos tus clientes. Incluye comentarios previos, historial de pedidos (por ejemplo, su vino tinto favorito), en una  sola visita  para que todo tu equipo pueda entender mejor y satisfacer las necesidades individuales de tus comensales. Esto podría marcar la diferencia entre recomendar de manera acertada ese Pinot Noir que tu cliente tanto ama, o perder la oportunidad por completo.

**3. Identifica las tendencias que atraen a tus comensales regulares.** Utiliza los comentarios y preferencias de los comensales así como los informes prácticos a tu disposición, para identificar los patrones que los atraen. Puede ser tu menú, la manera en que celebras sus ocasiones especiales o incluso, los eventos que se llevan a cabo en tu vecindario.

The image shows a comparison between two customer profiles. On the left is a basic card for John Smith with contact info. On the right is a detailed profile with a photo, contact info, birthday, and a timeline of visits with specific details like venue, server, and items ordered.

**John Smith**  
Phone: (866) 951-7154  
Email: johnsmith@OT.com  
Notes:

**VS**

**John Smith**  
Phone: (866) 951-7154  
Email: johnsmith@OT.com  
Birthday: January 27

**Timeline**  
All (5) Visits (3) Orders (0) Reviews (4) Emails (2)

**Tuesday, March 3, 2020**  
Dined - George's Steakhouse - Houston  
Check 2559 for \$571.50 at table 2  
Served by Ludwig Manukian

**Saturday, November 30, 2019**  
Dined - Olive - NYC  
Check 1136 for \$390.00 at table 52  
Served by Christine Beauchamp

**Saturday, September 16, 2017**  
Email - johnsmith@OT.com  
Hello, again.  
Not opened

**Tuesday, June 27, 2017**  
Email - johnsmith@OT.com  
Mother's Day at Lincoln | May 14th  
Not opened  
...

**Guest Intel**  
Total visits: 3  
Total spend: \$961.50  
Last visit date: 1/10/2020  
Last visit venue: Nick & Stef's Steakhouse - LA  
Visits past year: 2  
Spend past year: \$961.50  
Average dinner cover spend: \$137.36  
Average overall cover spend: \$137.36  
Top items: \*\*DINNER MENU | Fresh Still |  
\*\*Fusi | \*Mushrooms | Diet coke

# Desarrolla tu comunidad de comensales regulares comprometidos

Ahora que hemos identificado el verdadero valor de los comensales regulares y cómo encontrarlos, llegó el momento de desarrollar tu comunidad de comensales regulares comprometidos. A continuación te mostramos algunas excelente maneras para empezar:

**1. Personaliza la experiencia en cada oportunidad, en todos los medios.** Entender adecuadamente a tus comensales facilita recibirlos como parte de la familia ampliada de tu restaurante. Mediante detalles tan sencillos como saludar a todos por su nombre, ofrecer recomendaciones acertadas basadas en solicitudes anteriores, ¡o incluso enviarles correos electrónicos tan afines a sus gustos, que les dará felicidad recibirlos y leerlos!

**2. Conecta con el comensal correcto en el momento correcto de forma consistente.**

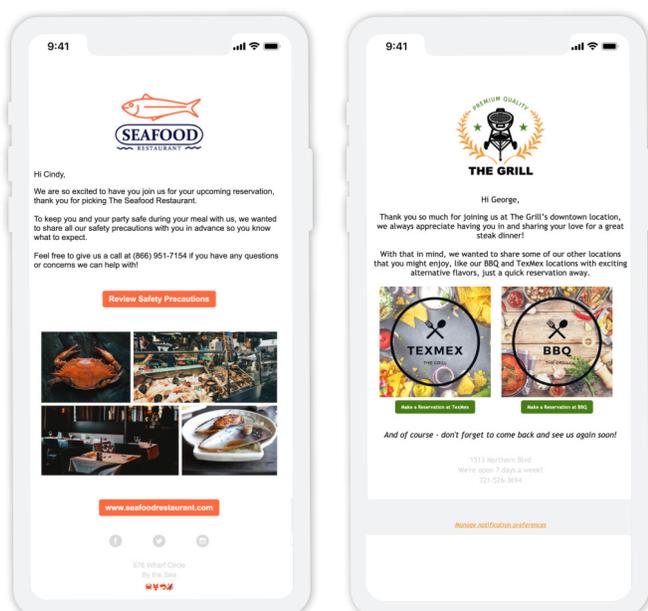
Dado que cada comensal es diferente, asegúrate de personalizar cada interacción para que sea relevante. Eso significa ofrecer tus mejores cortes o una nueva opción de temporada a los amantes de la carne, así como presentar otras ofertas y ubicaciones que podrían ser de su agrado.

Independientemente de tu enfoque, mantente en contacto para que tengan presente tu restaurante a la hora de planear su próxima cena.

**3. Considera la fidelidad basada en la experiencia.** En lugar de atraer con descuentos y puntos, sorprende y deleita a tus clientes regulares.

Considera ofrecerles un menú de degustación especial con el chef en su quinta visita, o quizá la mejor mesa de la casa (con su vino favorito esperándolos en el centro de la mesa), en su décima visita.

Echa a volar tu creatividad y piensa qué cosas, acciones o detalles, aprecian cada uno de tus clientes más especiales.



Anticiparse y satisfacer las necesidades de tus clientes habituales, dará frutos e incluso aumentará la lealtad. La buena noticia es que no tiene que ser un trabajo imposible.

Únete a la plataforma de gestión de restaurantes, más confiable y fácil de usar. Administra tus operaciones en un solo lugar y obtén invitados cuando más los necesites.

Únete a OpenTable hoy

