



Mejores prácticas para promocionar tus Experiencias

En el kit digital, encontrarás una variedad de imágenes* de tamaño adecuado para los principales canales de redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter) con texto que destaca amplias categorías de Experiencias, este contenido te ayudará a anunciar que estás ofreciendo algo especial estas fiestas sin la necesidad de tomar fotos.

Aquí tienes algunos consejos para compartir de la mejor manera posible estas imágenes en tus cuentas de redes sociales:

Feed de Instagram

Ofrece a tus seguidores una manera fácil de reservar. Crea una ruta específica para reservar al incluir en tu bio de Instagram un enlace directo a tu perfil de OpenTable. Si ya usas un servicio para varios enlaces (como Tap.bio, Lnk.Bio, LinkTree, o algo similar) asegúrate de que están actualizados con enlaces a tu Experiencia especial o a tu perfil de OpenTable. Asegúrate de destacar el enlace de tu biografía en tus pies de foto para que tus seguidores sepan a dónde ir.

Incluye todos los detalles. Asegúrate de incluir en tu pie de foto detalles sobre la Experiencia especial que estás ofreciendo, o explica que estás promocionando una Experiencia.

Por ejemplo: Acompáñanos en una cena especial de Navidad de cuatro tiempos, con nuestra versión de los clásicos platillos navideños. El menú cuesta \$2,000 por persona, con la opción de agregar un maridaje de vinos por otros \$1,000 por persona. Haz clic en el enlace disponible en nuestra biografía para reservar tu mesa.

Motívalos a que actúen. Incluye una llamada a la acción, o CTA, que anime a tus seguidores a convertirse en tus comensales. Escribe lo que te parezca más natural para tu restaurante: puede ser "¡Ven a celebrar con nosotros!" o simplemente "¡Reserva hoy mediante el enlace de la biografía!".

Incluye hashtags. Los hashtags ayudarán a que tus publicaciones circulen por el ecosistema de las redes sociales. Recomendamos una mezcla de hashtags específicos del día festivo y comunes y específicos de tu ciudad (por ejemplo: #CDMXFoodie)

- *#[FIESTAS]Reservaciones #[FIESTAS]Cena #[FIESTAS]Experiencias*
- *#[TUCIUDAD]foodie #[TUCIUDAD]restaurantes #[TUCIUDAD]comida*
- *#opentable #reservacionescenas*

Historias de Instagram

Anima a tus seguidores a que reserven. Agrega un enlace a tu historia para dirigir a tus seguidores a la página de reservación de tus Experiencias.

Agrega tus propias imágenes. Anuncia la experiencia utilizando la imagen proporcionada en tus historias, y luego agrega imágenes propias a la historia para pintar una imagen completa para tus seguidores. Consejo de los expertos: las historias te dan la oportunidad de que tus seguidores sientan que están echando un vistazo entre bambalinas.

Ejemplo: una foto del menú de la Experiencia que estás promocionando, un video de un recorrido por tu restaurante, fotos de los cocineros trabajando en los platos del menú.

Facebook

Anima a tus seguidores a que reserven. Cada publicación debe incluir un enlace a la página de tu restaurante o a la página de Experiencias.

Incluye muchos, pero muchos, detalles. Asegúrate de que tu pie de foto incluya detalles sobre la Experiencia especial que estás ofreciendo, como el precio, los horarios, las restricciones de reservación, etc.

Por ejemplo: Acompáñanos en una cena especial de Navidad de cuatro tiempos, con nuestra versión de los clásicos platillos navideños. Las entradas cuestan \$2,000 por persona, con la opción de agregar un maridaje de vinos por otros \$1,000 por persona. Haz clic aquí para reservar tu mesa: ENLACE A TU PÁGINA DE RESERVACIÓN.

Twitter

Anima a tus seguidores a que reserven. Cada publicación debe incluir un enlace a la página de tu restaurante o a la página de Experiencias.

Incluye todos los detalles que puedas, dentro del límite de caracteres. Incluye en tu pie de foto detalles sobre tu Experiencia especial, o explica por qué estás promocionando una Experiencia. Puedes abreviar palabras y usar sinónimos para cumplir con el límite de caracteres.

Ejemplos de Experiencias: ¡Descubre #CDMX con nosotros! Por \$2,000/pp, disfruta de una Experiencia especial compuesta de 4 tiempos, brindis con champaña y música en vivo... ¡los pasos de baile los pones tú! Los boletos se están vendiendo como pan caliente, reserva hoy: ENLACE A TU PÁGINA DE RESERVACIÓN.

Usa hashtags para que descubran tu Experiencia. Los hashtags ayudarán a que tus publicaciones circulen por el ecosistema de las redes sociales. Agrega hashtags a palabras específicas en tu pie de foto para conseguir más visualizaciones.

Ejemplo: #CDMX, #CenaDeNavidad

LinkedIn

Adapta tu mensaje a tus seguidores. LinkedIn es diferente de Facebook y Twitter en el sentido de que la gente lo usa para encontrar conversaciones y noticias sobre su industria. Considera la posibilidad de ajustar tu mensaje para que se adapte al contenido que la gente espera ver aquí; puedes pedir a la gente que interactúe contigo cuando tenga sentido, o utilízalo como una forma de llegar a tus futuros empleados.

Ejemplo de Experiencias: Después de tanto tiempo separados, este año queremos ofrecer a los comensales una experiencia festiva épica: mira cómo estamos usando Experiencias para dar a la gente una razón más para reservar estas fiestas decembrinas: ENLACE A TU PÁGINA DE RESERVACIÓN