

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO CULINÁRIA

Guia prático para o empresário e





CAPÍTULO 1

Fundamentos da comunicação culinária

FICHA PRÁTICA 1...

Defina sua estratégia de comunicação

1-O produto / consumidor

- Qual é o seu segmento de cozinha?
- Qual o ritmo dos meus menus?

2. O custo / tempo

- O custo da comunicação para a empresa
- O tempo alocado para comunicação

3. A Promoção / comunicação

- A mídia: impressa, rádio, televisão, internet, outdoors, etc. ;
- Frequência: contínua, orientada por eventos, etc.

4. A Difusão

- Web
 - redes sociais, site, blog ...
- Imagem
 - Cartão de visita, menus, placas de meio-fio, panfletos ...

NOTAS.....



É SUA VEZ...

Sua análise interna

RECURSOS

COMPETÊNCIAS



Capítulo 2
O plano de comunicação

Recursos de comunicação



FICHA PRÁTICA

Sua identidade culinária

1- Quais valores defende?

2- Que caminho percorreu até agora?

3- O que diz sua cozinha?

4- Quais são os seus pratos de assinatura?





CAPÍTULO 5
AS FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO

Redes sociais

Para permanecer no controle de sua reputação eletrônica, o desafio para todos os empreendedores de alimentos é construir e manter sua loja online.

Para isso, as principais redes sociais serão suas aliadas. Mas qual escolher?

Observe que uma boa rede social para sua empresa é aquela em que seus alvos estão.

	TIPO DE CONCEITO DE ALIMENTOS	OBJETIVOS	TIPOS DE CONTEÚDO
FACEBOOK	TODOS	Formar uma comunidade	Galeria de fotos, pesquisas, opiniões, status, histórias, campanha patrocinada, eventos, endereços, reservas, vídeos, artigos
INSTAGRAM	ESTÉTICA	Promover uma identidade culinária	Galeria de fotos, álbuns em destaque, bobinas, hashtags, histórias, igtv, filtros, provocações
LINKEDIN	GRANDE CAPACIDADE DE PRODUÇÃO	Monitorar, prospectar, recrutar	Status, eventos, histórias, galeria de fotos, artigos
TWITTER	COMPROMETIDO	Participe, um dia de cada vez	Status, hashtags, enquetes
YOUTUBE	INVESTIDO	Crie uma corrente. vídeo	Receitas, dicas e conselhos
PINTEREST	CONECTADO	Promova seu site	Links de fotos e sites

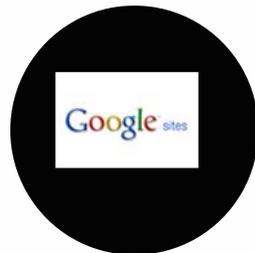
Os Editores do site

WIX



Bom produto,
mas logotipos
muito intrusivos
estão presentes.

SITE DO GOOGLE



Boa interface,
fácil de usar

WORDPRESS



Complexo de
uso para
iniciantes

JIMDO



Produto sério.
Oferece
assistência.

MEU E-SITE



O único editor
que exhibe
anúncios de
banner



É SUA VEZ...

Suporte de comunicação web e impressa

NOTAS

.....





É SUA VEZ...
Meu website

NOTAS



É SUA VEZ...

Meu argumento de venda

NOTAS

.....



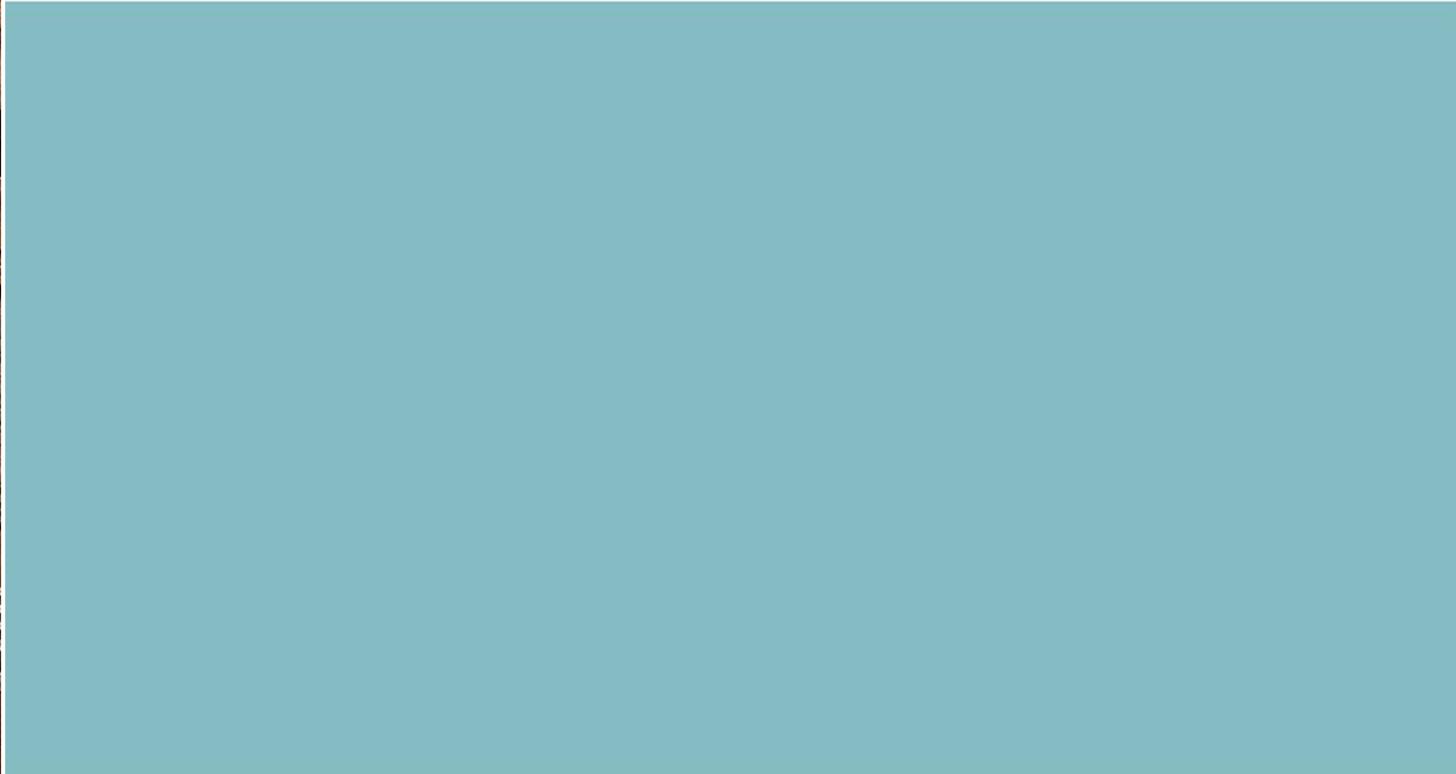


É SUA VEZ...

O lançamento da minha atividade

NOTAS

.....





CAPÍTULO 8
FALE SOBRE SUA AVENTURA COMO
EMPREENDEDOR

A arte de contar



É SUA VEZ... O balanço da minha imagem

PERSONALIDADE

.....

VALORES

.....

PONTOS FORTES

.....

MEMO

Minhas fontes de inspiração



É SUA VEZ... etapas importantes de sua jornada

NOTAS

.....

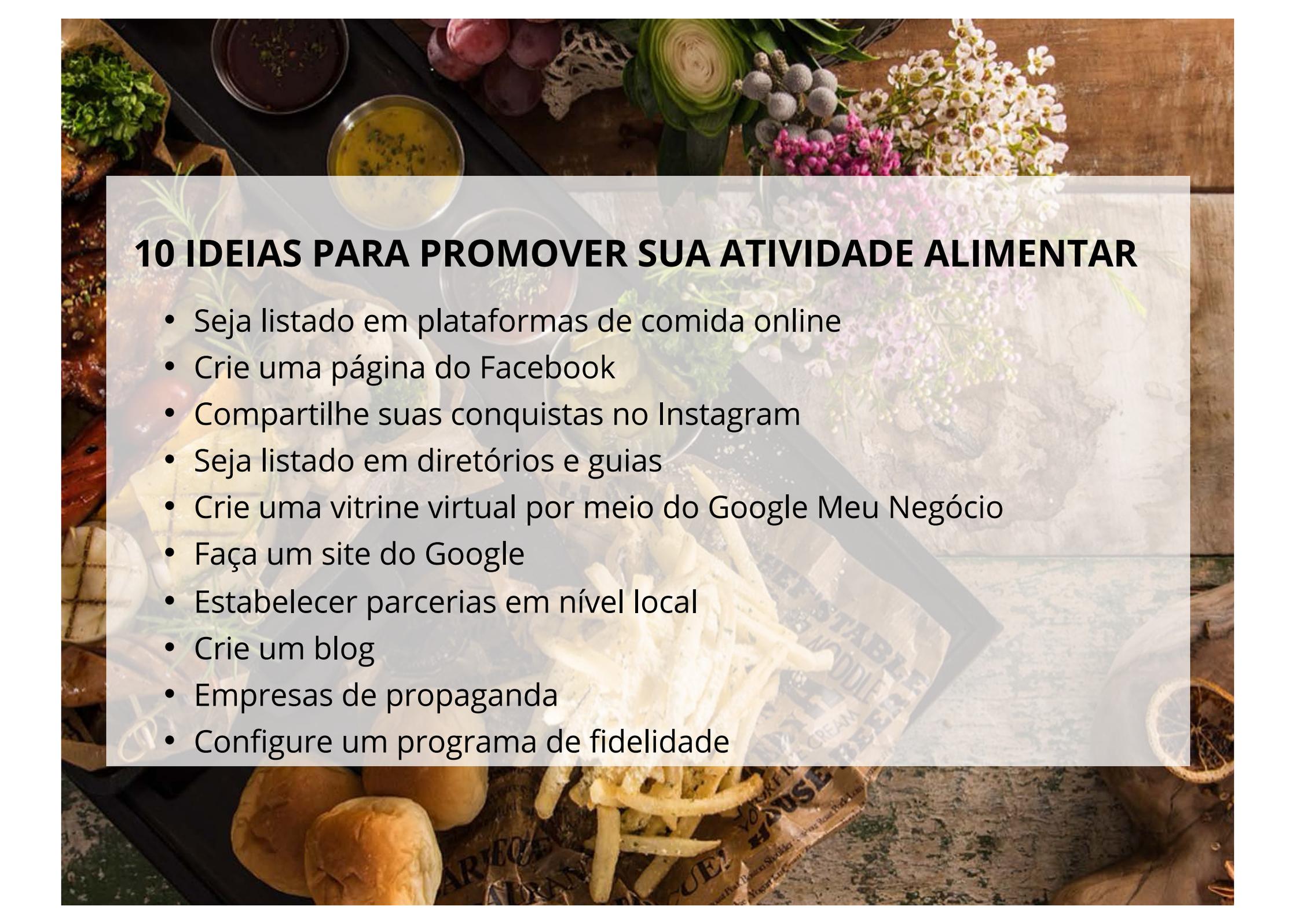


É SUA VEZ...
Eu conto minha história





DICAS



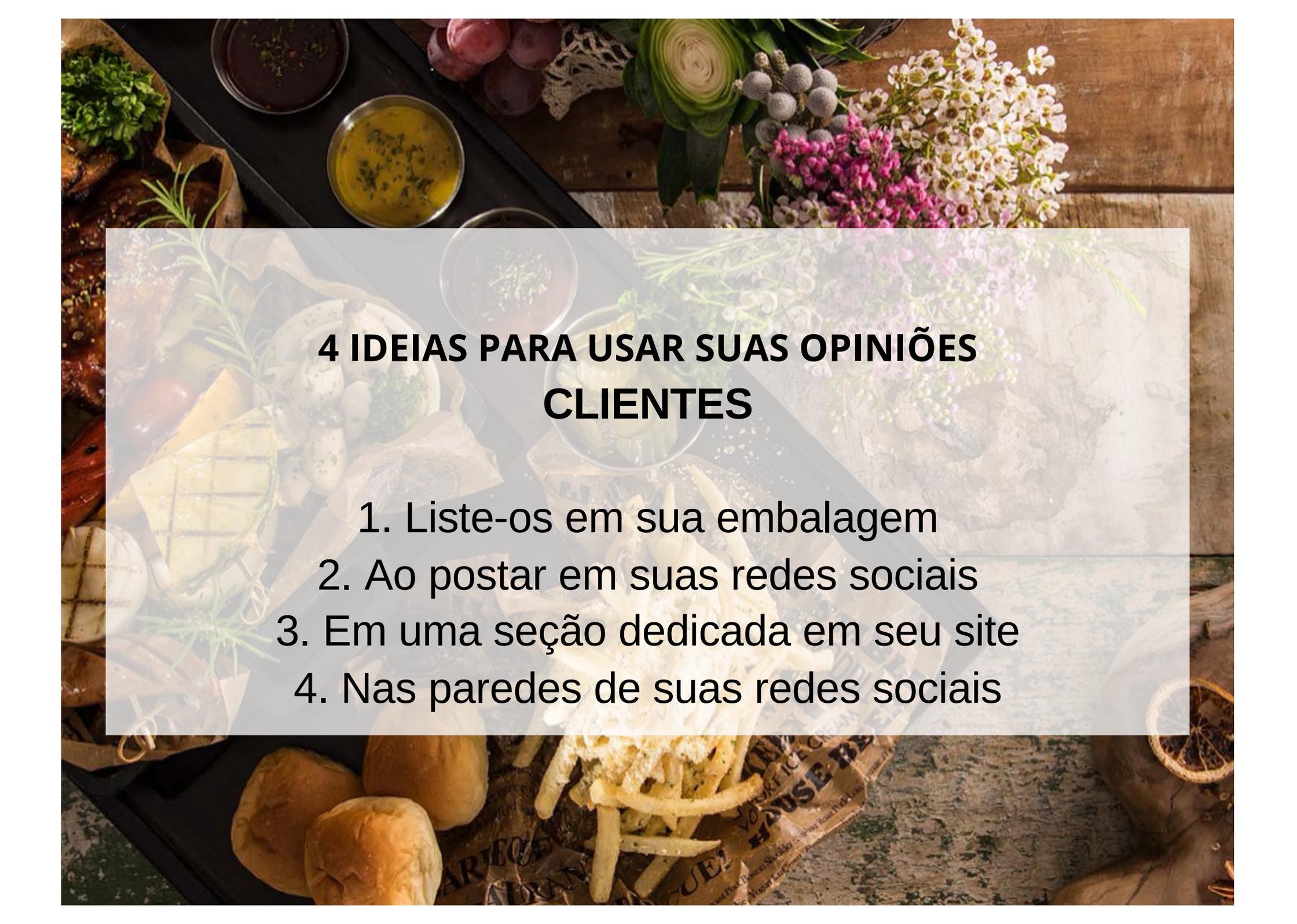
10 IDEIAS PARA PROMOVER SUA ATIVIDADE ALIMENTAR

- Seja listado em plataformas de comida online
- Crie uma página do Facebook
- Compartilhe suas conquistas no Instagram
- Seja listado em diretórios e guias
- Crie uma vitrine virtual por meio do Google Meu Negócio
- Faça um site do Google
- Estabelecer parcerias em nível local
- Crie um blog
- Empresas de propaganda
- Configure um programa de fidelidade

A top-down view of a rustic food table. In the foreground, there are several round, golden-brown bread rolls. To the right, a large pile of french fries is served in a brown paper bag with the words 'HOUSE BEER' visible. In the center, there are several small metal bowls containing different colored sauces or dips. To the left, there are some green leafy vegetables. In the background, there are more bread rolls, a bunch of purple grapes, and a bouquet of white and pink flowers. The table is set on a wooden surface.

7 IDEIAS PARA COLOCAR A BOCA NAS REDES SOCIAIS

1. compartilhe suas fotos no Instagram
2. Faça pesquisas de suas receitas no Facebook
3. faça histórias e coisas reais
4. faça vídeos para mostrar suas realizações
5. Mostre seus produtos, seus materiais, seus pratos
6. Aproveite ao máximo a luz natural para suas fotos
7. Não use filtros



4 IDEIAS PARA USAR SUAS OPINIÕES CLIENTES

1. Liste-os em sua embalagem
2. Ao postar em suas redes sociais
3. Em uma seção dedicada em seu site
4. Nas paredes de suas redes sociais



7 IDEIAS DE EVENTOS PARA LANÇAMENTO SUA ATIVIDADE

1. Organizar demonstrações de culinária
2. Faça um vídeo para compartilhar nas redes sociais
3. Crie eventos culinários clássicos ou criativos
4. Propor uma degustação temática
5. Criar emparelhamento de alimentos
6. Proponha noites efêmeras
7. Proponha uma viagem gastronômica ou um tour gastronômico



9 DICAS PARA FICAR INSPIRAR

1. Definir metas
2. Faça projetos
3. Identifique empreendedores inspiradores
4. Converse com colegas
5. siga seu progresso
6. Faça pausas
7. Fale sobre seus sucessos
8. Tenha um hobby
9. Fique vigilante

Análise do cliente e plataformas de classificação

TRIPADVISOR



Permita ao consumidor deixar uma nota e uma opinião sobre o desempenho do estabelecimento

REVISÃO DO
GOOGLE



ofereça detalhes de contato para restaurantes, críticas e classificações

O GARFO



Somente as pessoas que fizeram e honraram sua reserva podem postar comentários.

FORSQUARE



Avaliações de usuários da Internet

YELP



longos comentários e fotos tiradas por clientes)

INSTAGRAM



Recomendações de internautas em fotos, histórias ou vídeos.