Guía de Publicidad Exterior: RESTAURANTES

publisitios

Los restaurantes locales a menudo tienen éxito o fracasan en función de su identidad visual y la calidad de sus alimentos, razón por la cual muchos externalizan el cultivo de su marca y su estrategia de marketing a un experto de la industria.

En los últimos años, la Publicidad Exterior (OOH) ha experimentado un fuerte crecimiento, más del doble que el de todas los otros medios tradicionales. Según un informe de MAGNA publicado a principios de 2019, las contrataciones de OOH crecieron un promedio de 4% por año durante los últimos nueve años (2010-2018), en comparación con -1.5% para todas las ventas de medios no digitales (TV lineal, impresos, radio).

Para subrayar este hecho, en 2019, el gasto en Publicidad Exterior en América del Norte ascendió a casi 10.400 millones de dólares estadounidenses. Se espera que esta tendencia continúe, ya que muchos analistas predicen que la industria duplicará el valor total de mercado para 2023.

El papel del marketing digital es vital, ya que la publicidad OOH a menudo es más efectiva cuando se usa como parte de una campaña de marketing integrada que ayuda a las conversiones a través de varios canales.

Echaremos un vistazo a los beneficios de la publicidad OOH cuando promocionemos su restaurante, y cómo puedes aprovechar este medio al máximo.

LA PUBLICIDAD EXTERIOR LLEGA A UN PÚBLICO TAN ENORME COMO SUS DIMENSIONES

Si tu negocio es un restaurante local, lo más probable es que te dirijas a clientes potenciales y de la región en donde operas. Aun así, deberás llegar a la mayor cantidad posible de clientes objetivo dentro de estas restricciones geográficas, ya que en muchos sentidos la publicidad OOH es ideal para este propósito.

En términos generales, la publicidad de OOH llega a más del 90% de la población, con espectaculares de gran formato particularmente efectivos para captar y mantener la atención de los consumidores locales (tendremos un poco más sobre esto más adelante).

Esto significa que puede mantener un alcance óptimo en casi cualquier ubicación geográfica, lo que aumenta la eficiencia de su campaña de marketing desde el principio como resultado.

Cuando se trata de la orientación geográfica dentro de una región específica, es justo decir que los medios exteriores no tienen rival. La infalible formula es colocar los medios en una ubicación precisa y estratégicamente seleccionada, hasta una longitud y latitud específicas en el destino elegido. Entonces, si la mayor parte de su mercado objetivo reside en una parte específica de la ciudad, así estarás atrayéndolos hacia ti.

EL COMPROMISO DE LOS MEDIOS EXTERIORES

En promedio, las personas están un 33% más alertas cuando están fuera de casa, y si esto no es una validación para la publicidad de OOH, no estamos seguros de qué es. También somos más activos y decididos cuando estamos al aire libre, y estos atributos, sin duda, nos hacen más susceptibles a la interacción y la perspectiva del compromiso con la marca.

El tema del propósito es particularmente interesante, con estudios que sugieren que tenemos un 28% más de propensión a tomar medidas al ver los Medios Exteriores en comparación con los anuncios sociales y en línea.
La conclusión clave aquí es que estamos más inclinados a reservar una mesa en un restaurante cuando interactuamos con uno de sus anuncios, y esto se presta a tasas de conversión más alta y un ROI optimizado en relación con el gasto de marketing.

La publicidad OHH genera una gran cantidad de búsquedas en línea, lo que significa que los clientes tienen más probabilidades de buscar tu sitio web y hacer una reserva.

Los Medios Exteriores generan un nivel de actividad en las redes sociales que es cuatro veces mayor de lo que se esperaría dada la inversión publicitaria relativa. En total, la publicidad de OOH representa el 26% de las activaciones en línea en las búsquedas de Facebook, Twitter e Instagram, a pesar de que solo representa el 7% del gasto de marketing combinado.

OOH ES MÁS BARATO Y SORPRENDENTEMENTE RENTABLE

El ROI de los medios de los medios exteriores está en el centro de su atractivo entre los restaurantes locales, que pueden verse obligados a operar dentro de un presupuesto relativamente restrictivo.

Además de su bajo costo y capacidad para impulsar una proporción desproporcionadamente alta de activaciones en línea, los medios OOH también funcionan excelentemente como parte de una campaña de marketing integrada.

En esencia, esto significa que puede optimizar el ROI de su gasto en todos los canales de marketing, al proporcionar una mayor tasa de conversiones asistidas tanto en línea como fuera de línea.

Si esto está representado por un mayor volumen de reservas en línea o un simple aumento en el tráfico del sitio web, puede apostar su último dólar a que sus medios OOH han desempeñado un papel fundamental para influir en el comportamiento de los clientes.

CÓMO APROVECHAR AL MÁXIMO LOS MEDIOS OOH

Con estos puntos en mente, es difícil discutir con la idea de que los medios OOH son una herramienta de marketing efectiva para tu restaurante local.
Sin embargo, esto significa poco a menos que pueda aprovecharlos y darse cuenta de todo el potencial de la Publicidad Exterior a través de sus campañas.

Entonces, ¿Cómo se puede hacer esto? Vamos a ver:

Invierte

Si conoces el alcance potencial de la audiencia de la publicidad OOH, una de las consideraciones más importantes es el vehículo específico que utiliza para dirigirse a sus clientes locales. Después de todo, esto no solo debe generar conciencia sobre su marca y su identidad visual, sino que también debe ser lo suficientemente llamativo como para captar la atención de los clientes que pasan. Las vallas publicitarias de gran formato son ideales para lograr estos objetivos.

La Publicidad Exterior en la Decisión de Compra

OOH es capaz de generar niveles relativamente altos de compromiso entre los clientes. Obviamente, esta es una gran noticia, pero si desea aprovechar al máximo esto, deberás adaptar su campaña de OOH para solicitar respuestas específicas de los clientes.

El llamado a la acción (Call To Action) será crucial aquí, ya que esto debe mostrarse de manera prominente en la elección de medios OOH y presentar un mensaje conciso a los clientes. Idealmente, esto debería estar relacionado con la acción que desea que tomen a continuación, ya sea para interactuar más a través del sitio web o hacer una reserva mediante una oferta promocional exclusiva.
Este tipo de incentivo también es crucial en campañas que tienen un objetivo específico, a diferencia de aquellas que simplemente buscan aumentar el reconocimiento o reconocimiento de la marca en el área local.
No olvides incluir la información de contacto relevante en su anuncio, priorizando los canales a los que espera dirigir a los clientes.

Ve a lo grande o Ve a casa

Si bien los CTA y la información de contacto son fundamentales para cualquier anuncio de OOH, las imágenes a menudo marcan la diferencia entre campañas exitosas y fallidas. Esto es particularmente cierto en el caso de los restaurantes locales, que a menudo operan en un mercado competitivo e inicialmente confían en las imágenes para vender sus menús. Las imágenes que usa son cruciales para el impacto potencial de sus anuncios, y no solo en términos de captar la atención inicial de los transeúntes.
De hecho, cuando se presentan mensajes escritos o audibles junto con una imagen relevante, las personas tienden a retener el 65% de esta información en promedio. Por el contrario, solo recordamos alrededor del 10% de la copia simple o el discurso, por lo que las campañas sin imágenes en negrita o relevantes podrían fracasar.
Intenta mantener un esquema de color que sea consistente con su marca siempre que sea posible, mientras trata de usar imágenes que sean relevantes para la campaña y su mensaje principal.

LA ÚLTIMA PALABRA

Entonces ahí lo tienes; nuestra breve guía sobre los beneficios de la publicidad OOH para propietarios de restaurantes locales y algunos consejos sobre cómo aprovecharlos con éxito a través de campañas exteriores

Para obtener más información sobre la publicidad exterior y cómo podemos ayudarte con tu próxima campaña, contáctanos hoy al 800 286 9622 o envíe un correo electrónico a atención@publisitios.com

Fuente: MediaPost, MAGNA, AirOutdoor.