



Propuesta estratégica

pág. 3

1. Análisis de situación

pág. 9

2. Identidad

pág. 18

3. Concepto

pág. 57

4. Prioridades





01

Análisis de situación

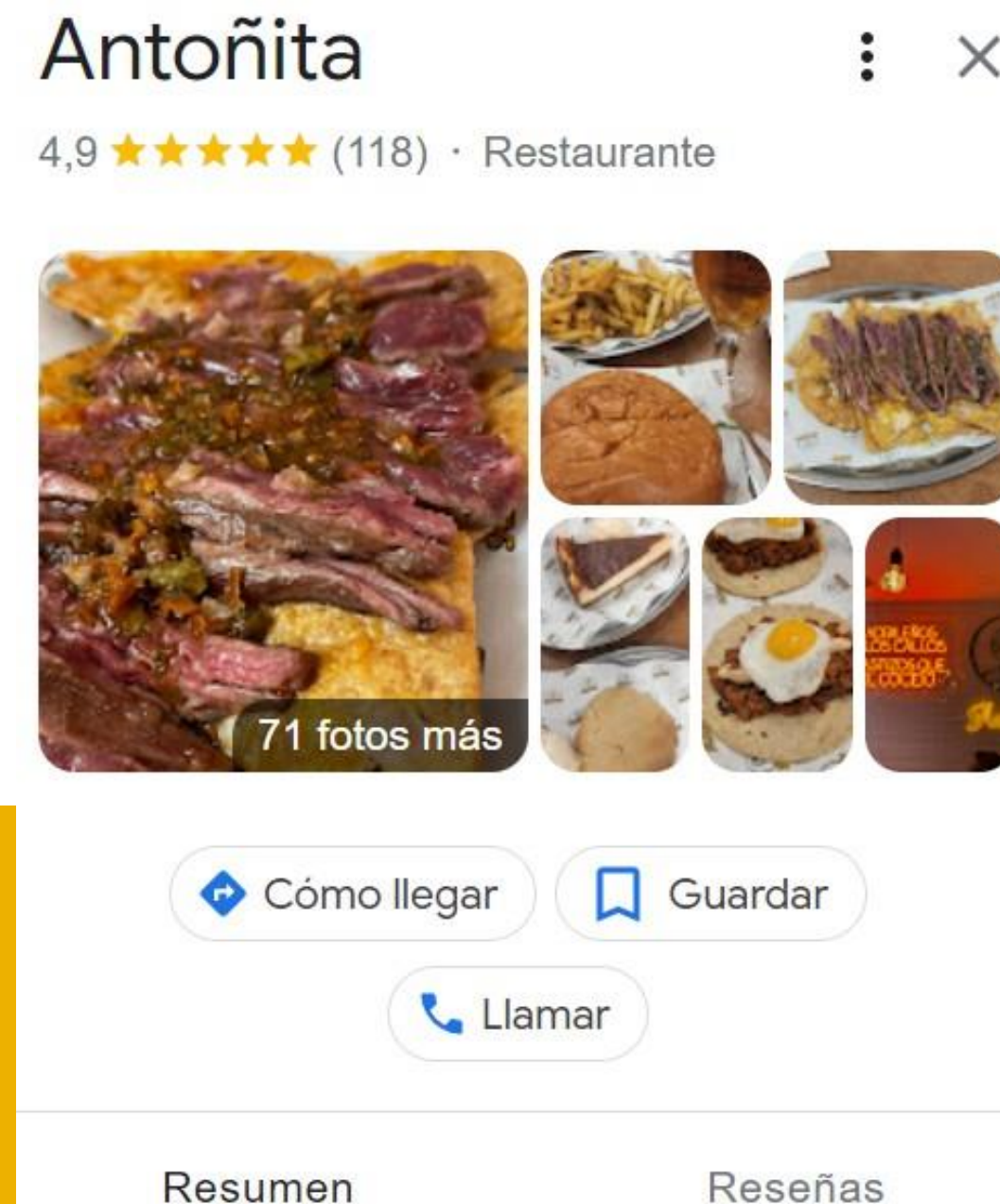


Historia

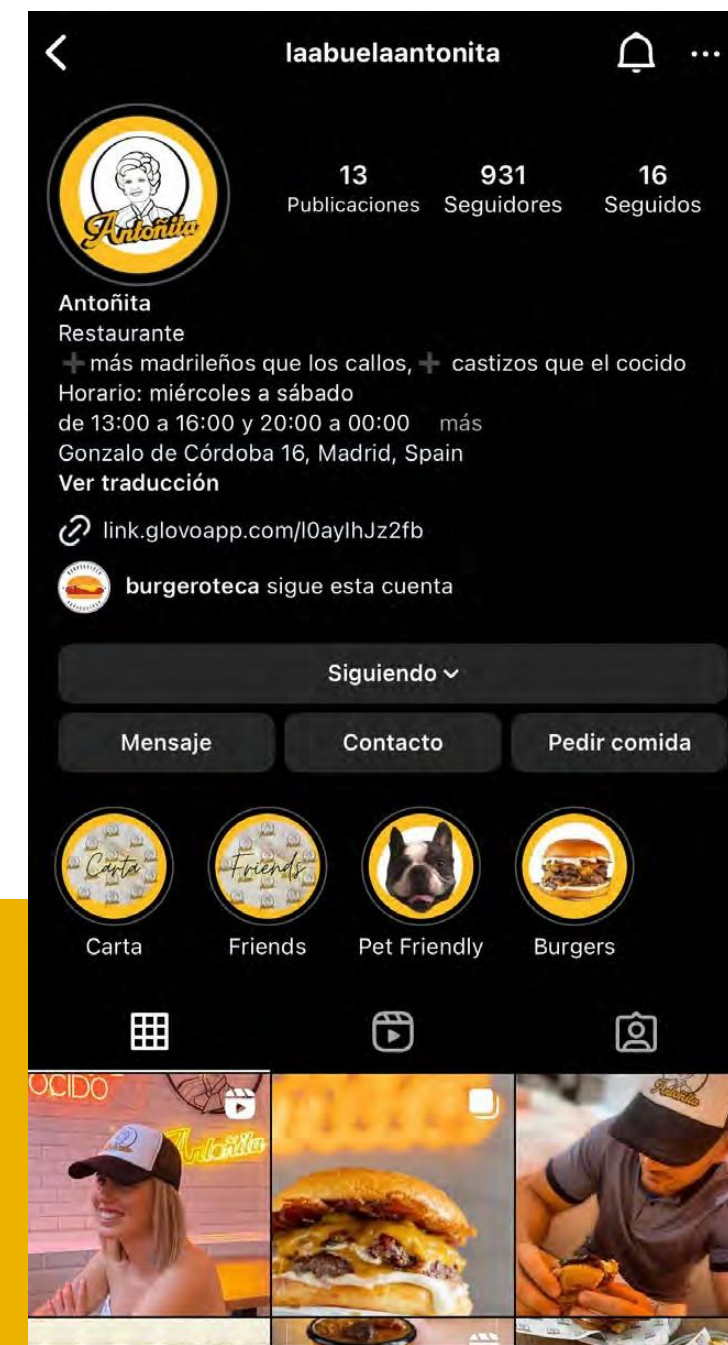
- **Fernando Muyo** hace tres años empezó Antoñita trabajando solo la línea de delivery y tuvo tan buena acogida que este año se ha lanzado a abrir restaurante físico en Chamberí.
- **Se llama de esta manera, en homenaje a su abuela.** Una mujer cariñosa, que transmitía mucho amor y cercanía, pero que cuando te decía las cosas lo hacía sin filtro.
- Fernando es un chef de renombre, con experiencia en los más reconocidos y premiados restaurantes de Madrid y hasta fue conocido como ser mano derecha de **Mario Sandoval**.
- En Antoñita **se trabaja con especial foco en el producto**, no solo en la materia prima sino también en la elaboración y cocción. **Todo se hace de manera casera y por una razón de ser.**

Canales de comunicación

• Google MyBusiness



• RRSS



• Punto de venta



Objetivo

DAR A CONOCER A ANTOÑITA, DIFUNDIR SU PRODUCTO Y RESTAURANTE

Dinamizar la actividad comercial en el ecosistema digital y en el punto de venta

GENERAR VÍNCULO CON LA COMUNIDAD ACTUAL DE CLIENTES



Público objetivo

- Personas entre 30 y 45 años.
- Gente local de Madrid y gente de paso.
- Amantes del buen comer
- Nivel económico medio-alto





Problema

Antoñita tiene un excelente producto, con calidad, atendido por sus dueños y con clientela propia. los que prueban vuelven! Pero...

EL PROBLEMA ES QUE POCOS NOS CONOCEN.



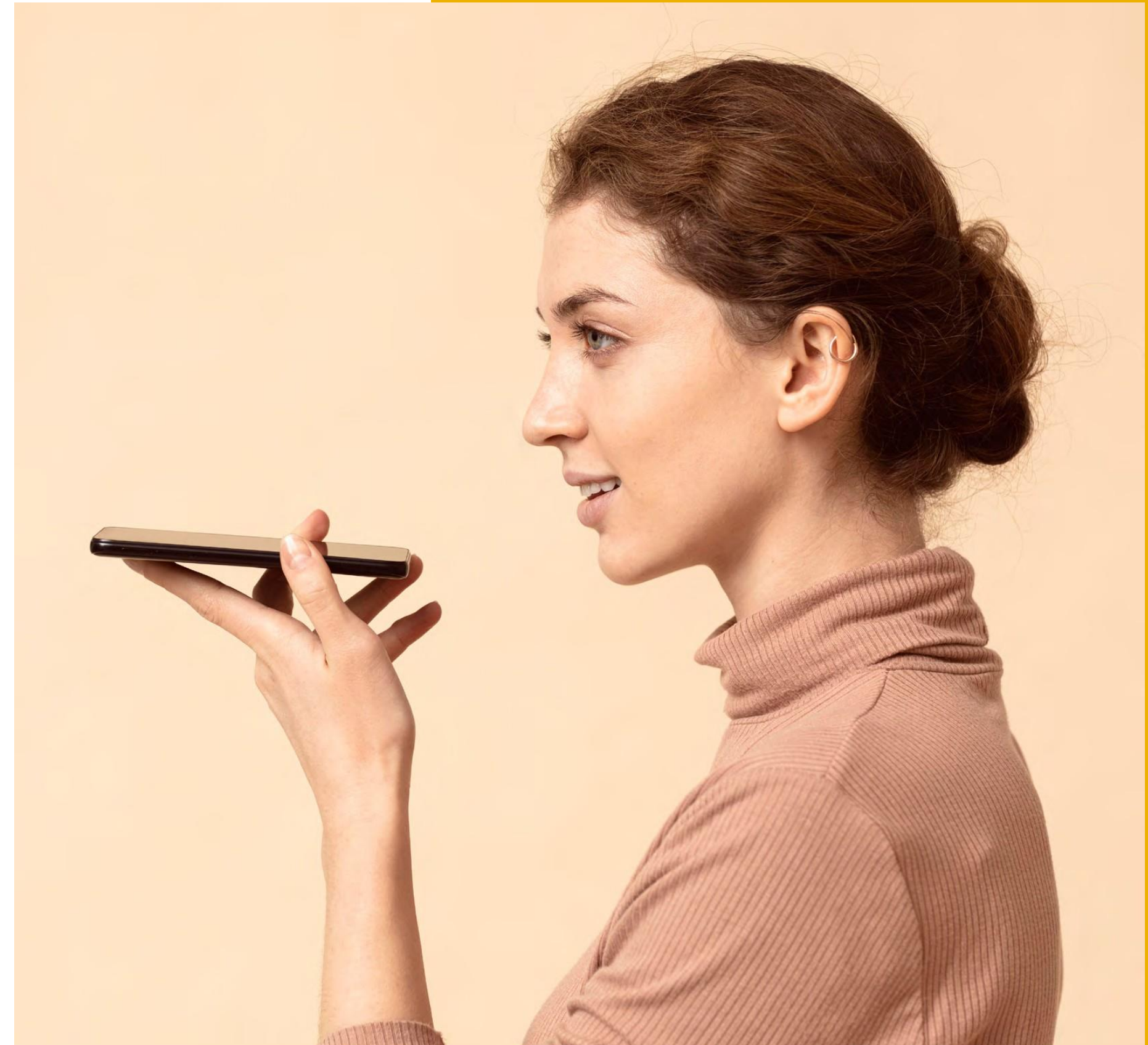
02

Identidad

Tono de voz

Pero primero, antes de salir a hablar, necesitamos una identidad, encontrar nuestro tono de voz.

- ¿Quién es Antoñita?
- ¿Cuál es nuestra personalidad?
- ¿Cuál es nuestra historia?
- ¿Qué hacemos?
- ¿Cómo lo decimos?
- ¿Cómo interactuamos con nuestros clientes?





Territorios Antoñita

Pero primero, antes de salir a hablar, necesitamos una identidad, encontrar nuestro tono de voz.

- Castizo & moderno
- Recetas caseras
- Calidad
- Sentirte como en casa
- Amor
- Cuidado por los detalles

Storytelling

- Hemos escuchado muchas veces eso de “Como en casa en ningún sitio”, pero si hay un lugar en el que “casa” y “comer bien” se fusionan en un único concepto esa es la casa de nuestras abuelas.
- Frases como “hija, no has comido nada” o “si quieres, te hago algo más” son clásicos en las conversaciones de mesa que normalmente se encuentran en la cocina de la casa. Es justo ahí, en la cocina, donde nace la magia y los aprendices empiezan a aprender de los maestros.
- Así comienza la historia de Antoñita y Fernando, abuela y nieto, que, bajo el telón de fondo de la cocina de su casa en la ciudad de Madrid, empiezan a compartir experiencias entre fogones.





Storytelling

- Antoñita, como maestra, muestra a su nieto el cuidado por los ingredientes y los procesos. La importancia de seleccionar productos de calidad. Le enseña a abrazar la tradición madrileña y a estar orgulloso de llevar por bandera la palabra “castizo”.
- ¿Cómo lo hace? **La personalidad carismática, cercana y gamberra de Antoñita lo cambia todo.** Ella no copia recetas. Ella las respeta y reinventa. No tiene filtros y, por eso, se atreve a retar a su nieto en cada elaboración. Disfrutan compartiendo tiempo juntos. Van al mercado y bromean con los ingredientes, como si no hubiera una brecha generacional. Ella le enseña a cuidar la tradición y él le da alas para redescubrirla juntos. Todo para que el aprendiz se convierta en maestro.

Storytelling

- ¿Así nace el restaurante Antoñita. Un espacio en el que la calidad y la tradición son la base, pero en el que cada elaboración es un reto y un homenaje a la cocina vanguardista.





Color corporativo

- Este color sugiere una personalidad muy intuitiva (una característica muy típica en las abuelas españolas).
 - El color mostaza es capaz de **energizar y estimular la mente y el cuerpo**, puede desencadenar sentimientos de calidez y puede aumentar las emociones positivas.
- Este color es perfecto para el tono de voz que hemos elegido

Tono de voz

- Como esas conversaciones que tenían abuela y nieto en el mercado, la voz de Antoñita **combina lo tradicional con lo nuevo**. Los refranes, frases hechas o dichos típicos de la ciudad de Madrid, se mezclan con otros como “me renta”, “mazo” o “keli”.
- **Ejemplo para copy de redes sociales con el tono de voz:**
 - “A caballo regalado, no le mires el diente 🙄
 - Este finde no te quedes en tu keli, porque Antoñita estará repartiendo nuestra nueva burger GRATIS a los 50 primeros clientes que lleguen a nuestro restaurante ✨
 - ¡Te rentará, seguro! ✨ ”



Tono de voz

Vamos a utilizar un tono de voz con un estilo desenfadado,
informal y que combine lo mejor de los dos mundos:

Tradición castiza + Proyección gamberra y moderna



03

Concepto

Concepto

Vamos a comunicar el storytelling y la identidad de la marca a través de un CONCEPTO ÚNICO que permita posicionar la marca en la mente del consumidor

Castizos sin filtros

Estrategia / Concepto

Ver

Atraer la atención de los clientes potenciales y aumentar la visibilidad de ANTOÑITA.

Pensar

Los clientes están considerando diferentes opciones y evalúan qué restaurante es el más adecuado para ellos. Hay que destacar frente a la competencia y generar confianza en tu marca.

Hacer

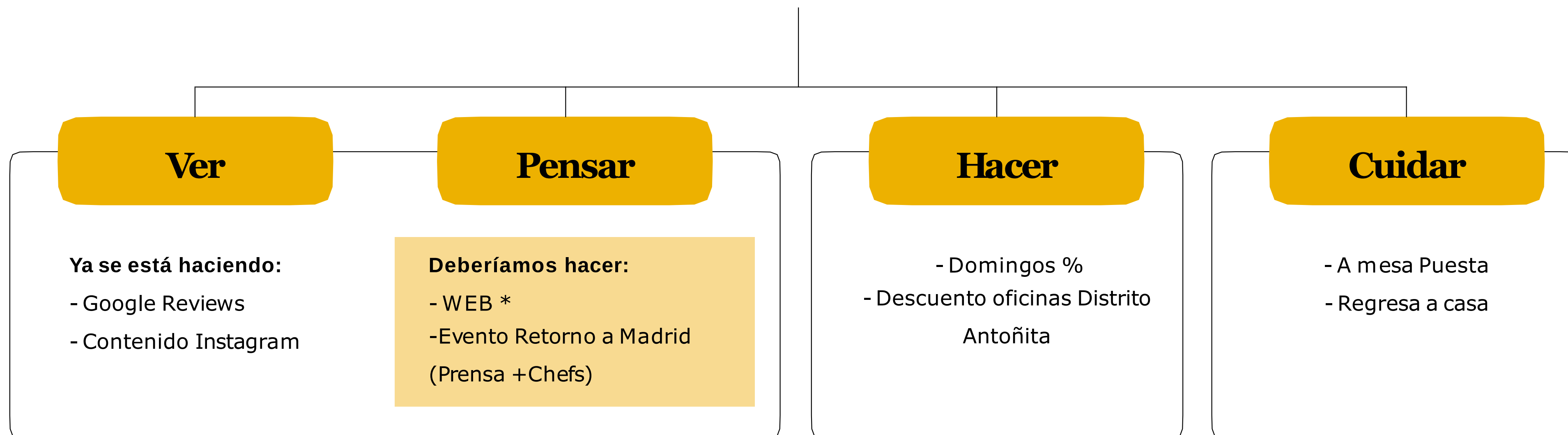
Los clientes están listos para tomar acción y visitar tu restaurante. El objetivo es convertir a los clientes potenciales en clientes reales.

Cuidar

Mantener a los clientes satisfechos y fomentar la lealtad a largo plazo. Un cliente satisfecho es más propenso a recomendar tu restaurante a otros y a convertirse en un cliente recurrente.

Estrategia / Concepto

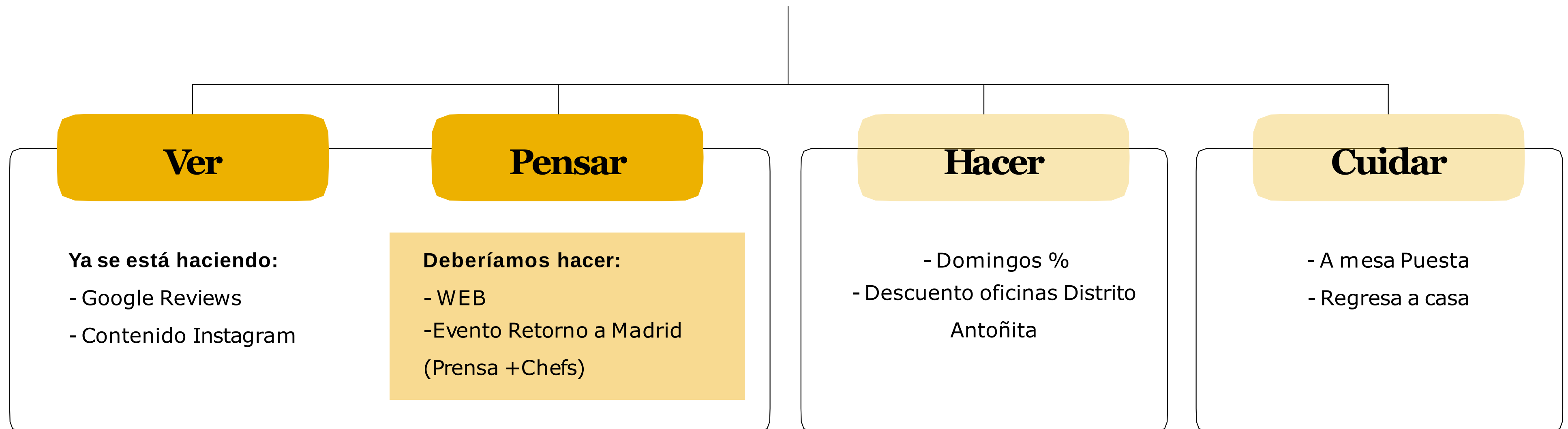
Potenciar lo que tenemos y hacemos bien + Nuevas herramientas



*(No prioritario, pero recomendado)

Estrategia / Concepto

Potenciar lo que tenemos y hacemos bien + Nuevas herramientas



Acciones para generar visibilidad de Antoñita



DIGITALES

Google Reviews

**Contenido
Instagram**

Página web

Acciones digitales para generar visibilidad de Antoñita

- Los canales y plataformas digitales son esenciales hoy en día para mejorar la presencia de marca.
- En Antoñita, ya os habéis puesto con ello ¡Y lo estás haciendo increíble! **Pero queremos haceros algunas recomendaciones para que podáis elevar la marca.**



Acciones para generar visibilidad de Antoñita



DIGITALES

Google Reviews

**Contenido
Instagram**

Página web



Google My Business: Diagnóstico

Información del perfil cumplimentada y actualizada:

- ✓ Más de 70 fotografías de los platos
- ✓ Valoraciones muy positivas (4,9/5)
- ✓ Respuesta a las reseñas
- ✓ Acceso directo a "hacer pedido"

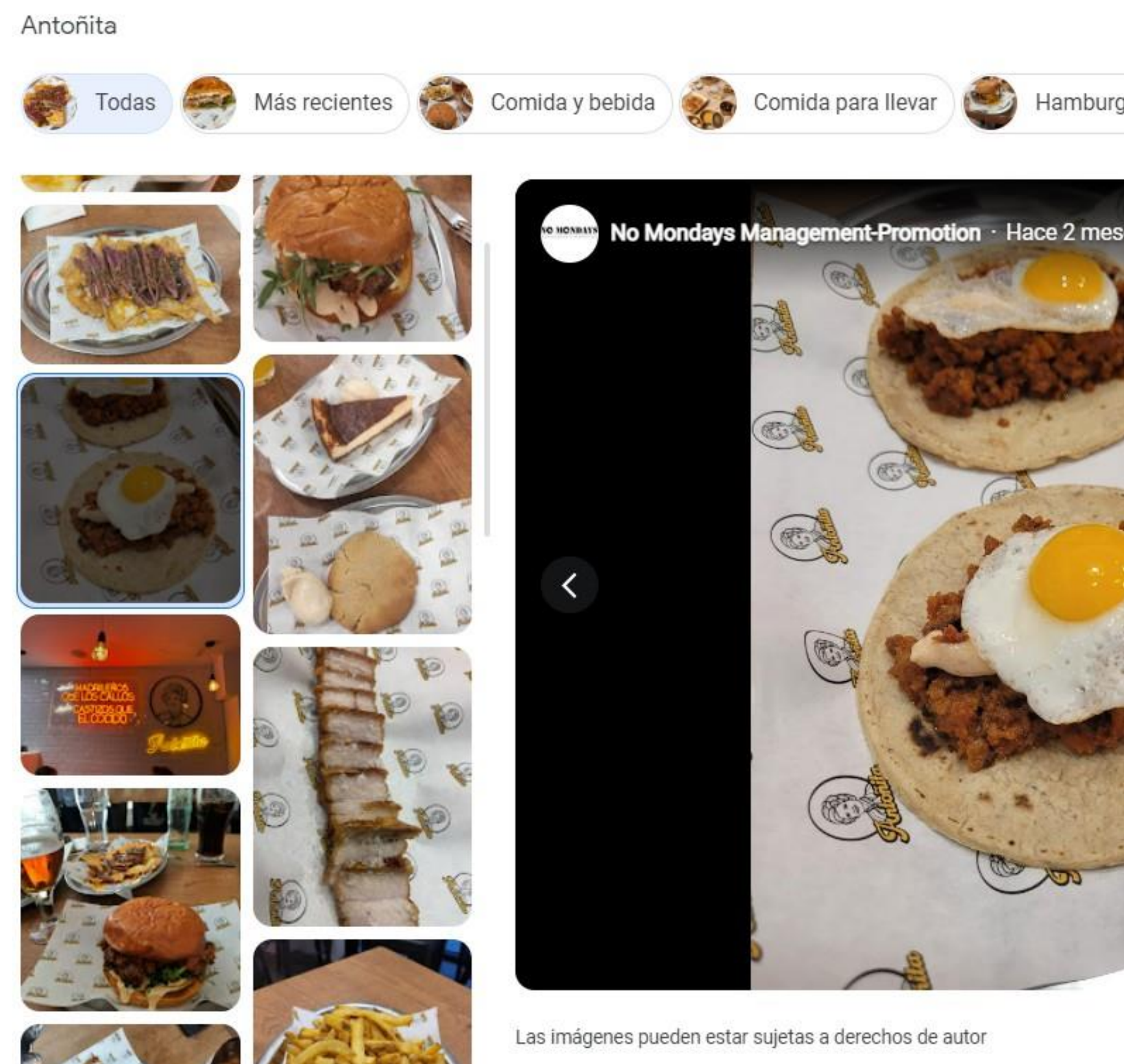
¡Enhorabuena por el trabajo!

Os dejamos algunas recomendaciones

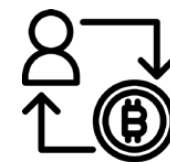
Google My Business:

Recomendaciones

- Además del enlace a la carta de “pedir ahora”, se aconseja subir el menú / carta con fotografías para que más personas pueden encontrarla.
- Trabajar en una página web e incluir el enlace. Los sitios web son clave para la toma de decisiones del cliente.
- Utilizar el tono de voz de Antoñita para responder a las reseñas positivas. Los comensales se han quedado contentos con el servicio, ¡tenemos que aprovechar esto para sacarles una sonrisa y posicionar el restaurante!
- Responder a las reseñas menos positivas de forma constructiva.



Acciones para generar visibilidad de Antoñita

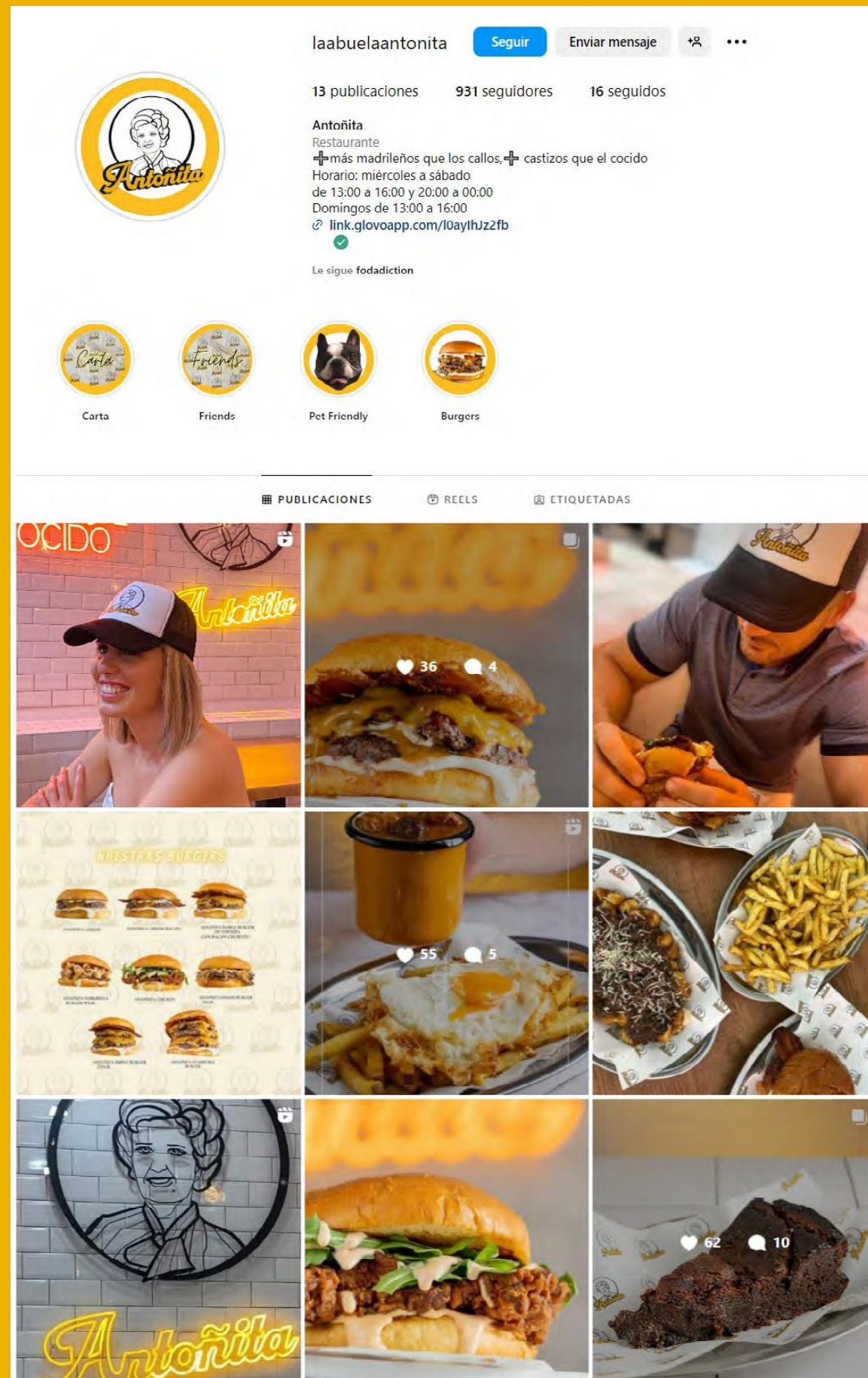


DIGITALES

Google Reviews

**Contenido
Instagram**

Página web



Contenido de Instagram:

Diagnóstico

Análisis del perfil:

- ✓ Foto de perfil con el logo
- ✓ Biografía con información útil
- ✓ Enlace directo a Glovo
- ✓ Destacados creados
- ✓ El feed respira la identidad de marca, a través del color mostaza.
- ✓ Fotografías profesionales
- ✓ Uso de hashtags y copies cortos

¡Enhorabuena por el trabajo!

Os dejamos algunas recomendaciones

Instagram:

Recomendaciones

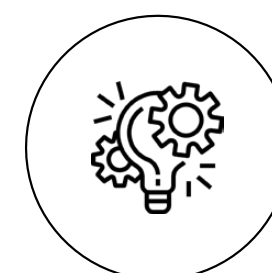
- Optimizar la biografía con la propuesta de valor del restaurante ¿Qué diferencia a Antoñita?
- Quitar el horario y crear un destacado específico de horario.
- Fotos de destacados: no poner el texto dentro de la foto, ya que ya está en la parte inferior. Dejar solo un icono o elemento representativo.
- Utilizar el destacado de carta para mostrar la carta y precios. Se puede hacer con un enlace directo a la carta digital



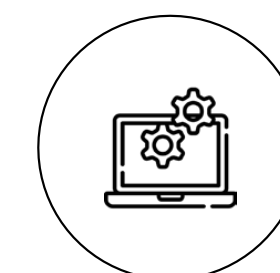


Recomendaciones

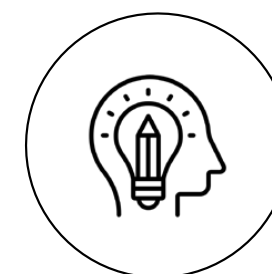
Es fundamental tener actualizadas las rsss propias de cada una de las marcas para comunicarnos con nuestros clientes potenciales.



Gestión



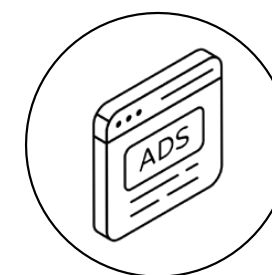
Escucha activa
o monitorización



Creación
de contenido



Análisis estadístico



Promociones IG

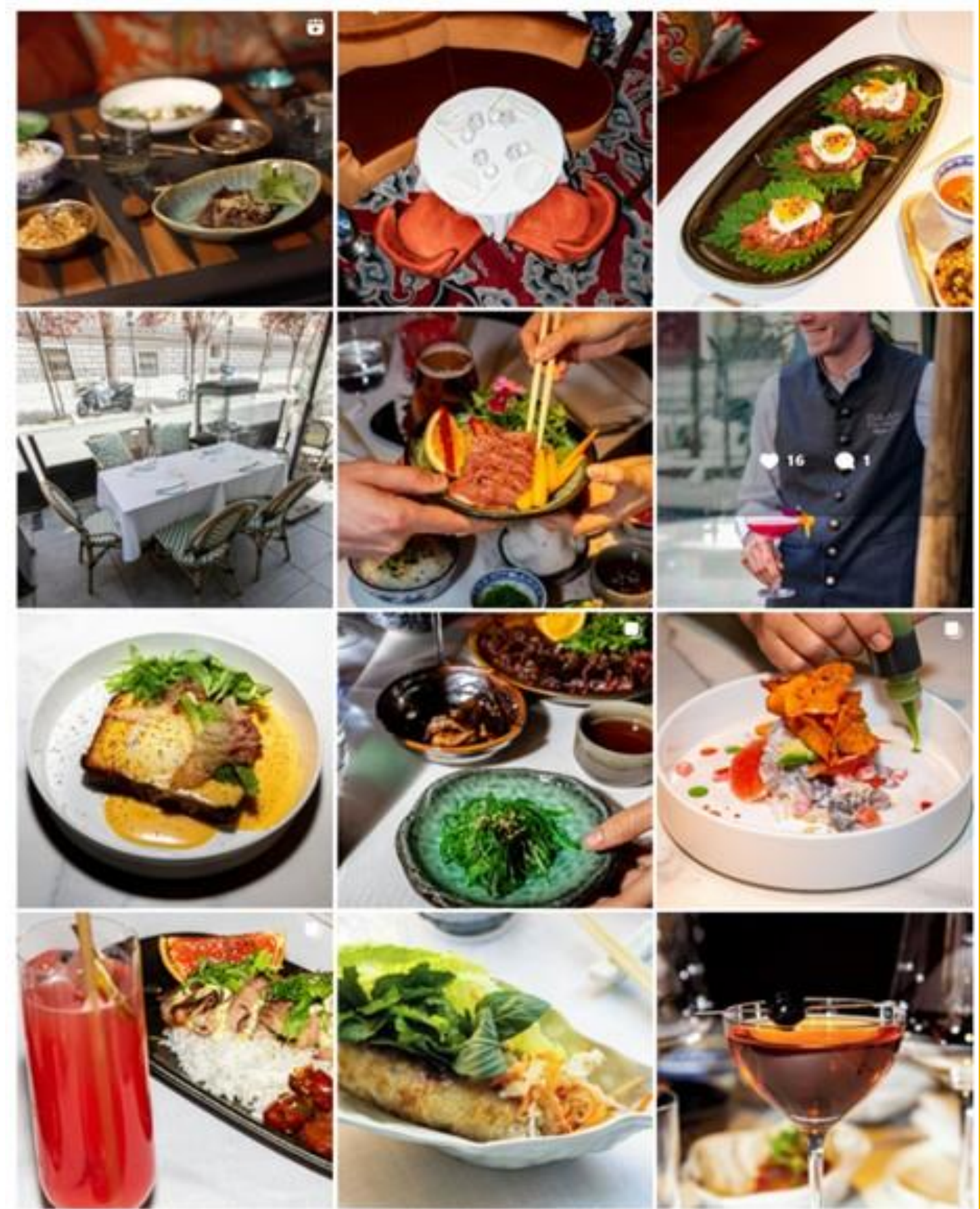
Tipos de publicaciones/temáticas que nos ayudan a cumplir los objetivos:



Instagram:

Nuevos contenidos - Platos y localización

- **Posts de platos:** realizar una sesión de fotos de platos y productos de la carta para crear un escaparate digital óptimo en el perfil de Instagram.
- **Posts localización:** realizar una sesión de fotos con los espacios más reconocidos del restaurante.





Instagram:

Nuevos contenidos - Historia

- **“Hasta la cocina”**: vídeos en los que se vea a cámara rápida como se elaboran los platos de Antoñita.
- **“Firmado: Antoñita”**: Antoñita coge las riendas de las redes para contar una anécdota sobre un plato o historia. Al finalizar el copy, escribiremos “firmado: Antoñita”

Instagram:

Nuevos contenidos - Clientes

- **Post de clientes:** realizar una sesión de fotos de los clientes nos permitirá mostrar en lado más gamberro de lo castizo para ayudarnos a posicionar el concepto.



**Más vale
huevo en plato**



Instagram:

Nuevos contenidos - Stories

- Diseñar una estrategia de stories interactivos para crear una comunidad digital activa y participativa.

Acciones para generar visibilidad de Antoñita



DIGITALES

Google Reviews

**Contenido
Instagram**

Página web

Web:

Recomendaciones

Recomendamos contar con una página web por diversas razones clave:

- **Imagen profesional**
- **Visibilidad y alcance**
- **Información centralizada:** carta, horario, reservas, redes sociales, etc.
- **Marketing y promoción:** os ayudará a comunicar los valores de marca y plasmar la identidad corporativa, además podréis poner en valor promociones y eventos.





Web: Recomendaciones

Recomendamos contar con una página web por diversas razones clave:

- ***Reservas y pedidos en línea:** esta herramienta os ayudará a automatizar los procesos y, también, a crear una BBDD de clientes.
- **Competencia en el mercado:** no contar con un sitio web propio puede ser una desventaja competitiva con otros restaurantes similares. Tener presencia en Internet es imprescindible para mantenerse relevante en el mercado.



Home / Web

Historia

Carta

Ofertas especiales

Localización

Reservas

Instagram

**Las secciones de la web se podrán ampliar a lo largo del tiempo según las necesidades que se vayan teniendo.*

Acciones para generar que el cliente nos compre



ONLINE

La propina de Antoñita



OFF-LINE

Distrito Antoñita

Acciones para generar que el cliente nos compre



ONLINE

La propina de Antoñita



OFF-LINE

Distrito Antoñita

La propina de Antoñita



La propina de Antoñita: 10% descuento domingo

- Los domingos son días especiales, se come en familia y, los más afortunados, reciben la propina de sus abuelos para afrontar la semana.
- En Antoñita, también tenemos una propina para todos los que nos acompañen en la mesa los domingos.
- Recibirán un 10% de descuento en su pedido.

Acciones para generar que el cliente nos compre



ONLINE

La propina de Antoñita



OFF-LINE

Distrito Antoñita

Distrito Antoñita

¿Cómo lo haremos?

OFFLINE:

- Proponemos una acción de reparto de flyers en la zona Antoñita.
- Impactamos al público objetivo con nuestra marca y lo redirigimos al local.
- Estos materiales gráficos irán con un código descuento que invite a la acción de prueba.





Distrito Antoñita.

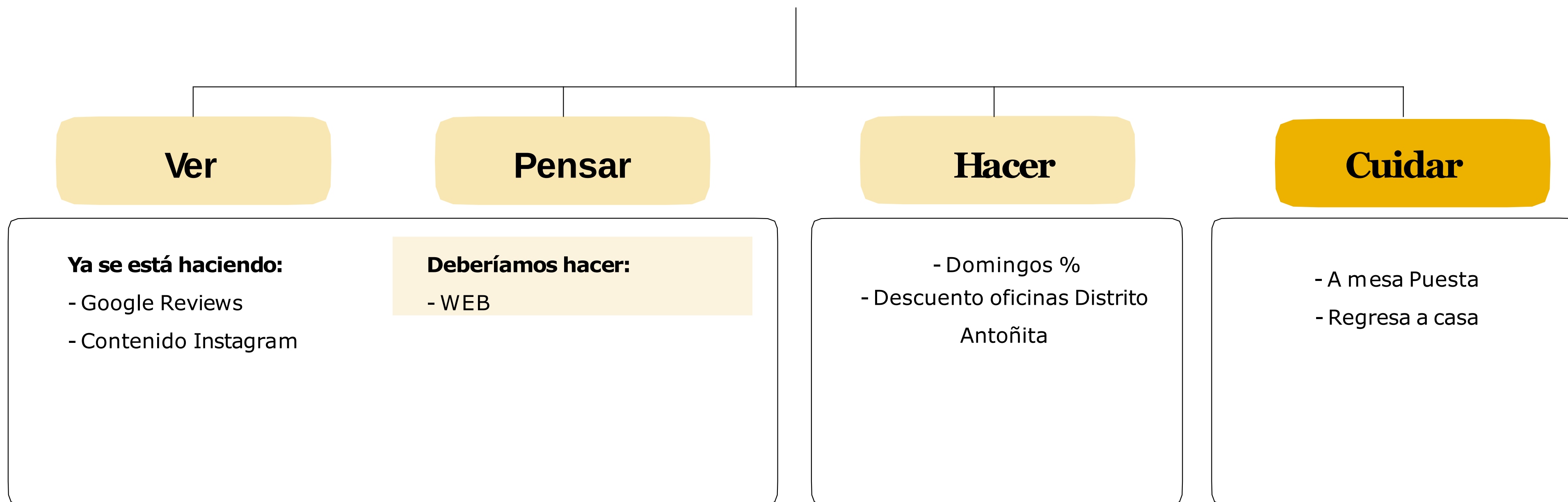
- En Antoñita, hemos creado nuestro propio DISTRITO. Un espacio que lo componen todas las oficinas y tiendas próximas al restaurante.
- ¡Queremos que nos conozcan y que formen parte del DISTRITO Antoñita

¿Cuáles son las ventajas de formar parte del distrito?

- 5 euros de descuento en tu primera compra
- Haz tu pedido y llévate una porción de tarta gratis.

Estrategia / Concepto

Potenciar lo que tenemos y hacemos bien + Nuevas herramientas



Acciones para generar que el cliente nos recomiende



OFF-LINE

A mesa puesta

Regresa a casa

Acciones para generar que el cliente nos recomiende



OFF-LINE

A mesa puesta

Regresa a casa

A mesa puesta: tarjeta regalo

Acciones para que un cliente nos recomiende

- ¿Hay algo más bonito que invitar a alguien a comer? En Antoñita, sabemos que nuestros clientes recomiendan nuestros productos, pero, queremos dar un paso más para que ellos puedan no solo recomendar sino también invitar a sus amigos a una cena en el restaurante con una tarjeta regalo.
- **Tarjeta regalo** de una cena para dos personas a canjear en Antoñita. 45 EUROS



Acciones para generar que el cliente nos recomiende



OFF-LINE

A mesa puesta

Regresa a casa



Regresa a casa

- Vamos a realizar una acción muy táctica que mantendrá a los clientes que ya vienen motivados para que siempre Regresen a Casa.
- Tarjeta de Sellos para que a la 5ta vez que regresen lo invitemos con un Postre/Patatas de regalo.



04

Prioridades

Prioridades

**Instagram
con identidad estrategia
y contenido**

INMEDIATO – continuo
(desde aprobación)

**Distrito Antoñita para
generar conocimiento
en el área**

2024



05

Resumen

Resumen

Ver

Ya se está haciendo:

- Google Reviews
- Contenido Instagram

Pensar

Deberíamos hacer:

- WEB

Hacer

- Domingos %
- Descuento oficinas Distrito Antoñita

Cuidar

- A mesa Puesta
- Regresa a casa

Una propuesta para:

