

Aumenta la presencia online

Última actualización: 29/07/2026 · <https://academy.delitbee.com>



La **checklist** que debes cumplir para mejorar y potenciar tu negocio digital de hostelería

Página web

Crea un página web

Si no estás en internet nadie te va a encontrar y nadie te conocerá. Es el primer contacto con tus futuros clientes y es muy importante que el impacto sea positivo para construir marca y reputación a largo plazo.

Conclusión: La página web es el equivalente a la tarjeta de visita de tu negocio, invierte en dar una buena imagen.

Posiciónate por encima de tus competidores

¿Sabes qué es el SEO y para que funciona? En pocas palabras el SEO son las buenas prácticas a la hora de crear una página web para que dicha página aparezca en las primeras posiciones cuando tu potencial cliente hace una búsqueda en Google. (O Bing)

Dicho esto, invertir en SEO no te proporcionará un gran volumen de visitas a tu página web a corto plazo pero si lo hará a medio y largo plazo. El coste es significativamente menor a cualquier campaña de marketing.

Conclusión: El SEO es una inversión de bajo coste en relación al retorno que te puede dar y afecta positivamente sobre todo en tu marca y a la hora de posicionarte por encima de tu competencia.

Invierte en diseño, contenido y experiencia de usuario

Cuando una persona visita una página web tienes muy pocos segundos para llamar su atención y que se quede. En este sentido es importante tener fotos impactantes, combinaciones de colores que llamen la atención (siempre acorde a la marca) y mensajes claros que llamen a la acción. Junto con el SEO es la receta clave para una web exitosa.

Conclusión: El trabajo de diseño es un trabajo específico y lleva una estrategia de captación de clientes detrás, una página web bonita no significa más clientes, una página web que reúne, diseño, contenido y experiencia de usuario sí.

Añade links relacionados con tu negocio

Reúne links relacionados con tu negocio, no te puede faltar el de la tienda online ni el de la carta digital. Recuerda añadir enlaces a tus redes sociales para que tus clientes puedan tener la máxima información sobre tu negocio y retroalimentar todo el contenido que generes, tanto a redes sociales como a ventas online. Además aprovecha si has salido en medios para mencionarlos y que los mismo medios incluyan tu página web en sus artículos.

Conclusión: La página web debe ser el centro neurálgico donde reúnas toda la información importante o interesante relacionada con tu negocio. El mismo ejercicio de añadir links de redes sociales en la web deberás hacerlo al revés para que el tráfico sea recíproco y aumente la presencia online de la web.

Páginas web de terceros

Contra más presente estés en internet más posibilidades tienen de que te encuentren, en este caso es esencial:

- **[Google my business](#):** Aquí podrás poner fotografías de tu negocio y tu producto, así como informar a tus clientes de los horarios, enlaces a tu página de reservas y pedidos online, etc. Google my business está vinculado con google maps y te dará gran presencia online.

De forma secundaria puedes plantearte:

- El tenedor
- Tripadvisor
- etc

Sigue leyendo [Plataformas de food delivery](#)

☐ Sigue explorando la guía

Descubre el resto de la guía definitiva para digitalizar tu restaurante:

- [Tienda online para recogida y envío a domicilio](#) — Cómo presentar tus productos, informar bien a tus clientes y aumentar el ticket medio.
- [Comunicación y fidelización](#) — Cuándo y cómo comunicarte con tus clientes para que repitan y te recomienden.
- [Plataformas de food delivery](#) — Cómo sacarle partido a Glovo, Uber Eats y Just Eat sin depender solo de ellas.
- [Cuida tu marca](#) — Por qué tu marca puede pesar más que tu producto, y cómo medir su presencia online.
- [Invierte en marketing](#) — Redes sociales, marketing offline y publicidad de pago que realmente funciona.
- [Analiza tu negocio y toma acciones en base a datos](#) — Cómo medir tu negocio con datos y tomar mejores decisiones.