

Invierte en marketing

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



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

Redes sociales

No entraremos en detalle a qué redes sociales debes abrirte y cómo debes gestionarlas. Simplemente listaremos ciertos consejos para que no inviertas tu tiempo en acciones que no generan un retorno real a la empresa. Y sobre todo saber a qué público enfocarse según la plataforma.

- Enfócate en las redes sociales donde está tu audiencia.
- Diferénciate de tus competidores con una estrategia de marca y contenido propia
- Haz uso de la publicidad si quieres mejorar tu alcance
- Si no puedes abarcar todas las redes sociales simplemente empieza por la que más sentido tenga para tu negocio. Si no vas a poder dedicarle el tiempo necesario para generar contenido de calidad es mejor no abrir una cuenta ya que tenerla desactualizada da mala imagen. Mejor no tener que tener una cuenta «muerta»
- Utiliza influencers para dar a conocer tu negocio pero primero verifica su audiencia, posts, comentarios y seguidores. En ocasiones los perfiles suelen estar adulterados con falsos seguidores o comentarios de cuentas foodies que se retroalimentan entre ellos y por tanto no hay una interacción real de potenciales clientes/seguidores.
- Utiliza una herramienta tipo linktree o similar que puedas poner como directorio de enlaces interesantes de tu restaurante como: Pedidos a domicilio, reservas, página web o incluso blog.

Conclusión: Céntrate, no abarques y utiliza la publicidad al inicio para dar a conocer tu marca y producto, no olvides crear una estrategia de contenidos para poder crecer en el tiempo de manera orgánica/natural.

Marketing offline

A día de hoy casi toda la publicidad es digital pero hay estrategias que siguen funcionando perfectamente offline.

Crea flyers informando de tu negocio e incluso añade un código promocional para el primer pedido, de esta manera será más fácil adquirir clientes. No olvides invertir en un diseño atractivo y coherente con tu marca.

El marketing offline es efectivo puesto que la publicidad digital está totalmente saturada e impactar sobre un potencial cliente se hace cada vez más difícil.

Conclusión: El marketing offline es efectivo pero úsalo con cabeza, abarca un radio de acción que cubra tu área de reparto o céntrate en tu público objetivo, por ejemplo si son jóvenes, puedes impactar en la salida del metro de la universidad.

Marketing de pago

Ten en cuenta que el tráfico orgánico, es decir la forma natural por la que un potencial cliente puede encontrarte en internet puede ser complicado en las primeras etapas de tu negocio. Para ello no dudes en ayudarte de la publicidad de pago que te dará un mayor alcance hasta que tu negocio coja tracción, las principales plataformas para publicitarse son:

- Meta: Facebook + Instagram + Threads
- Google Ads

Conclusión: Elige la plataforma que más se adecúe a tu público, no inviertas cantidades desorbitadas, es mejor probar con presupuestos más pequeños y ver resultados. No olvides medir correctamente y enfocarte en una audiencia coherente dentro de lo que tu negocio puede ofrecer.

Para medir de verdad el resultado de estas campañas, recuerda instalar los píxeles de conversión en tu tienda online. Puedes ver cómo activarlos en [Integraciones de Marketing & Analytics](#).

Marketing de influencia

Es una forma de aumentar tu alcance en ciertas redes sociales sin pagar publicidad, no obstante analiza con cuidado cada uno de los perfiles ya que pueden tener números de seguidores generados por la compra de los mismos u otro tipo de líneas rojas que pueden

generar falsas expectativas

Conclusión: Al principio es importante reservar parte del presupuesto a marketing de pago que podrás ir reduciendo según vaya funcionando tu negocio.

Sigue leyendo [📖 Analiza tu negocio y toma acciones en base a datos](#)

📖 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.
- [Aumenta la presencia online](#) — Página web, SEO y plataformas como Google My Business para que te encuentren.
- [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.
- [Analiza tu negocio y toma acciones en base a datos](#) — Cómo medir tu negocio con datos y tomar mejores decisiones.