

ENERO

Objetivo del Mes

Mes de Visibilidad, Nuevos Comienzos y Base de Marketing

Bienvenido a tu plan estratégico de enero. Este no es solo el primer mes del año; es el momento en que tus clientes están buscando un nuevo comienzo, ya sea a través de la salud, el ahorro o simplemente volviendo a sus rutinas favoritas tras el caos festivo.

Enero suele verse como un mes difícil por la famosa "cuesta", pero para un estratega, es el mes de la **fideliación**. Mientras otros se quedan de brazos cruzados, nosotros vamos a construir la base de clientes que te acompañará todo el año.

El objetivo principal de este mes es posicionar tu local como el lugar que facilita la vuelta a la normalidad.

- **Enfoque:** Adaptarse al cambio de hábitos post-vacacionales (búsqueda de bienestar o ahorro) y recuperar el contacto con el cliente local que se alejó durante las fiestas.
- **Meta:** Incrementar la recurrencia. No buscamos solo que vengan una vez, sino que nos integren en su semana habitual.



1. Visibilidad y Presencia Online

a) Perfil de Empresa en Google

Darse de alta en el **Perfil de Empresa en Google** es la acción de este tipo que primero deberías hacer porque es el puente directo entre la búsqueda de un usuario ("bar cerca de mí") y tu puerta física. Es el activo que genera mayor **confianza inmediata** y visibilidad gratuita en el buscador más usado del mundo.

Si ya estás dado de alta aprovecha para actualizar la información o date de alta en otras de las propuestas que tienes en la guía en este mismo apartado.

Guía rápida de alta (Paso a paso)

01	02	03	04
Acceso	Nombre y Categoría	Ubicación	Contacto
Entra en https://business.google.com/es/business-profile/ e inicia sesión con la cuenta de Gmail de tu negocio.	Introduce el nombre comercial exacto y selecciona una categoría precisa (ej: Restaurante o Bar).	Añade la dirección física para que aparezcas en Google Maps. Si solo haces envíos, marca tu zona de servicio.	Introduce tu número de teléfono y la URL de tu sitio web para facilitar las reservas o pedidos.
05		06	
Verificación		Optimización	
Google te pedirá verificar que el negocio es tuyo (normalmente mediante un código por correo postal, teléfono o vídeo del local).		Sube fotos de alta calidad de tus platos y local, y añade tu horario comercial actualizado.	

b) Nota de Prensa: "El Plato que Vence a la Cuesta"

Vamos a contactar con medios locales (revistas digitales de ocio o periódicos de tu ciudad).



El Gancho


Presenta un menú o plato diseñado específicamente para ser nutritivo, reconfortante y económico, ayudando a los vecinos a superar la "cuesta de enero" sin renunciar a salir.



Acción

Envía un email personalizado a 5 periodistas locales. Adjunta 3 fotos profesionales (una del plato, una del interior del local con gente y una del equipo sonriendo).

2. Redes Sociales

 No satures. Publica **4 veces por semana** con contenido que respire autenticidad.

Calendario

Semana 1

- **Propósitos de Año Nuevo:** Pregunta a tu audiencia qué esperan de este año. Muestra un rincón tranquilo de tu local ideal para "volver a empezar".
- **El "Detrás de Cámaras" de la limpieza:** Muestra cómo dejas el local impecable tras las fiestas. La limpieza genera confianza inmediata.

Semana 2

- **Presentación del equipo:** Elige a un empleado y cuenta qué es lo que más le gusta de trabajar allí. Humaniza la marca.
- **El Plato Saludable vs. El Plato Capricho:** Un carrusel comparando tu opción más fit y tu opción más reconfortante (comfort food). Deja que ellos elijan en comentarios.


Semana 3

- **Día de la Croqueta (16 de Enero):** Post imprescindible. Muestra el interior cremoso de tu croqueta estrella.
- **UGC (Contenido de clientes):** Republica una foto bonita que un cliente haya subido etiquetándote. Agradece públicamente.

Semana 4

- **Recomendación del Jefe:** Un post donde el dueño recomienda un maridaje o un rincón específico del local para leer o trabajar (si tu negocio está pensado para ello).
- **Adelanto de Febrero:** Un pequeño "teaser" o pista de lo que vendrá para San Valentín.

3. Contenido en Vídeo

 **Nota:** ver Plataformas Recomendadas en esta sección en la Guía.

Recuerda: No necesitas producción profesional.

Duración ideal: 10–20 segundos.

Publica: 1–2 videos por semana.

- Ideas de videos -

1 El Sonido de la Mañana

Un clip de 10 segundos del café saliendo, el sonido de la leche espumada o el pan crujendo. Sin música, solo sonido ambiente (ASMR). Transmite calma.

2 Cómo se hace nuestro guiso

Graba 4 clips rápidos: picando verdura, el fuego, el hervor y el emplatado.

Únelos con una música tendencia. Muestra que cocinas de verdad.

3 El equipo saludando

Un vídeo muy corto de todo el staff diciendo "¡Feliz año, te esperamos!".

Genera cercanía inmediata.

4. Email Marketing / Whatsapp

Las redes sociales cambian. Tu lista de email **es tuya para siempre**. Mira esta sección en la guía para saber cómo crear un boletín o sigue algún tutorial de YouTube.



Asunto del Email

"Sobrevive a enero con nosotros (y un regalo sorpresa)".



Contenido

Un mensaje honesto sobre cómo ha empezado el año para el negocio.




El Gancho

Ofrece un "Pasaporte de Enero". Si vienen 3 veces este mes, la cuarta comida/cena tiene un 50% de descuento o una botella de vino gratis.



Captación

Coloca un QR en cada mesa con el texto: "Únete a nuestro club de amigos y recibe un café/caña gratis hoy mismo".

 **Tu lista de contactos es oro.** Si no tienes una, enero es el mes para empezar.

5. Tu Web

Este mes la acción de optimización es: **Actualización del Menú y SEO Local.**



Acción Técnica

Sube tu menú en formato texto (no solo una imagen o PDF). Google no puede leer bien el texto dentro de una imagen. Esto ayudará a que cuando alguien busque "restaurante con menú vegano en [tu ciudad]", tu web aparezca.



Botón de Acción

Asegúrate de que el botón de "Reservar" o "Llamar" sea lo primero que se vea al entrar desde el móvil. un botón claro y visible en la parte superior (cabecera) que diga "Reservar Mesa" o "Pedir a Domicilio".

6. Promociones y Campañas

Campaña: "Menú Energía para el Trabajador"

Diseña una promoción enfocada a quienes vuelven a la oficina o al trabajo tras las vacaciones.

La Oferta

Un menú de mediodía cerrado, rápido y nutritivo, que incluya una opción "Detox" (ensalada completa + proteína a la plancha) a un precio muy competitivo.

Objetivo

Llenar el local en horas valle y convertir a los trabajadores de la zona en clientes recurrentes.

7. Producto Especial/Temporada

"El Guiso del Mes" (Hemisferio Norte) o "La Ensalada de Cosecha" (Hemisferio Sur)

Concepto

Un plato que use el producto más económico y fresco de la temporada (ej. alcachofas, legumbres o frutas tropicales según tu zona).

Venta

No lo pongas simplemente en la carta. Haz que los camareros lo recomienden activamente como "la especialidad de enero del chef" para transmitir exclusividad.

8. Colaboraciones Locales / Networking

El Combo "Propósitos de Enero"



Colaborador

Busca un gimnasio, centro de crossfit o yoga, o coworking cercano.



La Idea

Ofrece a sus socios un 10% de descuento en sus almuerzos saludables en tu local si presentan su carnet del gimnasio. Ellos colocan un pequeño cartel de tu negocio en su recepción y tú haces lo mismo con el suyo.



Beneficio

Es el pico anual de inscripciones. La gente busca menús saludables, bowls nutritivos y opciones "detox" tras los excesos navideños. Te diriges a un público que ya está en "modo enero" (cuidándose) y que está físicamente cerca de ti.

9. Fechas Interesantes



Utiliza estas fechas para crear momentos especiales sin gastar apenas dinero:

6 de Enero (Reyes Magos)

Ideal para un último empujón festivo con un postre especial.

16 de Enero (Día Internacional de la Croqueta)

¡Es tu Super Bowl! Crea un "Trío de Croquetas" especial solo para este día. Es el contenido más viralizable en España e Hispanoamérica.

20 de Enero (Blue Monday - El día más triste del año)

Lanza una promoción de "Tapa Gratis con tu bebida para alegrarte el lunes".

10. Acción Especial del Mes

Para enero, vamos a enfocarnos en dos pilares: la **Experiencia del Cliente** y las **Reseñas**.

a) El "Tarjetero de la Suerte" (Experiencia de Cliente)



Idea

Durante la segunda semana de enero, entrega con la cuenta un sobre pequeño cerrado que diga: "No abrir hasta tu próxima visita".



Dentro

Habrà un premio sorpresa (un postre gratis, un descuento del 15%, un café...).



Regla

El premio solo es válido si vuelven antes de que termine febrero. Esto asegura que el cliente que te visitó en enero, regrese pronto.

b) La "Caza de la Reseña Sincera" (Generación de Reseñas)



Idea

Crea una tarjeta física sencilla que diga: "¿Te ha gustado volver a casa? Ayúdanos a que otros nos encuentren".



Ejecución

Entrénala con el personal. Cuando vean a un cliente habitual que parece satisfecho, que le entreguen la tarjeta y le pidan personalmente el favor: "Tu opinión nos ayuda mucho a empezar bien el año". La petición personal multiplica por diez la probabilidad de que dejen la reseña.

Reflexión del Mes

Enero no es un mes para esperar a que el teléfono suene. Es el mes para **salir a buscar al cliente con honestidad y platos que reconforten el alma y el bolsillo**. Si aplicas estas pequeñas acciones constantes, estarás sembrando el éxito de toda la primavera. ¡A por ello!