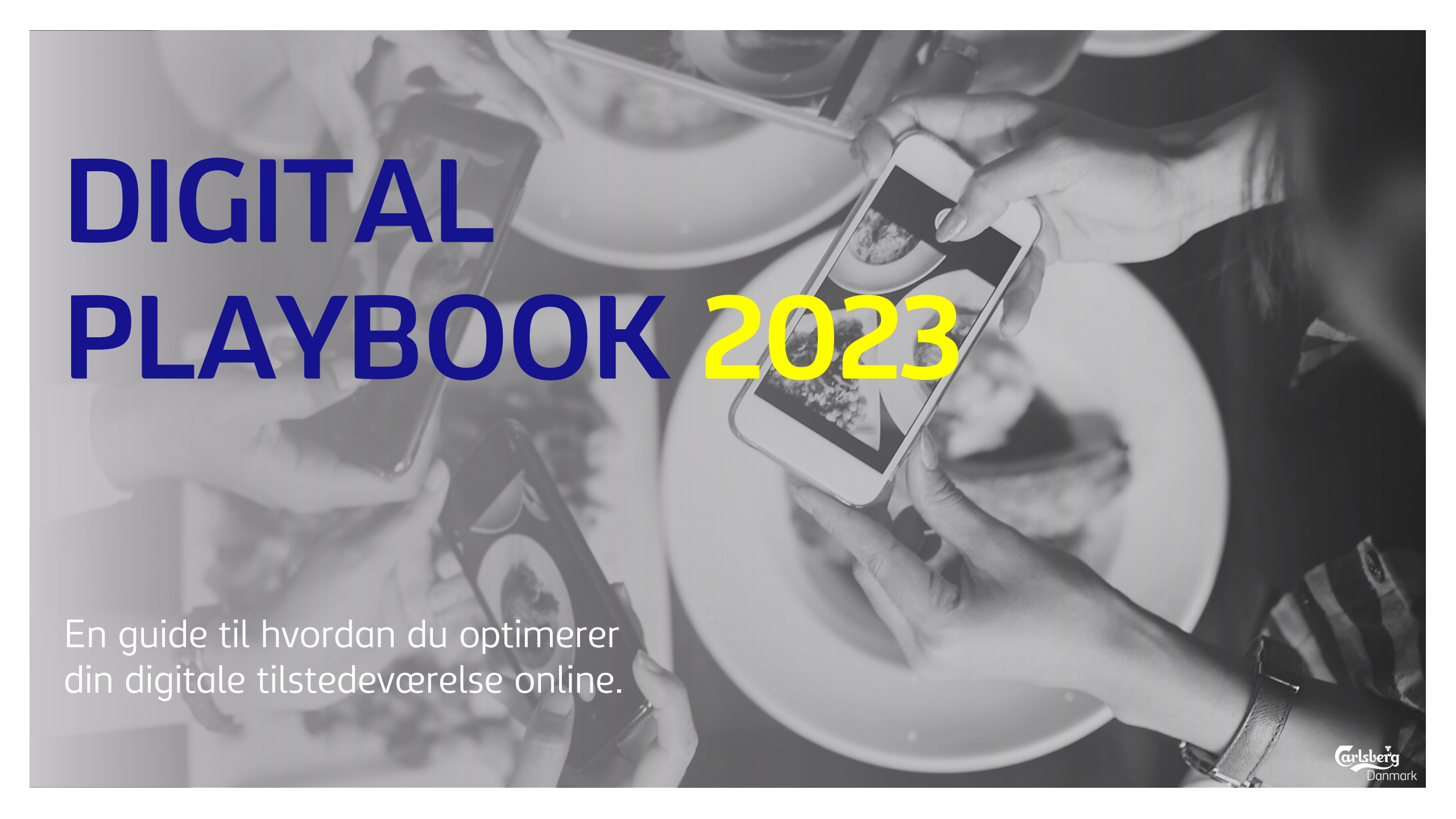




DIGITAL PLAYBOOK 2023

En guide til hvordan du optimerer
din digitale tilstedeværelse online.

INDHOLD

INTRODUKTION

Baggrund & formål
Hvad er en Playbook

1. FØR GÆSTEBESØG

Fix the basics – website
Fix the basics – Google
Fix the basics – SoMe
Fix the basics – Post Office

2. UNDER GÆSTEBESØG

Fix the basics – digitalt menukort

3. EFTER GÆSTEBESØG

Fix the basics – service

INTRODUKTION

BAGGRUND & FORMÅL



Fra Corona - til energikrise – men lys i mørket

En ulykke kommer sjældent alene – lyder et gammelt mundheld. Og med krigen i Ukraine, skyhøj inflation og en efterfølgende energikrise har mundheldet i den grad påvirket hele restaurationsbranchen.

Der er dog lys i mørket. Trods inflation og et mindre rådighedsbeløb blandt forbrugerne, måles der stadig en fremgang i forhold til før coronakrisen. I de første 2 uger af august 2022 blev der målt en fremgang på hele 29% sammenholdt med samme periode i 2019. Men ingen tvivl om, at forbrugerne vil skære ned på restaurantbesøg i de kommende måneder.

Og med færre kunder er det endnu vigtigere, at du styrker dit brand og din forretning gennem digitale indsatser. Hvis du ikke allerede er i gang, er nu et godt tidspunkt.

Historisk set har brands med højt kendskab klaret sig bedre i økonomiske svære tider, fordi forbrugerne har tillid til det, de kender frem for at prøve nyt. Vær præcis i din kommunikation og budskaber og ikke mindst genkendelig. Genbrug posts, der har vist høj performance, og twist budskabet en smule.

God fornøjelse!

HVAD ER EN

DIGITAL PLAYBOOK?

En guide til optimering af din digitale tilstedeværelse

Formålet med denne digitale guide er at skabe et samlet overblik – som et opslagsværk til dig som Carlsberg-kunde, der vil i gang med at optimere din digitale tilstedeværelse.

Guiden har fokus på simple optimeringsmuligheder, så du har mulighed for at skabe mere og bedre kendskab til din bar, værtshus, café, restaurant, hvilket vil lede til mere trafik. Ligeledes vil vi guide dig til, hvordan du kan bruge digitale værktøjer til at øge din omsætning pr. gæst samt at sikre, at de kommer igen.

Playbooken indeholder:

- Indsigter omkring digitale trends
- Anbefalinger til løsninger – Fix the basics

1. FØR GÆSTEBESØG

[Alt det du skal have styr på digitalt: Før gæsten ankommer eller blot, hvis du ønsker, flere gæster besøger dit sted...]



1 For gæstebesøg

FIX THE BASICS

WEBSITE

Hvor finder dine gæster informationer om dig?

Oftest er din hjemmeside det første indtryk, potentielle gæster får af dig, så det er vigtigt, at den er opdateret. Hvis din hjemmeside loader langsomt, ikke har den nødvendige information, ikke er tilpasset mobil (responsiv), så kan det irritere dine besøgende, så de bliver mindre tilbøjelige til at anbefale dig til andre.

Det er derfor vigtigt, at du som minimum har en helt basic og standard hjemmeside med:

- Forside
- Kontakt
- Om os
- Find vej (Google Maps kortintegration)

HUSK! Hvis ikke du har en hjemmeside, så findes du ikke på Google.





80%

af alle danskere
søger information
online via Google

Løsning:

Optimer funktionaliteter på din hjemmeside

1. Upload menuer online og sørg for, at de er opdaterede i forhold til den fysiske.
 - Læg menuen på forsiden
 - Lav sammensatte menuer med drikkevarer
 - Opdel drikkevarer og menuer i kategorier
 - Gør det muligt for gæster at forudbestille
2. Online booking er et must-have på hjemmesiden. Find en udbyder/funktion, der passer til din hjemmeside og behov.
3. Kontaktoplysninger – hav alle nødvendige kontaktoplysninger på forsiden:
 - Telefonnummer
 - Åbningstider
 - Google Maps (integration)

Kilde: <https://shop.carlsbergdanmark.dk/Take-away/salg-via-sociale-medier/Google-Business-Profile>

FIX THE BASICS

GOOGLE

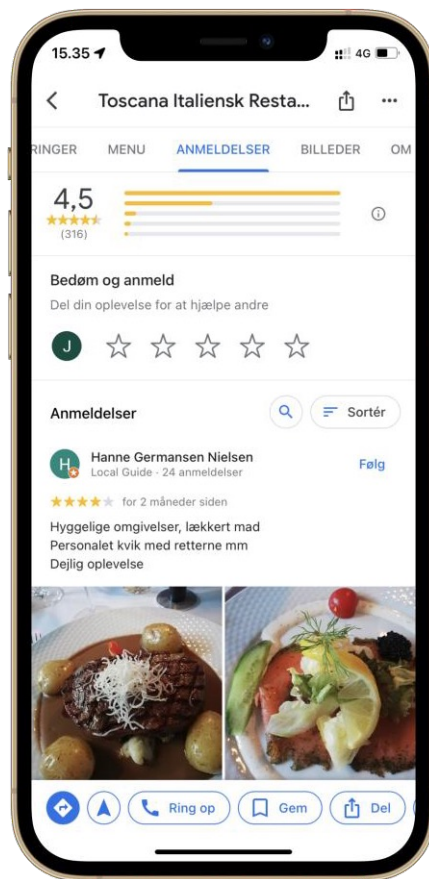
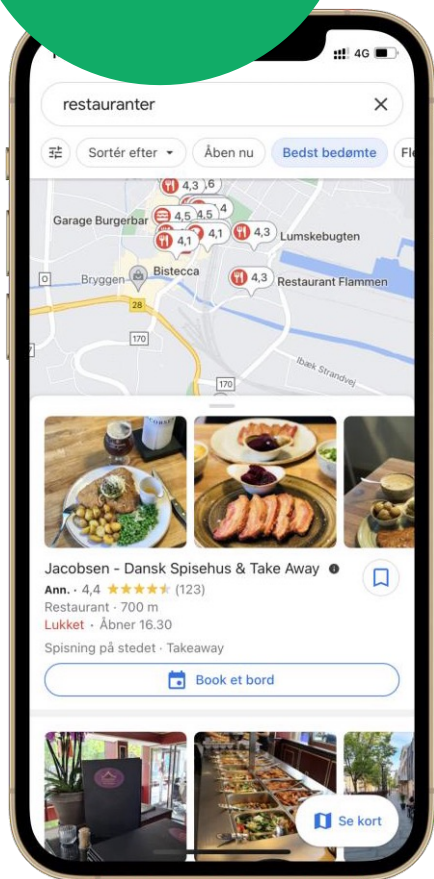
Optimer din indsats på Google

Som bar, café, værtshus, restaurant er det vigtigt at have en aktiv og relevant tilstedeværelse på sociale medier. Det er her gæster/brugere/besøgende finder deres inspiration, læser anmeldelser, finder information og interagerer med spisesteder, barer, værtshuse osv. Hvis ikke du er tilstede, så 'eksisterer' du ikke.

Udviklingen af Google Maps og den klassiske søgemaskine har gjort Google til den vigtigste aktør, når det kommer til at opdage og finde nye spisesteder, barer og oplevelser for både lokale og turister.



Google-søgningerne
"Hvor kan jeg købe"
& "Tæt på mig" er
steget med
200%



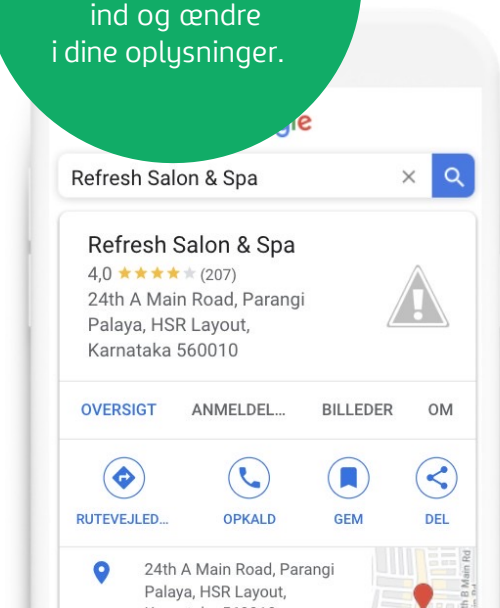
Indsigt:

Dine gæster søger efter spisesteder/barer i nærheden

Google er den mest anvendte søgemaskine til at finde frem til nærmeste, bedste, mest populære restaurant, bar, værtshus eller café, så det er vigtigt, at du er synlig på Google.

Har du nye produktbilleder eller nyheder på menuen, er dine åbningstider blevet ændret eller har du nogle nye tiltag i forbindelse med servering og besøg? Så er det Google, du skal opdatere, for at dine gæster ser det.

Du kan altid opdatere og redigere din profil, ved at logge ind og ændre i dine oplysninger.



Find og administrer din virksomhed

🔍 Angiv virksomhedens navn

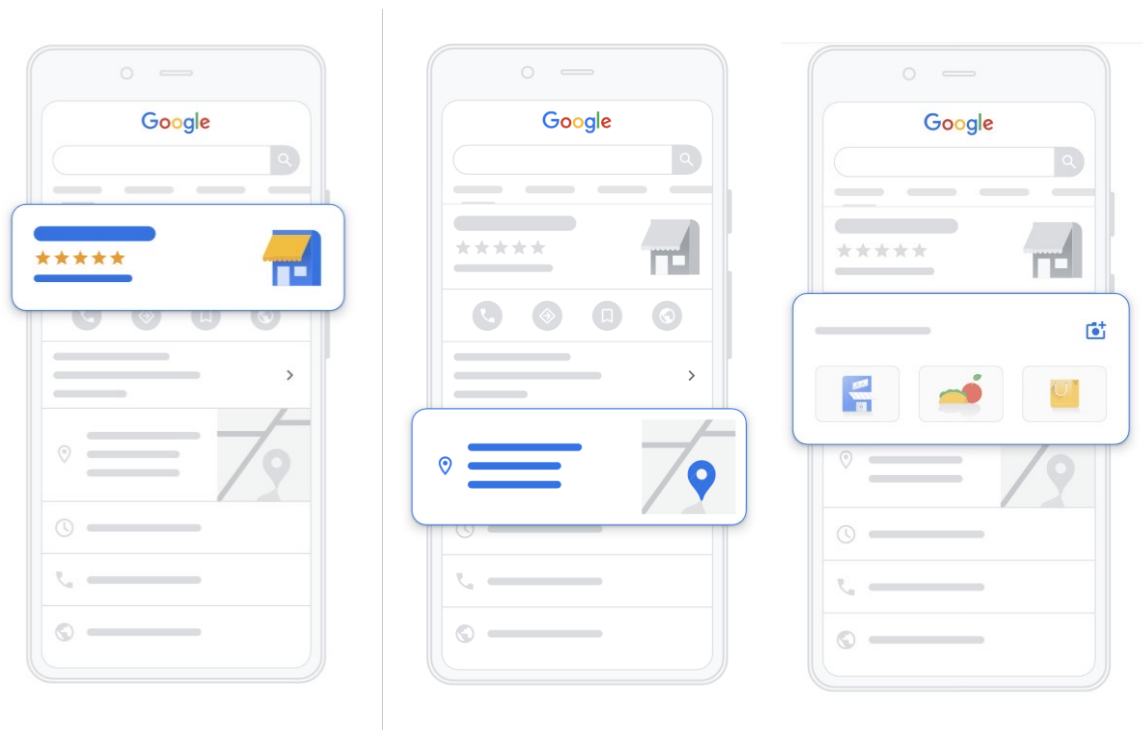
Kan du ikke finde din virksomhed?

[Tilføj din virksomhed til Google](#)

Løsning:

Gør dit spisested/bar synlig via Google My Business

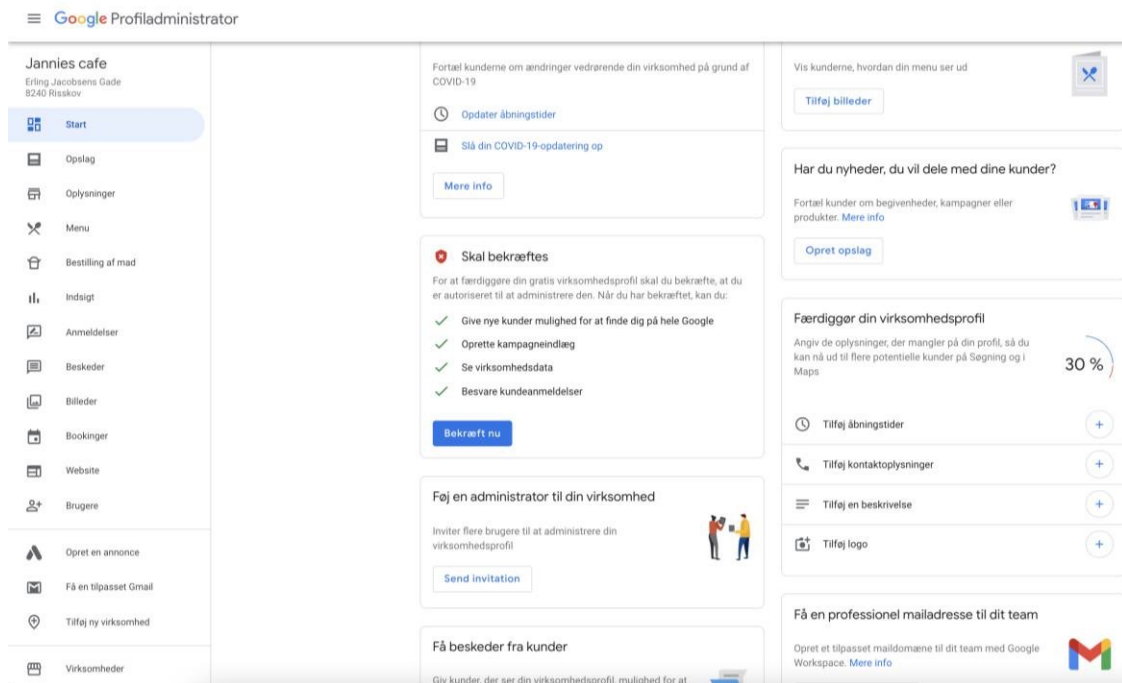
1. Gå ind på <https://www.google.com/business/> og klik på "Administrer min profil nu".
2. Log ind med din eksisterende Google virksomhedsprofil eller opret en ny.
3. Find og administrer din virksomhed ved at indtaste navnet på din café, restaurant, værtshus, bar osv.. Hvis ikke din virksomhed dukker op, så tilføj den ved at udfylde felterne.
4. Tilføj lokation og kontaktoplysninger ved at udfylde adressefelterne. HUSK! At udfylde en web-adresse, hvis du har en hjemmeside.



Løsning:

Gør dit spisested/bar synlig via Google My Business

5. Bekræft, at du er “ejer” af virksomhedsprofilen ved at indtaste dig selv som kontaktperson.
6. Udfyld åbningstider og sæt flueben ved de dage, du har åbent. Du kan altid ændre det, fx ved lukning pga. ferie.
7. Tilføj beskedfunktion, og giv dine gæster mulighed for at sende meddelelser til dig direkte på Google.
8. Tilføj muligheder for spising, levering, afhentning, kontaktfri levering m.m.



Løsning:

Gør dit spisested/bar synlig via Google My Business

9. Lav en beskrivelse og giv flere oplysninger om din virksomhed:

Ting, du bør inkludere:

- Det, som du tilbyder.
- Hvad der adskiller dig fra alle de andre.
- Din historik.
- Andet, der kan være nyttigt for gæsterne at vide.

10. Tilføj billeder af din menu, dine retter og drikkevarer. Og sørg for, at det er lækre billeder.

11. Google-annoncering er for dig, der gerne vil have endnu mere synlighed og ligge øverst på Google-søgninger. Hvis du vil vide mere om Google Ads, så klik her:

https://ads.google.com/intl/da_dk/home/

Du finder hele dit overblik i Google profiladministrator, hvor du altid kan ændre i informationer eller slette din virksomhedsprofil fra Google.

FIX THE BASICS

SoMe

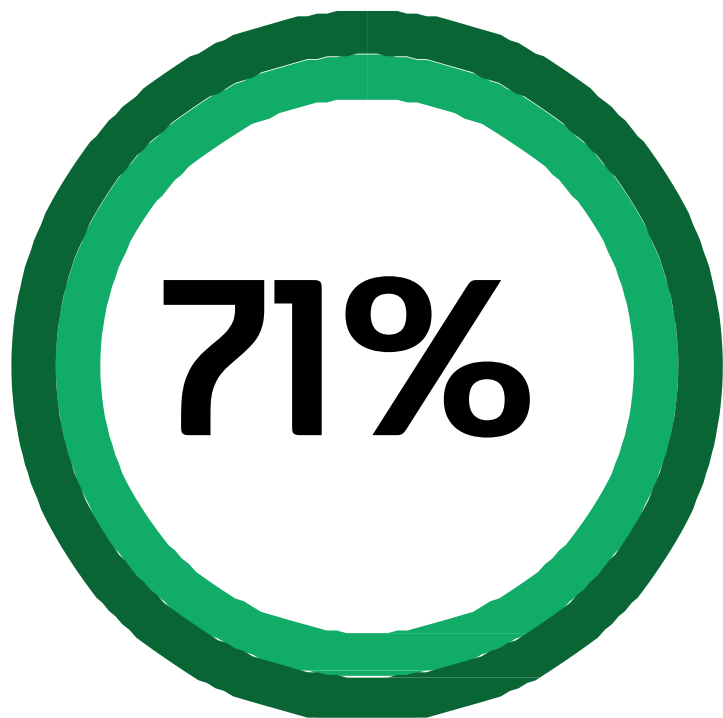
Optimer din indsats på SoMe

Lige så vigtigt det er at være tilstede på Google og websitet, lige så vigtigt er det, at du skaber (brand)genkendelighed på sociale medier. Det er vigtigt, at du gør dig tanker om:

- Indhold – tekster, video og billeder
- Kundeservice (community management)
- Tone of Voice (hvordan taler vi og svarer vi?)

Det er vigtigt, at du er konsekvent. Er du ikke tro mod din egen forretning og dit brand – så kan gæsterne heller ikke være det.





71% af danskere, der følger et brand eller en virksomhed på sociale medier har tilkendegivet, at de er mere tilbøjelige til at købe deres produkt.

Indsigt: **Hvem er din målgruppe på digitale medier?**

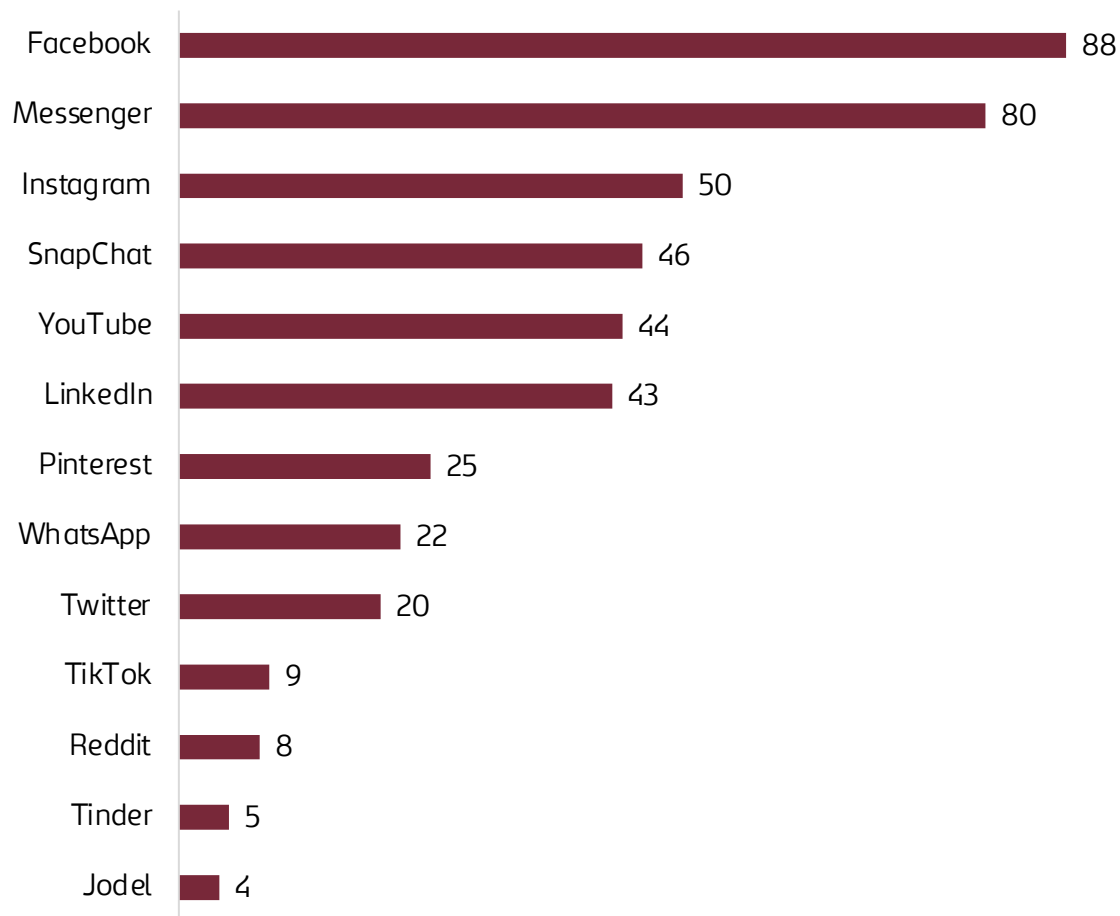
Danskere i alderen 20-29 år er den aldersgruppe, som i gennemsnit gik mest ud på værtshuse, barer, restauranter og cafébesøg (hele 135 gange) i 2019. Til sammenligning gik personer over 65 kun ud i gennemsnit 30 gange.

Det er helt sikkert ikke den aldersgruppe, som bruger flest penge pr. besøg, men på grund af deres hyppige besøg er de værd at tænke ind i din markedsføring.

De 20-29 årige er primært til stede på Instagram og Facebook, så vi anbefaler, at du starter med at bruge dine kræfter her.

Engagerede følgere og fans er dobbelt så tilbøjelige til at købe produkter fra et brand eller virksomhed end dem, der ikke føler sig engagerede.

DANSKERE MED EN PROFIL PÅ SOCIALE MEDIER I 2020 (%)



Kilde: Kantar Gallup/Social Media Life 2020

Indsigt:

Vær tilstede og vær relevant...

Social tilstedeværelse skaber loyalitet

88% af den danske befolkning er på Facebook, og det er især blandt de 35-64-årige, man ser den højeste aktivitet. Derfor bør denne målgruppe være en vigtig del af din digitale marketingindsats.

Det er blevet normalt blandt de fleste danskere at slå et spisested eller en bar op på de sociale medier, før de bestemmer sig for, om de vil besøge den.

Førstehåndsindtrykket betyder meget, så derfor er det vigtigt at din virksomheds Facebook- og Instagramprofil giver det rette indtryk og har alle de rigtige oplysninger.

Sørg for at være relevant, være aktiv, besvare alle henvendelser og få folk til at engagere sig (like, kommentere, dele) – så kommer du længst med din indsats.



1. Før gæstebesøg

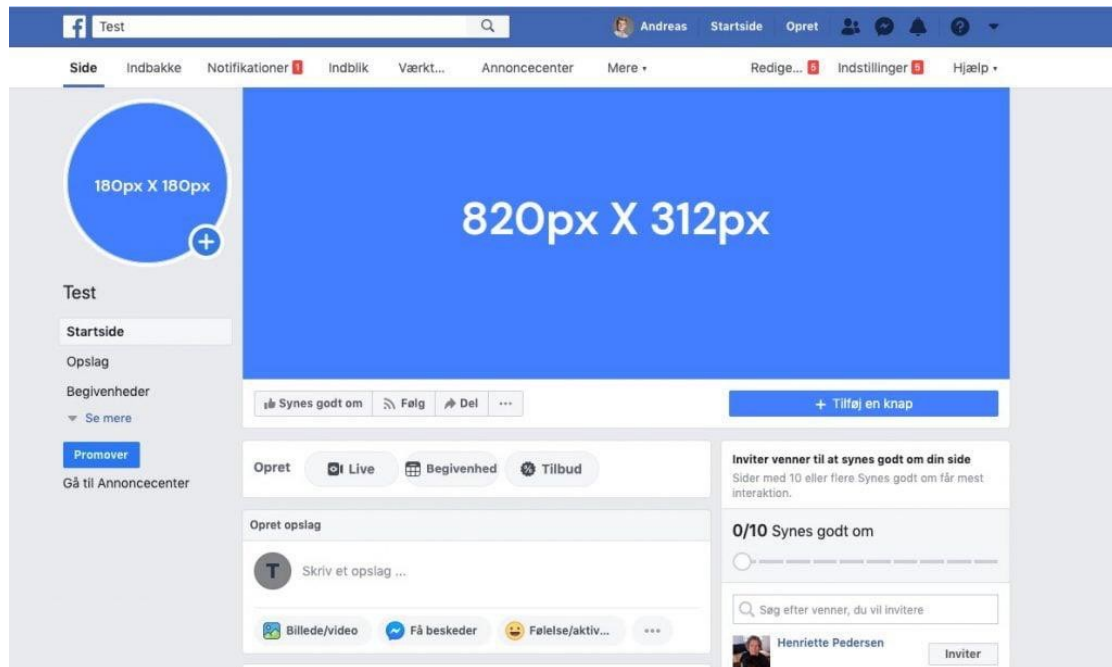
Du kan tilføje billeder, kontaktoplysninger og andre oplysninger, efter du har oprettet siden.

Løsning:

Opret en Facebook-side

Hvis du ikke allerede har en Facebook-side for din "virksomhed", dvs. en professional Facebook-side for din restaurant, café, bar, værtshus osv., så skal du starte med at oprette den. Har din virksomhed allerede en Facebook-side, springer du blot denne side over.

1. Opret en Facebook-side
(<https://www.facebook.com/pages/creation>)
2. Din Facebook-side vil knytte sig til den profil, der opretter den = administrator, men du kan altid tildele sideroller til dine kollegaer/ansatte og gøre andre til administrator.
3. Giv din Facebook-side et navn. Brug navnet på din bar, din kæde eller din café – se hvilke regler, der gælder for navngivning
(www.facebook.com/help/519912414718764/?helpref=uf_share)
4. Vælg en kategori – du kan tilføje op til 3.
5. Lav en beskrivelse, der fortæller hvem du er og hvad du kan tilbyde.



Løsning:

Opdater din Facebook-side

Det er vigtigt, at de gæster som besøger din Facebook-profil, får indtryk af, at der er liv på din bar, værtshus, café eller restaurant. Lav et opslag op om menu-ændringer, om en af dine signatur-retter eller om events, du afholder.

1. Opdater med:
 - Telefonnummer
 - E-mailadresse
 - Link til hjemmeside, hvis du har en
 - Åbningstider
 - Chatbot (kundeservice, hvis relevant: kræver ekstra indsats. Søg selv mere info herom)
2. Indsæt vellignende og gode billeder af dit sted og dine retter/tilbud – se afsnittet om Visuelt indhold.
3. Lav opslag på Facebook og Instagram regelmæssigt, min. 2-3 gange pr. uge.
4. Besvar alle spørgsmål og kommentarer og like gerne brugernes opslag.

Du kan ændre kontaktoplysninger og andre oplysninger, efter du har oprettet din profil.

Instagram

Opret en profil for at se billeder og videoer fra dine venner.

 Log på med Facebook

ELLER

Personer, der bruger vores tjeneste, kan have overført dine kontaktoplysninger til Instagram.
[Læs mere](#)

Når du opretter en profil, accepterer du vores **vilkår**. Læs om, hvordan vi indsamler, bruger og deler dine data i vores **politik om beskyttelse af personoplysninger** samt om, hvordan vi bruger cookies og lignende teknologi i vores **politik om cookies**.

Næste

Løsning:

Opret en Instagram-profil

Har din virksomhed allerede en Instagram-profil, så spring bare denne og næste side over. Ellers følg med her og se, hvordan du opretter en professionel Instagram-profil til din café, restaurant, bar eller værtshus.

1. Når du opretter en virksomhedsprofil på Instagram, skal du først oprette personlig profil, som så ændres til en virksomhedsprofil. Se hvordan du gør her:
<https://www.facebook.com/business/help/502981923235522>
2. Giv din Instagram-profil et godt navn. Brug fx navnet på din bar, din kæde eller din café.
3. Vælg den kategori, der bedst beskriver din virksomhed.
4. Udfyld din profil og fortæl lidt om dit sted i bioteksten. Lad dig gerne inspirere af andres profiler.

Skab trafik
med
YouTube



YouTube

Indsigt:

Brug YouTube til targeted indhold

YouTube er verdens andenstørste søgemaskine (Kun Google er større). Derfor kan du med fordel bruge YouTube til målrettede og 100% målrettede (targeted) indsatser.

Med reklamer på YouTube kan du generere flere besøgende til dit sted.

YouTube-reklamer er et noget billigere alternativ end fx TV- og biografreklamer.

Hvis du vil drive targeted indsatser via YouTube, vil vi anbefale, at du tager kontakt til lokale eksperter på området for at drive indsatsen sikkert i land.



1. Før gæstebesøg

Lav
omkostning
Stor effekt...



Løsning:

Brug Youtube til targeted indhold

Du bør bl.a. være opmærksom på at:

- Oprette en YouTube-kanal til dit sted eller tage ejerskab over den eksisterende.
- Bruge din kanal fokuseret til målrettede indsatser, der fx kan drive trafik til dit sted på dage eller i tidsrum, hvor der er lav belægning.
- Producere reklamen/filmen i høj opløsning og få evt. hjælp til at sikre, at den bliver professionel og opnår en høj standard, der matcher dit sted.

Tips og venlig info:

- Du styrer 100%, hvornår reklamer på YouTube afspilles og/eller hvem de rammer.
- Brugere på Youtube kan tvinges til at se din reklame for at komme videre.
- Du betaler kun, når nogen vælger at se din reklame.



Indsigt:

Godt indhold tiltrækker flere gæster

Jo bedre og mere engagerende dit indhold er på sociale medier, jo flere følgere og gæster kan du tiltrække.

Hvad er så godt indhold?

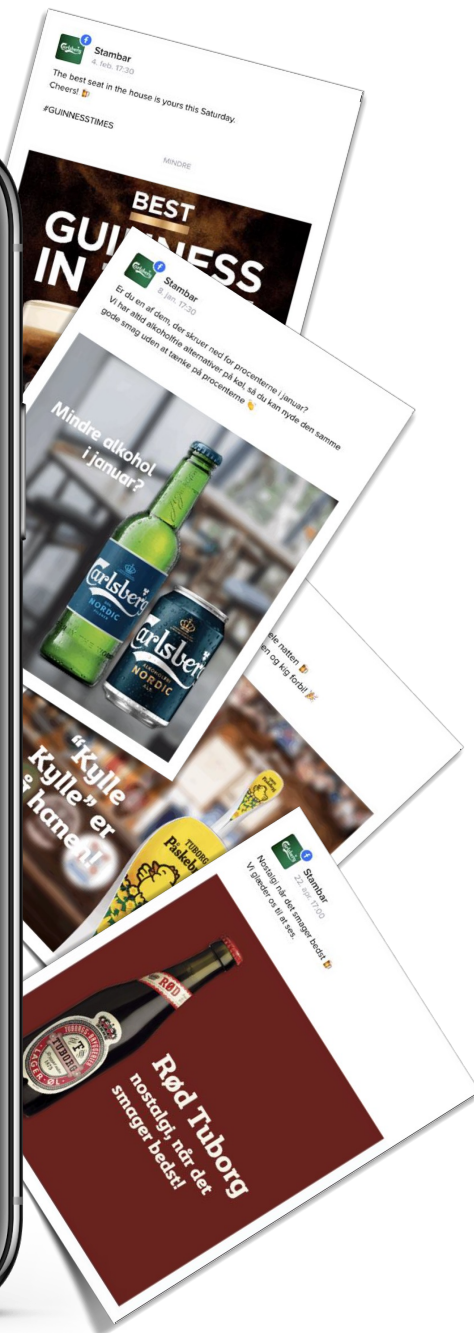
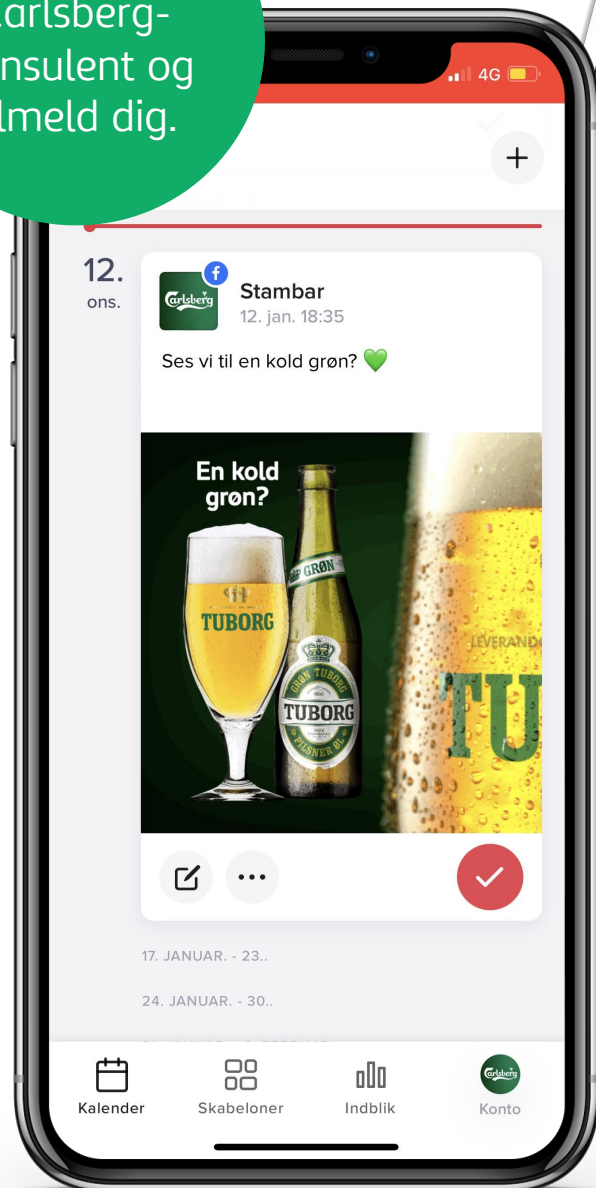
Godt indhold er noget, der skaber blikfang og mundvand eller måske får gæsterne til at trække på smilebåndet.

Godt indhold engagerer. Inkluder en call-to-action, fx "se mere på vores hjemmeside" eller "fortæl os, hvordan du bedst kan lide din pizza".

Det kan dog kræve en del tid at lave tekst og billeder eller videoer til opslag på din Facebook- og Instagramside. Derfor har vi oprettet et Carlsberg Post Office, hvor du kan hente materiale, og så giver vi nogle tips til dig, der gerne vil gøre det selv.

Kilde: <https://www.kommpress.dk/saadan-laver-du-fantastisk-indhold-til-dine-sociale-medier/>

Kontakt din
Carlsberg-
konsulent og
tilmeld dig.



Løsning:

Få hjælp fra Carlsberg Post Office

Post Office er et system, der hjælper dig med at få flere og bedre opslag ud på sociale medier, uden at du skal bruge tid eller kræfter.

Du får adgang til færdiglavede opslag, som med et enkelt klik kan deles på din Facebookside og Instagram.

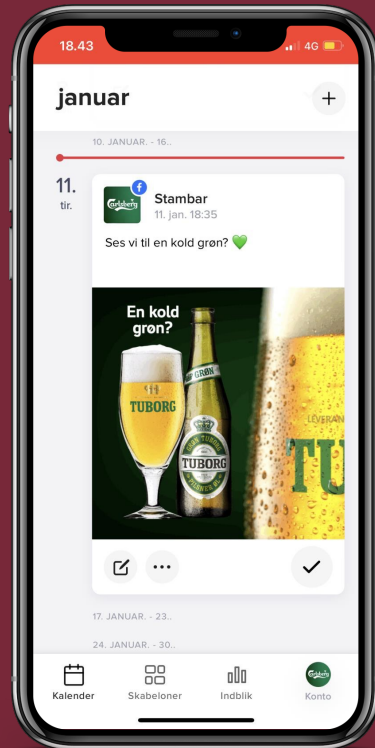
Post Office er bygget op som en kalender. Nye opslag lægges ind i takt med, at nye kampagner eller produkter lanceres.

Masser af fordele

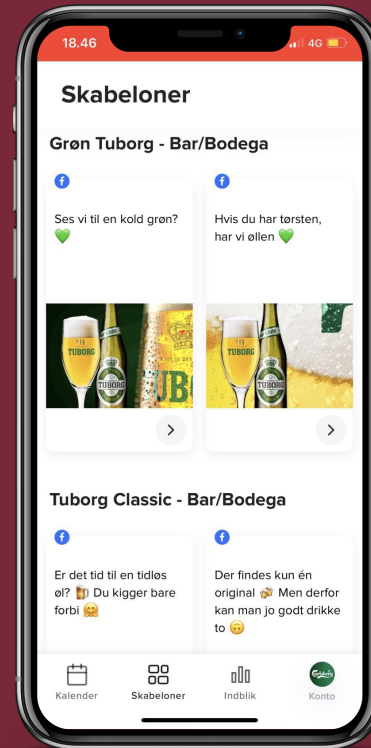
- Omkostning til systemet samt indholdet dækkes af Carlsberg og har en årlig værdi på over 8.500 kr.
- Brugere af Post Office oplever at bruge 50% mindre tid på at lave indhold til sociale medier.
- Med præ-lavet indhold, får du nemt gratis eksponering og masser af markedsføringsværdi.
- Ved at være synlig overfor dine kunder kan du forvente mere trafik og bedre salg på kampagner.

Se mere på CarlsbergOnline.dk

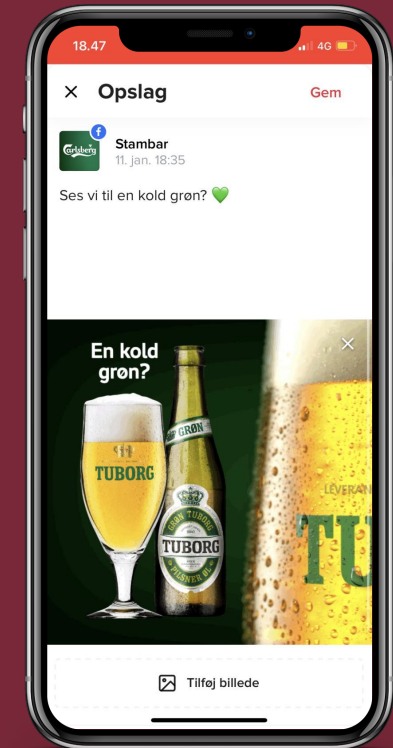
Brug Post Office til ...



Spar tid ved at bruge de planlagte opslag, som du kan godkende med ét klik.



Gå på opdagelse i Skabelonbiblioteket, hvis du vil have endnu flere opslag.



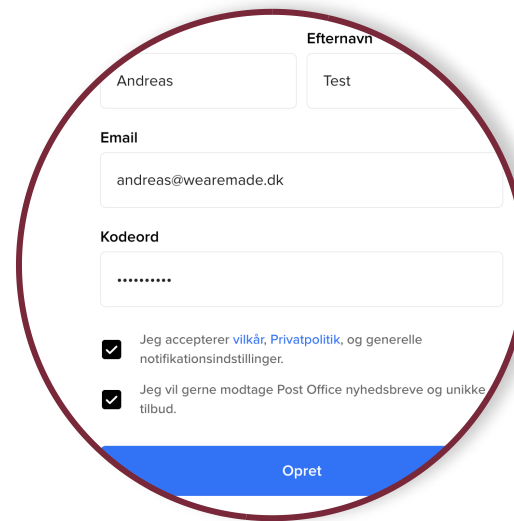
Lav dine egne opslag fra bunden eller tilpas det eksisterende.

Kom i gang på 5 minutter



Trin 1:

Du modtager en e-mail med en invitation til at oprette din bruger. Din bruger knyttes automatisk til din lokation/forretning.



Trin 2:

Du opretter din bruger med en valgfri e-mail og kodeord.



Trin 3:

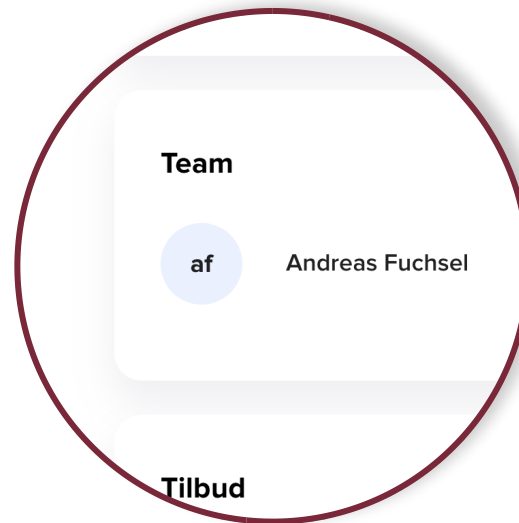
Hvis din lokation er ny, bliver du bedt om at tilknytte din Facebookside og/eller Instagram, så vi kan sende indholdet ud for dig. Herefter er systemet klar til brug 👍

Tips til Post Office



Føj til hjemmeskærm

På de fleste telefoner, kan man lave en genvej til Post Office direkte på startskærmen. På den måde har du altid hurtig adgang.



Inviter en kollega

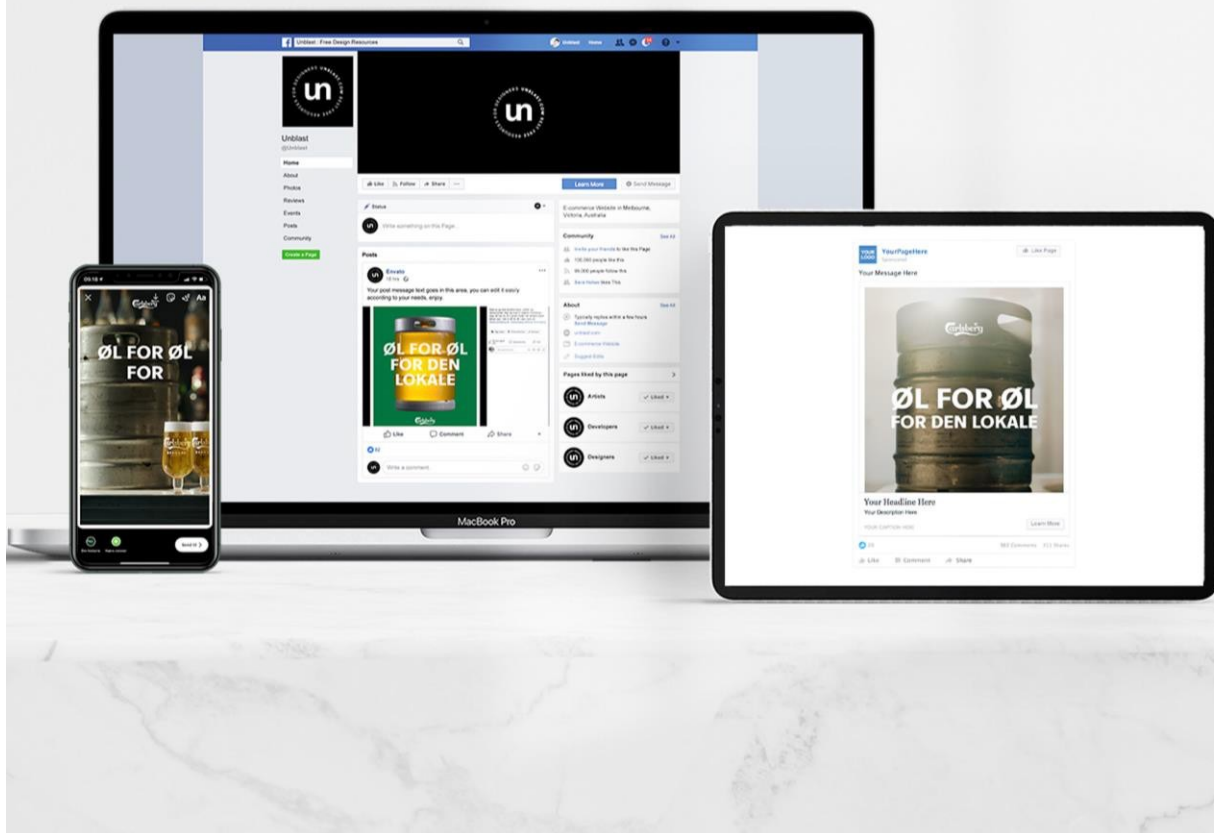
Under “Konto”, under dit profilbillede, får du adgang til dine indstillinger. Her kan du invitere en kollega, så I er flere om arbejdet.



Tilpas tekster og billeder

Dine opslag får flere visninger og likes, hvis du tilpasser teksten og udskifter billederne, så de passer til din lokale stil og tone.

Din tekst på billeder
må maks. udgøre
20%



Løsning:

DIY: Sådan kommer du i gang – visuelt

1. Inkluder produkter i dine billeder og videoer til annoncering.
2. Brug et godt kamera og rigtigt lys – en smartphone kan i nogle tilfælde være udmærket til stories og reels til Facebook og Instagram.
4. Skriv med tydelig skrifttype og farve og husk, at tekst maks. må fylde 20% af billedet.
5. Brug levende billeder, som videoer og/eller GIFs, for at skabe blikfang og effekt.
6. Annoncer på de opslag, der har højt engagement (likes, kommentarer, delinger).
7. Brug mærkedage som anledning, til at få besøg, fx Øllens dag, Kaffens dag, Fars/Mors dag, Påske m.fl.

Brug online værktøj til at tjekke dit billede: <http://www.social-contests.com/check-image/>

2. UNDER GÆSTEBESØG

[Alt det du skal have styr på digitalt (og analogt): Mens gæsten besøger dit sted...]

FIX THE BASICS

3 ud af 5
af dine gæster oplever
ikke, at tjeneren
er der, når de er klar
til bestilling.

DIGITALT MENUKORT

Optimer restaurant- og gæsteoplevelsen ved bordet

Det handler om at reducere tid fra bestilling, betaling til servering og stadig give gæsten en oplevelse af høj servicegrad. Der spares personale ved, at menuen erstattes af fx en QR-kode ved bordene, der viser dit digitale menukort online.

Hvad er et digitalt menukort?

Et digitalt menukort giver mulighed for at gæsten kan se dit menu- og drikkekort på mobilen.

For dig er det let at tilrette menuen og tilføje måneds-
menuer, ændre priser, slette udgåede menuer osv.
Hvis du ønsker mere digitalisering, kan det digitale
menukort udvides med bestilling og betaling, som gæsten
selv håndterer.

For dig betyder det sparet tid hos personalet og sikring af
korrekt bestilling og betaling.

Indsigt: Menukortet tiltrækker

300%

mere opmærksomhed end noget andet POS-element

Derfor kan du med stor fordel bruge udvalgte principper for adfærdsdesign for at sikre nem afkodning, uanset om dit menukort er digitalt eller analogt.

På næste side ser du nogle af de mest banale adfærdsprincipper, som kan være relevante i alle led af kunderejsen. Kombineret med andre indsigter kan de sikre den bedste værdi for både dig og din gæst.



Nemhedsprincippet

Vi gør det, der er nemt

Mennesker vælger den vej, der har mindst modstand
– derfor skal alt gøres let...

Vores adfærd er hurtig og intuitiv. Det er udmattende, at skulle tænke og gennemskue for meget. Nemhed slår motivation og viden – besværlighed får os til at fravælge et produkt, også selvom selve produktet er perfekt.



Defaultprincippet

Vi går ofte med de prædefinerede valg

For mange valgmuligheder sætter hjernen på overarbejde og gør os beslutningstrætte. Når der bliver skabt nogle rammer for vores valg, bruger vi mindre energi på at overveje og udvælge.

Løsning:

Indsigter & best-practice

70% af
forbrugerne
er åbne for en
drikkevare-
anbefaling

1

Sikring af de nemme valg

Brug produktbilleder
eller logo for nem
afkodning

Definer på forhånd fx:

→ Hovedret inkl.
drikke

→ Menu inkl. drikke



2

Optimer læsarheden

Er skriften nem at
læse? Står den
tydeligt nok?

Brug kun STORE
BOGSTAVER i
overskrifter.

Spar på teksten.

→ Gør det helt kort.



3

Optimer prissætningen

Placér altid den
største fra venstre
mod højre.

Hvis muligt: Placer
pris på hver størrelse,
nederst til højre for
det enkelte glas.



4

Undgå prissymboler

Vis prisen med rene
tal.

Studier viser tydeligt,
at jo flere elementer,
der er på dit
menukort, jo sværere
er det at afkode.



5

Anbefaling af drikke til mad

Gør det nemt for gæsten at
træffe et drikkevalg, fx

→ Går godt til...

Ved digital bestillings-
mulighed: Forhåndsdefiner:

→ Hertil anbefaler vi...

eller

→ Pop-up: Husk at
bestille en fadøl til din...



Løsning:

Digitalt menukort – 5 gode grunde



1. Ekspeditionen bliver hurtigere og ventetid reduceres

- Dine gæster får hurtigere bestilt.
- Et selvbestillingssystem reducerer den oplevede ventetid, da gæsterne er optagede af bestilling.



2. Reducerer løn-omkostninger

- Med selvbetjeningsfunktionen (QR-koden) skal tjenerne ikke altid gå til et bord for at tage imod ordren.
- Du kan reducere dit personale uden at gå på kompromis med din service.



3. Reducerer print-omkostninger

- Med en digital menu, behøver du ikke bekymre dig om at udskifte dine menuer.
- En digital menu er afgørende, hvis du driver en restaurant, der byder på nye retter eller skifter menu ofte.
- Farvel til din inkjetprinter og den grafiske designer!



4. Nem menu-konstruktion

- Med et digitalt menukort kan du optimere din menu hurtigt.
- Ændringer i menu opdateres straks.
- Nemt at ændre prisen på enhver ret eller skjule retter, som eksempelvis er sæsonafhængige.



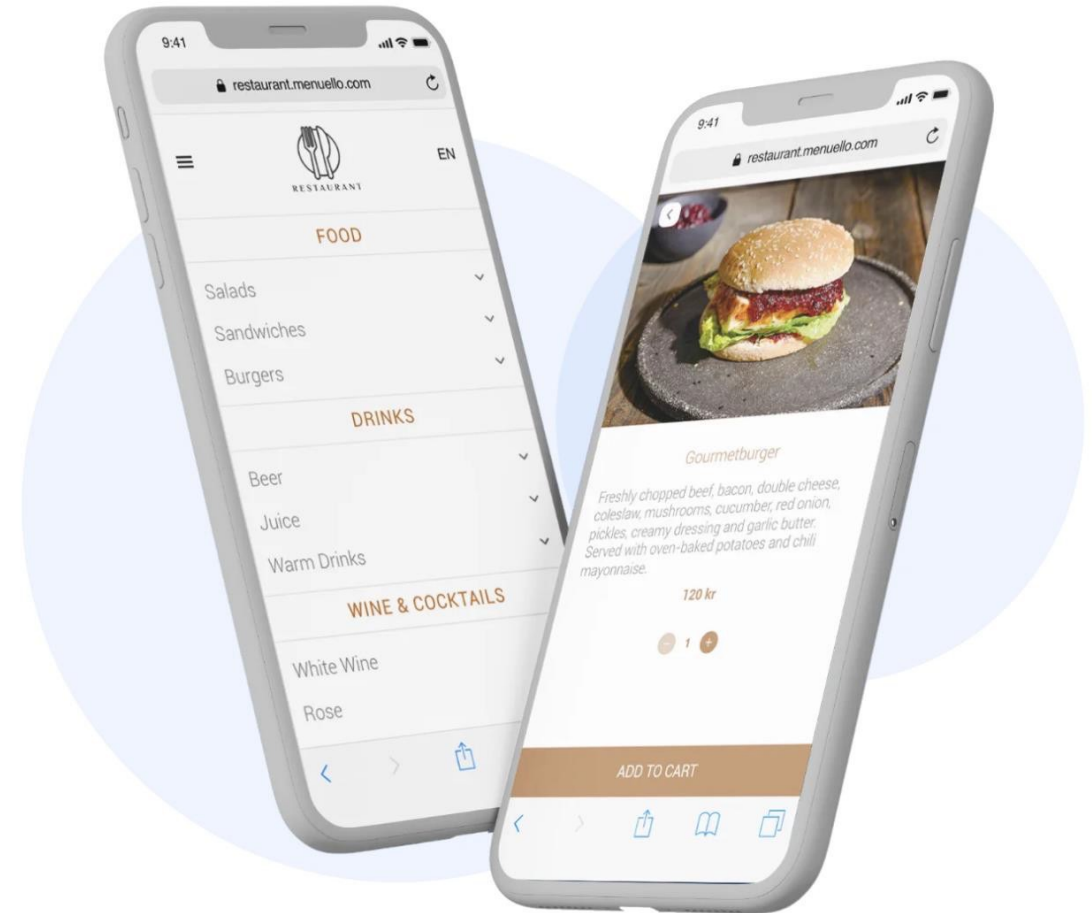
5. Øger omsætningen

- Jo hurtigere din service er, jo flere gæster får du.
- Den nemmeste måde at maksimere dit salg på, er at opretholde en effektiv service i de travleste timer.
- Et digitalt menukort, med QR-kode skal fungere gnidningsløst – også uden download af app.

Løsning:

Opsæt digitalt menukort og QR-kode

1. Find en udbyder af et digitalt menukort – se evt. næste side over eksempler på danske udbydere.
2. Opret dit menukort og placer drikkevarer samme sted eller hav et separat drikkevarekort.
3. Opdel dit menu- og drikkevarekort i kategorier, fx øl, specialøl, sodavand, vand, cider, vin, varme drikke m.m.
4. Placer QR-koder på bordene/disken. Gæsterne skal bare scanne QR-koderne med deres smartphone-kamera for at kunne se menuen.
5. Alle bestillinger bliver vist i et admin-panel, og du får besked om, hvornår du kan servere.



Eksempler på udbydere af digitale menukort (QR-koder)

Nedenfor kan du se eksempler på udbydere af digitale menukort. Listen er langt fra udtømmende – og vi har gjort plads til, at du selv kan udfylde med en udbyder, der passer til dit behov.

De nævnte udbydere tilbyder alle QR-koder til menukort, og du har mulighed for at udvide med bestilling og betaling – helt afhængigt af dit behov.

Virksomheder	Digital QR-menu	Sweep	James App
Web	https://digital-qrmenu.dk/	https://sweep.menu/	https://jamesapp.dk/
Kræver app	Nej	Nej	Ja
Dansk	Ja	Nej	Ja
Pris	Fra 149,-/md.	Fra 0 kr	4 % kortgebyr
Kundeservice	Ja	Ja	Ja
Noter:			

3. EFTER GÆSTEBESØG

[Alt det du skal have styr på digitalt: Når gæsten forhåbentlig har haft en god oplevelse...]



FIX THE BASICS

86%

er villig til at betale
mere for en god
kundeoplevelse.

SERVICE

Service er grundlaget for en værdifuld gæsteoplevelse

Kundeservice er vigtigt både før, under og efter et besøg.

I en travl hverdag, kan det være svært at nå alle henvendelser på e-mail, SoMe og telefon. Men vi ved, at den gode kundeservice skaber grundlaget for en god gæsteoplevelse.

Du bør sikre dig, at det er nemt for dine gæster at anmelde besøg både under og efter. I dag foregår størstedelen af alle mund-til-mund anbefalinger og markedsføring i høj grad på de sociale medier, hvor gæster efterspørger råd og tips til gode steder – og ikke kun i nærmeste netværk.

Online kunde-anmeldelser påvirker i samme grad som anbefalinger fra familie og venner til køb. Så gør det synligt på din Facebookside og website, hvad dine gæster siger om dig, og vær parat til at gå i dialog med dem.

Kilde: <https://www.bambora.com/da/dk/artikler/en-god-kundeoplevelse-er-dit-bedste-marketingvaerktoj/>

Kilde: <https://onlinesynlighed.dk/blog/review-marketing-guide-til-flere-gode-kundeanmeldelser-online/>

Cirka 90%
af forbrugere
læser restaurant-
anmeldelser.



Pichardts

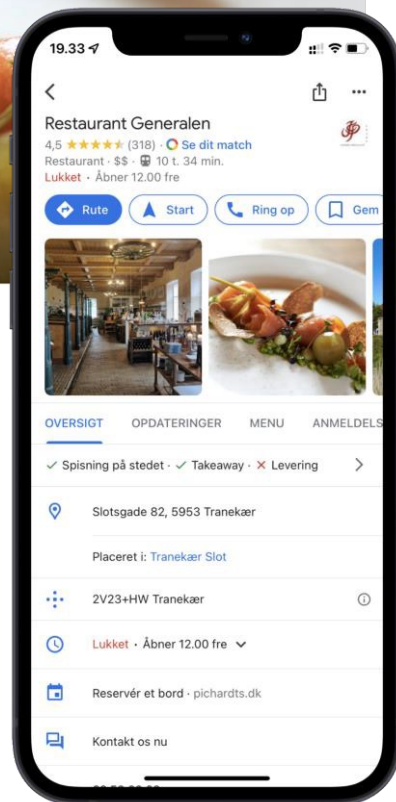
@pichardtsrestauranter · 4,8 (68 anmeldelser) · Restaurant

Restaurant Pichardts - Generalen
er bedømt som **Fremragende**

Baseret på 23 anmeldelser



★ Trustpilot



Løsning: Sådan kommer du i gang

1. Lav løbende opslag på din Facebookside, hvor du opfordrer dine gæster/fans til at skrive en anmeldelse af deres besøg. Anmeldelser af barer, caféer og restauranter er særligt besøgt på:
 - Google Maps
 - Tripadvisor
 - Facebook
2. Brug udtalelser og anmeldelser aktivt i dit indhold på SoMe, på hjemmesiden og i nyhedsbreve – det skaber loyalitet og gennemsigtighed.
3. Kommenter altid på anmeldelser – også når de er negative. Ifølge forbrugerne er virksomheder, der svarer på anmeldelser, 1,7 gange mere tillidsvækkende end virksomheder, der ikke gør det.
4. Opret events og inviter fans/følgere. Følg op på events ved at spørge ind til dine gæsters oplevelser og opfordre dem til at anmelde det efterfølgende. Det skaber endnu større rækkevidde.



Løsning:

Loyale gæster er de bedste ambassadører

Når dine gæster har været i din bar, café, værtshus, restaurant, fortsætter 'den digitale kunderejse'.

Et digitalt loyalitetsprogram kan laves simpelt, hvor gæsten ganske enkelt tjener point på sit 'loyalitetskort' gennem sine køb. Points kan så konverteres til køb ved genbesøg. Det kan være gratis kaffe, snack, forret/dessert eller lignende. Gæsten føler sig værdsat og kommer igen og fortæller bredt om de muligheder, der er hos netop dig.

1. Kontakt en udbyder af loyalitetsapp (fx Universal apps eller Apps for All).
2. Få dit eget design til din loyalitetsklub.
3. Start din egen loyalitetsklub.
4. Skab opmærksomhed om din loyalitetsklub, fx QR-kode på bordene, note på bonen eller lignende.
5. Opbyg din loyalitetsklub.
6. Push beskeder til din loyalitetsklub om særlige deals.

GOD FORNØJELSE

MED DIN DIGITALE REJSE

↓
<https://shop.carlsbergdanmark.dk>



Salgstur 1
Fix the basics

BLIV SET



Salgstur 2
Annoncering

SKAB TRAFIK



Salgstur 3
Annoncering

**OPBYG LOYALE
FØLGERE**



Hvad har vi nu

Hvad kommer?

Tidslinje

Fix the basics

Salgstur 2 – dybden / annoncering / skab trafik

Salgstur 3 – TBA