

# CANALES

En el caso de nuestro restaurante vegetariano/vegano damos a entender que es muy activo en las Redes Sociales, por lo que nuestra relación con el cliente debe seguir por ese cauce.

Nos apoyamos en las redes sociales a través de una página web y Facebook para con ello, tener un contacto más cercano a nuestros clientes, quiénes podrán informarse sobre los menús semanales, interactuar con nosotros, conocer las promociones, etc.

Habitualmente nuestro restaurante vegetariano/vegano trata de dirigirse a diferentes tipos de público, intentando ampliar el abanico de clientes y atender a públicos que tienen distintos horarios para lograr reducir los tiempos ociosos. Podemos dividir a los clientes de un restaurante vegetariano en los siguientes grupos: - Clientes sensibilizados: personas especialmente preocupadas porque su alimentación diaria sea sana. Siguen un determinado tipo de dieta o limitación de lo que comen y buscan activamente productos que encajen en ella. Pueden ser de distintos perfiles: vegetarianos, ecologistas, deportistas. - Personas con limitaciones por cuestiones médicas (alergias e intolerancias, problemas coronarios, colesterol, ácido úrico,...). - Clientes comunes: personas que tienen una preocupación media por la calidad de los alimentos que comen. Les parece bien comer sano pero no mantienen una dieta especial ni buscan de forma activa un perfil determinado de alimentos. Todos ellos tienen en común la demanda de alimentos saludables y estar interesados en saber y controlar lo que comen. Además de comida sana, suelen procurar seguridad alimentaria. Les gusta consumir productos fiables, de procedencia conocida y controlada, aspecto que se intensificó en el 2001 a raíz de la crisis de las vacas locas, fiebre aftosa, y peste porcina.

En resumen podríamos decir que la comunicación con nuestros clientes es:

- A través del mismo establecimiento o restaurante.
- Sistema de información y reservas a través de la web.