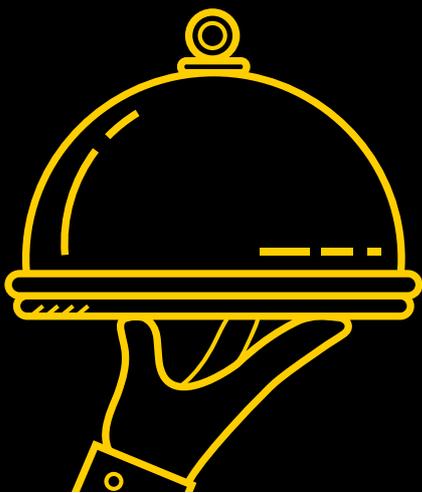


8 clients sur 10
s'informent sur Internet pour
choisir un restaurant

5 ASTUCES

**SIMPLES POUR AVOIR
PLUS DE CLIENTS
GRÂCE À INTERNET**



Thomas Vandeweghe



INTRODUCTION

Notre façon de nous nourrir a traversé les **3 révolutions** de l'humanité. Tout d'abord, vers -8500 av. JC, la production agricole et l'élevage apparaissent. On qualifie cette période de **révolution agricole**. Grâce à cette révolution, nous avons pu évoluer et cela a contribué à notre façon de consommer la nourriture aujourd'hui. Ensuite, vers le XVIIIe siècle, l'humanité est entrée dans la **révolution industrielle**. Le capitalisme s'est développé ainsi que la technique, la production et la communication. Nous pouvons retenir de cette période que les acteurs qui ont su saisir les opportunités qu'offraient cette révolution ont connu un succès financier considérable (exemple de Rockefeller, Rotschild...).

La dernière révolution est très intéressante car nous sommes en plein dedans. Vous l'avez compris, il s'agit de la **révolution numérique qui a été propulsé grâce à Internet**. Appelé aussi "révolution technologique", "révolution Internet" ou encore "révolution digitale", cette période propre au XXIe siècle désigne le bouleversement que connaît les sociétés provoqué par l'essor des techniques numériques telles que le développement d'Internet. Comme pour la révolution industrielle, les personnes qui savent profiter de la puissance que nous offre cette révolution numérique parviennent à **améliorer leur mode de vie** et à en tirer de **gros bénéfices**. Ce qui fait la grosse différence aujourd'hui entre les restaurants à succès et les autres concerne majoritairement leur façon de profiter de cette révolution Internet.

*J'ai vu un grand nombre de projets magnifiques ne **jamais avoir le succès qu'ils méritaient à cause d'une mauvaise stratégie digitale** et je souhaite aujourd'hui aider un maximum de restaurants à mettre en place des **stratégies simples pour améliorer leurs résultats**. Voilà pourquoi je vous propose ce guide gratuit aujourd'hui.*





LES RÉSEAUX SOCIAUX :



L'ELDORADO DES RESTAURANTS

Nous les connaissons tous désormais. Ils sont là et font partie intégrante de la société moderne. C'est un nouveau mode de consommation et c'est à vous de convertir leurs utilisateurs pour qu'ils consomment dans votre établissement.

Les réseaux sociaux sont **un des moyens les plus puissants** pour développer votre restaurant.

Quelques chiffres :

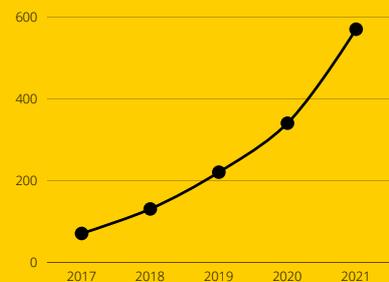


+10.1%

d'utilisateurs de réseaux sociaux en 2021 (par rapport à 2020)

570M

de posts Instagram avec le hashtag #food en 2021



Grâce aux réseaux sociaux, vous serez plus **proche de vos clients**. Vous pouvez être avec eux **24h/24** et **7J/7**. En ayant de l'interactivité avec votre communauté (jeux concours, répondre / aimer les commentaires, etc...), vous allez alors vous démarquer de la concurrence en créant un lien privilégié avec vos clients. Cette proximité **fidélisera votre clientèle** et vous augmenterez alors la LTV (*Long Time Value*) de vos clients.

Il y a de plus en plus d'utilisateurs des réseaux sociaux et ça **augmente de façon exponentielle**. En 2021, nous avons connu une hausse de +10,1% d'utilisateurs de réseaux sociaux comparé à 2020.

Que nous réserve 2022 ?



Aujourd'hui, de nombreuses personnes utilisent les réseaux sociaux pour **découvrir de nouvelles choses**, et surtout pour **trouver un endroit où manger**.

Il est essentiel pour un restaurant aujourd'hui d'être présent sur les réseaux sociaux. Un restaurant a beaucoup à gagner à présenter ses plats, ses spécialités, son histoire...

Alors, quels sont mes conseils stratégiques pour vos réseaux sociaux ?

Une image vaut mille mots

"Donner pour recevoir", ce précepte universel est également valable sur les réseaux sociaux. Vous devez créer du contenu. **Vos photos doivent donner envie** ! Bien qu'il vaut mieux cela qu'aucune présence, poster du contenu de mauvaise qualité ne vous apportera pas de bons résultats. Vous devez **améliorer votre œil** pour la création de votre contenu visuel, améliorer la rédaction de vos textes et avoir un réel plan d'action.

Pour créer du contenu, rien de très compliqué. **96.2% des français ont un smartphone** et la qualité des photos aujourd'hui est très satisfaisante. Vous pouvez faire venir un photographe professionnel dans votre entreprise mais vous pouvez également prendre ces clichés vous-même. Si vous n'avez aucune notion en photographie, vous trouverez des conseils simples sur Youtube.

Les consommateurs sont friands des belles photos de plats qui leur donnent l'eau à la bouche.

La meilleure chose que vous pouvez faire est d'**anticiper** et de **préparer un maximum de contenu** : photos, descriptions... Je vous conseille d'utiliser **Canva** pour ajouter des éléments sur vos images et ainsi améliorer votre contenu. N'hésitez pas à aller **vous inspirer chez la concurrence** et sur Pinterest (ne jamais copier).



Définir la ligne éditoriale

Pour ne pas tout mélanger, il est important de définir une ligne éditoriale. Après avoir correctement **identifié votre audience**, vous saurez comment vous adresser à elle (le ton, vouvoiement ou tutoiement...). Vous en saurez également plus sur l'image que vous souhaitez donner de votre restaurant sur les réseaux (esprit jeune, formel...). Vous devez également vous **fixer des objectifs** comme la fréquence de publications (3 posts / semaine par exemple). Attention, vous devez toujours **privilégier la qualité** de vos posts à la quantité et trouver le juste équilibre. Si vous ne publiez pas assez régulièrement ou si vous publiez souvent du contenu de mauvaise qualité, vous perdrez l'intérêt de vos *followers*.

Être régulier

Il ne suffit pas de poster quelques photos à droite à gauche, puis de disparaître 2 mois des réseaux, puis de revenir pour répondre à quelques commentaires puis de disparaître à nouveau. Vous pensez peut-être alors que vous n'avez finalement pas le temps de vous occuper de vos réseaux sociaux mais vous vous trompez. Aujourd'hui, tout est programmable et Instagram propose désormais un outil puissant pour programmer tous les posts à l'avance : le **Creator Studio**. Le Creator Studio permet de **programmer vos posts à l'avance**. Ainsi, vous n'avez pas besoin de vous connecter tous les jours, il vous suffit de prendre un temps pour tout programmer à l'avance pour les futures semaines à venir et voilà. Le Creator Studio vous donne également accès aux **statistiques** des pages de vos réseaux sociaux.

TikTok : la pépite 2022

Instagram restera une **plateforme très puissante** pour les prochaines années à venir mais **TikTok a également un très gros potentiel** pour les restaurants. Suivez les tendances et publiez régulièrement.



UN SITE WEB : UNE VITRINE 24/7

En 2019, Internet a été qualifié du "**meilleur moyen pour vendre**". Ce n'est plus une surprise aujourd'hui en 2022. Mais comment en profiter et bénéficier d'une plus grande portée pour toucher un plus grand réseau ? Si vous avez un restaurant, **vous DEVEZ avoir un site web**. Je vous laisse jeter un oeil sur les statistiques ci-dessous :



62.5% de la population mondiale utilise Internet.



63.1% des gens ont un ordinateur.

Grâce à cette **vitrine disponible 24/7** et accessible depuis les 4 coins du monde, vous pouvez y regrouper toutes les informations concernant votre restaurant au même endroit. Vous pouvez donc y mettre une carte ou les directions pour vous trouver, vos menus, votre prix, votre histoire... bref, tout ce que vous désirez.

Créer un site web peut être coûteux mais vous NE DEVEZ PAS voir cela comme une dépense mais bel et bien comme **un investissement**.

Avoir un site web en tant que restaurant vous donnera accès à une infinité de possibilités. Les clients vous cherchent sur Internet. Grâce au référencement naturel (SEO), vous aurez beaucoup **plus de visibilité** et vous attirerez alors des nouveaux clients. De plus, le simple fait d'avoir votre site web **augmentera** votre **notoriété** et améliorera la **réputation** de votre restaurant.

Avec un site web, vous pouvez proposer un système de réservation en restaurant et même proposer un service de commande en ligne (Click&Collect ou livraison).



La marche à suivre

La meilleure solution est de sous-traiter cette tâche à une agence digitale. Nous, So FOOD, créons des sites pour de nombreux restaurants et vous pouvez réserver une consultation gratuite avec nous pour en discuter. Vous trouverez le lien à la fin du guide. Mais si vous débutez et que vous n'avez pas de budget pour l'instant, suivez les prochaines étapes et vous aurez déjà une **meilleure présence sur le web**.

1) Définir ses idées et son identité visuelle

Il ne s'agit pas de mettre en ligne du texte sur une page blanche. Vous devrez développer un certain œil pour rendre votre **contenu agréable à consulter** pour optimiser vos résultats. Un conseil : allez-vous inspirer de la concurrence (ne copiez pas). Vous avez probablement déjà une **charte graphique**. Si ce n'est pas le cas, beaucoup d'outils sont disponibles en ligne : **Dafont** pour les polices, **ColorHunt** pour les codes couleurs, Unsplash et Pexels pour des images libres de droit...

2) Créer le site web

Je vous conseille de créer votre site web sur un **CMS** (*Content Management System*). Nous pouvons définir un CMS pour site web de "**solution clé-en-main**". En effet, sans aucune notion de développement, d'informatique et autres, vous pouvez aujourd'hui vous offrir un site web. Chez So FOOD, nous en utilisons 2 : **WordPress** pour les sites **vitrines** et **Shopify** pour les sites qui souhaitent proposer la commande en ligne. Vous trouverez de nombreuses ressources disponibles sur Internet pour **apprendre à créer un site web facilement** grâce à ces plateformes.



3) Faire connaître son site : le trafic

Ça y est, votre site est en ligne. Il ne suffit pas maintenant d'attendre les visiteurs sans rien faire, ils ne viendront pas comme ça. Plusieurs moyens existent aujourd'hui pour amener du trafic sur votre site web.

Je vais mettre de côté le trafic payant (SEA) car nous en parlerons plus tard dans ce guide. Par contre, je vais vous parler d'un trafic quasiment gratuit : **le trafic organique**.

Si vous êtes au début de votre aventure sur le web et que vous avez un petit budget, je vous recommande le trafic organique.

Nous avons évoqué plus haut les réseaux sociaux, **le trafic qui ira de vos réseaux sociaux à votre site web est du trafic organique**.

Je ne reviendrai donc pas sur cette partie expliquée préalablement.

Le trafic d'influence

Bien que plusieurs influenceurs souhaiteront être rémunérés, vous pouvez faire une sélection d'une base de **micro-influenceurs** qui souhaiteront par exemple consommer chez vous en échange d'une publicité auprès de leur audience.

Le SEO

Il s'agit là du référencement naturel des moteurs de recherche. Lorsque vous faites une recherche sur Google par exemple, hors annonce, vous tombez sur plusieurs résultats. Les premiers sont, aux yeux des moteurs de recherche, **les plus pertinents pour la requête effectuée**. En construisant votre site en pensant perpétuellement au SEO, vous serez alors référencé et vous générerez alors du **trafic gratuit**. C'est un sujet long à expliquer mais simple à comprendre alors je ne peux pas tout détailler ici mais je vous invite à faire vos recherches afin d'en savoir plus.

Un exemple : si vous êtes un restaurant italien dans le 6ème arrondissement de Paris, il est conseillé de mettre ces mots-clés sur votre site web afin d'améliorer votre référencement.



LE TUNNEL DE VENTE

Je vais vous parler du tunnel de vente que nous mettons en place pour nos clients et que vous pouvez parfaitement configurer.

On parle ici de "génération de leads" car, en pleine révolution Internet, la data est la clé pour réussir sur le Web. En récoltant des données de prospects, vous pouvez ensuite les réutiliser pour les convertir en clients. La puissance d'un tunnel de vente est qu'il est 100% automatisé. Voici un exemple :

Vous faites de la publicité en proposant une offre attrayante dans votre restaurants (1 menu acheté = 1 menu offert par exemple). Pour en profiter, les clients doivent remplir un formulaire en y laissant leurs coordonnées. Voilà, vous avez récupéré un lead en échange d'un "cadeau", c'est gagnant-gagnant. Ce client viendra consommer chez vous et si vos plats sont à la hauteur, vous avez gagné un **client fidèle**. Une fois le lead obtenu, plusieurs choix s'offre à vous pour le démarcher : appel à froid, emailing, messages privés, etc... La stratégie la plus rentable en terme de temps et d'argent est l'emailing. Grâce aux différents outils d'email marketing qui existent sur le marché, il est possible de configurer des séquences emailing automatisées (flows). Cela signifie que, automatiquement, une fois qu'un lead est récolté, il entre alors dans une séquence automatisée et recevra une série d'emails qui tenteront de le ramener dans votre restaurant. Il est également possible, puisque vous aurez une base de leads conséquente assez rapidement, de faire de la newsletter occasionnelle. Par exemple, pour annoncer une nouveauté ou une promotion dans votre restaurant. La newsletter, contrairement aux flows automatisés, est un email envoyé ponctuellement à un date précise.



LA PUBLICITÉ



Grâce à Internet, il est très facile aujourd'hui de faire de la publicité payante pour son entreprise. L'important est d'avoir un **bon retour sur investissement**. Si des mauvaises stratégies sont mises en place, il se peut que votre investissement parte en fumée et que vous décidiez de ne plus jamais faire de publicité sur Internet car contrairement au référencement naturel (SEO) qui est gratuit, le SEA est forcément payant. Je vais vous parler rapidement ici des publicitaires les plus connus.

Facebook Ads et Instagram Ads

Suite au rachat d'Instagram par Facebook en 2012, Facebook Ads = Instagram Ads. Facebook Ads dispose d'un **algorithme très puissant** qui permet un ciblage extrêmement **précis**. La plateforme est plutôt simple à prendre en main et presque n'importe qui peut lancer ses premières campagnes publicitaires. Cependant, bien qu'il est simple de lancer la diffusion de ses annonces, il faut avoir un retour sur investissement car la publicité Facebook Ads peut vite coûter très cher. Avec 1,6 milliards d'utilisateurs, il peut être très intéressant de tenter la publicité Facebook Ads pour votre restaurant.

Google Ads

Le deuxième favori concerne la publicité Google Ads. Il s'agit là des liens sponsorisés que vous voyez **mis en avant** lorsque vous effectuez une recherche sur Google. Google Ads présente beaucoup d'avantage et contrairement à Facebook où les clients voient de la pub sans l'avoir demandé, les clients de Google ont effectués une action (faire une recherche) avant de tomber sur votre publicité qui correspond à cette recherche. Ce trafic est bien plus qualifié.



QU'ATTENDEZ-VOUS POUR PROFITER DE LA PUISSANCE D'INTERNET ?

Ce mini-guide est terminé, nous ne pouvons pas tout détailler dans celui-ci mais vous aurez les réponses à vos questions en faisant vos recherches sur Internet. Voyez ce mini-guide comme un résumé de tout ce que Internet peut apporter à votre restaurant. Si un chapitre vous plaît, n'hésitez pas à creuser le sujet.

Nous espérons que vous déciderez enfin à **vous lancer dans votre aventure web** en vous construisant un site Internet, en commençant à publier sur les réseaux sociaux, à récolter puis en démarchant des leads fraîchement obtenus...

Si vous souhaitez néanmoins échanger avec moi sur un ou plusieurs sujets, vous pouvez bien sûr le faire. Vous pouvez réserver une consultation gratuite sur : www.so-media.fr/contact/

Ce e-book sera mis à jour régulièrement donc n'hésitez pas à revenir sur le lien de téléchargement pour profiter de la dernière version.





QUI SUIS-JE ?

Je m'appelle Thomas Vandeweghe, j'ai 25 ans, je suis d'origine de Lille et j'exerce dans le marketing digital depuis plus de 7 ans.

Après avoir vu de nombreux restaurants connaître de grosses difficultés lors de la crise du Covid-19, j'ai décidé que j'accompagnerai aujourd'hui les restaurants à améliorer leurs revenus grâce au digital.

DES QUESTIONS ? DISCUTEZ DIRECTEMENT AVEC MOI

☎ Par téléphone du lun. au ven. entre 10h et 17h : +33 6 99 29 77 56

✉ Par email 7J/7 : thomas.v@so-media.fr

📷 Sur Instagram : [@sofood_fr](https://www.instagram.com/sofood_fr)

Consultation gratuite : <https://calendly.com/so-media/15min>



www.so-media.fr/so-food