

11 SECRETS POUR FAIRE CONNAÎTRE SON RESTAURANT



Marc
Koralt

Présentation du créateur de l'agence

Je m'appelle Marc Koralt, créateur de l'agence Webmaniac, le plus important pour moi est d'exercer un métier qui me plaît, me lancer des défis et me sentir utile pour les autres.



C'est pourquoi dès tout jeune, j'ai toujours un projet en vue, toujours une idée à développer, toujours un projet à préparer...

Créer c'est, selon moi, donner une forme à son destin, et lorsqu'on a l'âme d'un créateur il n'y a qu'une issue

possible, plonger en envisageant l'avenir avec confiance et en s'engageant avec la volonté de réussir.

Ma véritable motivation est dans la satisfaction personnelle d'aider les entreprises à développer leur chiffre d'affaire grâce à Internet.

Mes débuts sur Internet remontaient à mes 14 ans où j'ai commencé à fréquenter les sites Freelancer qui m'ont permis de beaucoup m'améliorer dans le domaine du Web après des années.

Aujourd'hui, j'ai décidé de créer cette agence digitale avec une équipe compétente dans le but d'aider les entreprises à développer leur chiffre d'affaire grâce à Internet.

Comment faire connaître son restaurant ?

(11 secrets)

Si vous êtes restaurateur, vous savez que faire connaître son restaurant n'est pas facile. Dans cet eBook totalement gratuit, nous allons voir ensemble 11 secrets pour faire connaître son établissement. C'est parti !

Vous êtes passionné par la cuisine et venez d'ouvrir votre restaurant ? Alors il est urgent de le faire connaître afin d'attirer des clients et de les fidéliser.

Si le métier de restaurateur fait rêver grâce aux émissions culinaires qui passent à la télé, la réalité n'est pas aussi évidente. Certes, cuisiner et posséder son restaurant est intéressant et gratifiant. Mais il ne faut pas négliger la communication et le marketing qui doit régner tout autour afin de voir son entreprise fonctionner.

Alors que les journaux et le bouche-à-oreille fonctionnaient très bien autrefois, aujourd'hui les méthodes sont différentes. Avec l'avènement d'Internet, tout le monde se transforme en critiques culinaires via des sites d'avis dédiés aux restaurants... Mais aussi sur divers blogs et réseaux sociaux. Si la pratique peut en agacer certains, c'est aussi un très bon moyen de faire connaître son restaurant quasi gratuitement.

Petit tour d'horizon des méthodes qui peuvent vous permettre de faire connaître votre restaurant.

Être présent sur Facebook

Facebook est devenu en quelques années la plateforme quasi indispensable des entreprises qui souhaitent se faire connaître. Ce réseau social vous offre en effet de nombreuses possibilités pour promouvoir votre restaurant.

Créer une page Facebook



Il est tout d'abord nécessaire de créer une page Facebook dédiée à votre restaurant et de l'alimenter régulièrement avec des posts (des publications).

Si vous êtes en panne d'inspiration vous pouvez regarder ce que font vos concurrents direct sur Facebook. À quelle fréquence écrivent-ils sur leurs murs ? Quel genre de posts mettent-ils ?

Sur votre page, vous pouvez :

- Communiquer sur les nouveaux plats de la carte
- Mettre en avant un petit producteur (vin, matière première...)
- Montrer les coulisses de votre restaurant
- Faire un focus sur un ingrédient en particulier
- Ajouter une vidéo sur la découpe d'un poulet
- Partager un petit portrait sur un de vos employés et son métier (saucier, serveur, chef...)

Les idées ne manquent pas !

Alimenter une page Facebook est l'idéal pour fidéliser sa clientèle. Cependant, ce n'est pas forcément comme cela que vous pourrez attirer de nouveaux clients.

Faire de la publicité Facebook

Le mieux est d'utiliser la publicité payante de Facebook afin de communiquer sur votre restaurant et de pousser vos potentiels nouveaux clients à interagir sur votre page. Ainsi, en voyant votre publicité, ils se rendront sur votre page et verront ce que vous proposez. Si cette dernière est bien entretenue, qu'elle propose divers posts variés et qu'elle met bien en avant le menu et la qualité du service et des produits alors il y a fort à parier que ces facebookiens deviendront vos futurs clients.

La publicité Facebook consiste en un post que vous rédigez avec la photo ou la vidéo de votre choix. Une fois votre message écrit, vous choisissez le prix que vous voulez mettre, la durée de visibilité et l'audience. L'audience est un critère très important car vous pouvez choisir l'âge des personnes qui vont voir votre publicité ainsi que la zone géographique. Par exemple, si vous êtes un restaurant branché type bar de nuit/restaurant sur Paris, alors vous pourrez cibler des parisiens entre 16 et 40 ans.

Le but de ces publicités est de cibler les personnes qui seront vraiment intéressées par votre produit/restaurant et transformer cet intérêt en « like » puis en acte d'achat en se rendant dans votre restaurant.

Organiser un jeu concours sur Facebook

Enfin, plus large mais tout aussi efficace, vous pouvez organiser un jeu concours pour faire connaître votre page. Par exemple, vous pouvez proposer de remporter un repas pour deux personnes dans votre restaurant (pourquoi pas les jours et heures où vous avez le moins de monde) en échange d'un like, d'un partage et d'un commentaire de la part des internautes. Vous pouvez aussi leur proposer de taguer des amis afin que ces derniers puissent aussi participer.

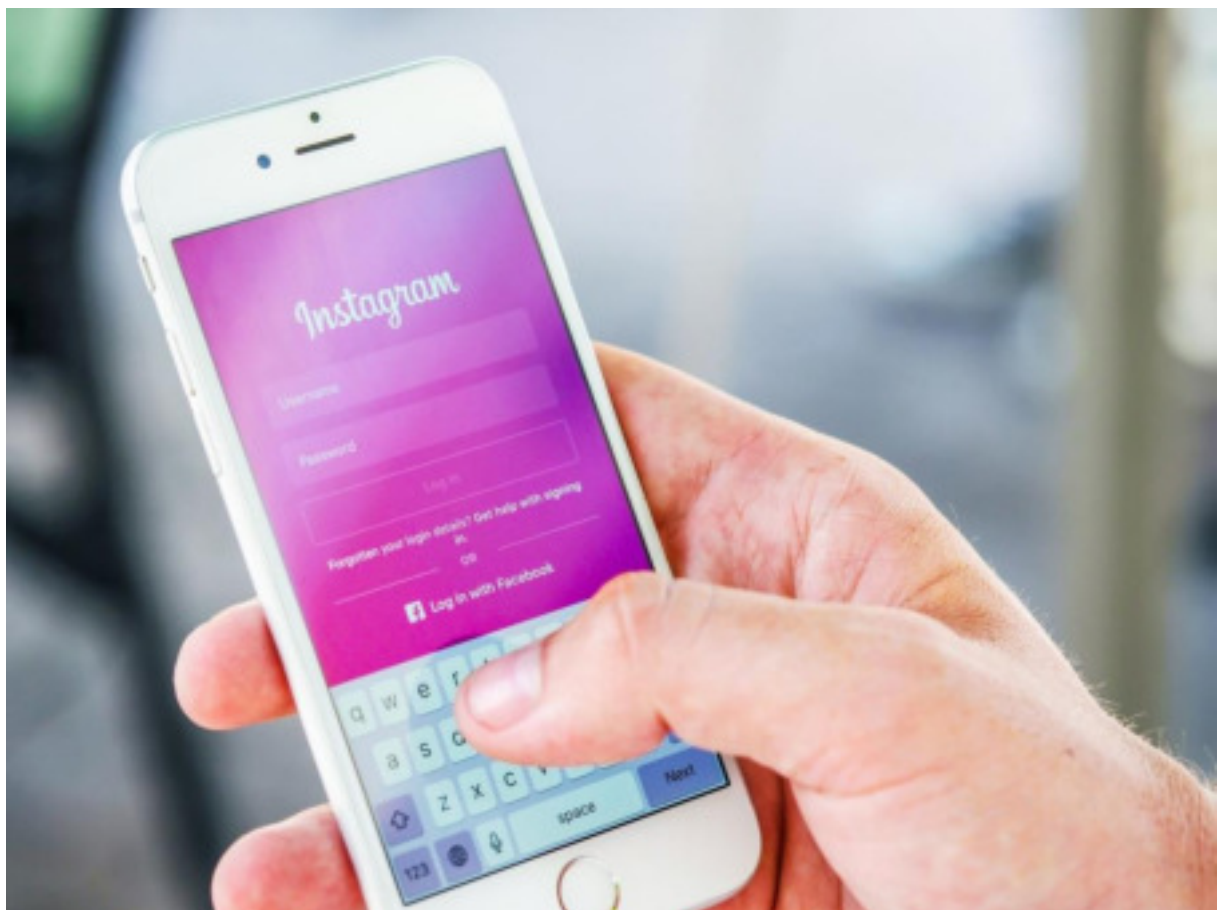
Ce genre de concours comporte des avantages mais aussi des inconvénients. Si les concours permettent à votre entreprise de se faire connaître, ils sont aussi ouverts à tous sur Facebook. Malheureusement, certains concouristes peu intéressés par votre restaurant participeront en likant et commentant votre page mais une fois le concours terminé ils ne retourneront plus sur votre page. Ce risque est à prendre en considération alors réfléchissez bien avant de vous lancer dans l'organisation d'un jeu concours !

Être présent sur d'autres réseaux sociaux

Si Facebook est certainement le réseau social le plus efficace pour promouvoir votre restaurant, vous pouvez tout de même assurer une présence sur d'autres réseaux sociaux tels que Twitter et Instagram.

Twitter vous demandera un peu moins de temps car les tweets sont des messages assez courts. Vous pouvez communiquer sur cette plateforme rapidement et tenir au courant vos followers des changements sur la carte, des changements d'horaires, mettre en avant un plat particulier en accompagnant votre tweet d'une photo...

Sur Instagram, il faudra révéler la fibre artistique qui sommeille en vous ! Ce réseau social a pour but de publier des photos avec des hashtags permettant aux utilisateurs de trouver de beaux clichés en fonction de leur passion.



Le secteur culinaire a le vent en poupe sur ce réseau social. Le hashtag #food fait d'ailleurs partie du top 10 des recherches sur Instagram. Que l'on aime cuisiner ou pas, le côté gourmand qui sommeille en nous se réveille toujours à la vue d'une part de gâteau à la crème, d'une bonne pizza, d'un donuts ou encore d'une belle table dressée pour un tea-time de roi.

Alors surfez sur la vague pour promouvoir votre restaurant avec de beaux clichés de votre établissement, de vos réalisations culinaires, de vos matières premières (viandes, légumes de saison, fruits, crème...). Ou même de vos employés qui acceptent de figurer sur votre Instagram. Accompagnez vos photos des bons hashtags afin que vos clichés soient bien visibles.

Distribuer des flyers

La distribution de flyers est un moyen très utilisé par les restaurants pour promouvoir leur établissement.

Pour que cette méthode soit efficace, il faut distribuer les flyers stratégiquement, aux horaires et dans les lieux adéquats.

Il ne faut pas trop s'éloigner du restaurant et les distribuer tôt le matin lorsque les personnes habitants aux alentours du restaurant partent travailler, puis entre 12h et 14h lorsque les employés des alentours vont déjeuner, et enfin le soir à partir à 16h pour donner envie aux potentiels futurs clients d'y dîner.

La distribution de flyers est un moyen très économique car leur fabrication ne coûte pas cher. Alors distribuez !

S'inscrire sur des plateformes de réservation en ligne

Par manque de temps, de plus en plus de personnes passent par des applications mobiles pour réserver une table ou même se faire livrer directement à la maison un repas issu d'un restaurant.

Il faut donc s'adapter et inscrire son restaurant sur ce genre de plateforme. Parmi les plus connus, vous avez le site et l'application mobile La Fourchette, qui permet aux clients de faire une réservation en quelques clics. Ce site propose aussi des réductions sur certains menus de quelques restaurants. Si votre établissement peine à attirer des clients alors proposer des réductions allant de -20% à -50% certains soirs et midis en semaine peut vous aider à remplir votre restaurant.

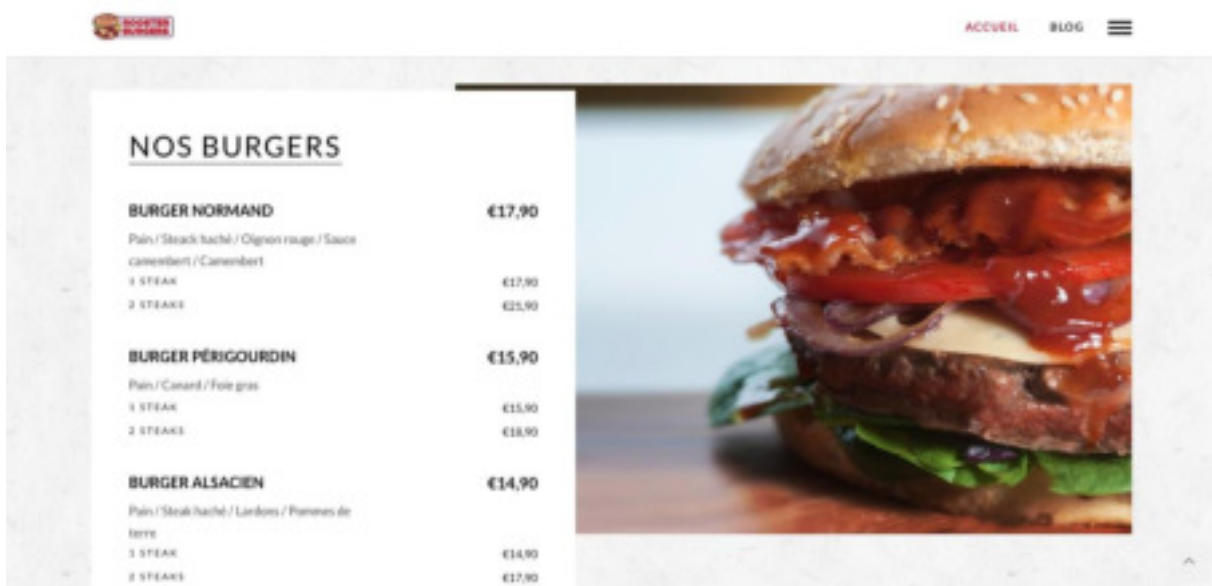
Vous pouvez établir cette stratégie pendant les trois premiers mois puis arrêter les réductions.

Enfin vous avez les sites et applications mobiles de vente à emporter comme Deliveroo, JustEat, Foodora... Inscrivez-vous et proposez certains plats à la vente à emporter. Moyennant quelques euros, vous aurez ainsi plus de clients et cela vous coûtera moins cher en nettoyage de nappes, couverts et service à table.

Ces plateformes vous aident à établir votre notoriété dans votre région alors profitez-en !

Créer un site Internet





Aujourd'hui, rares sont les entreprises à ne pas avoir de site Internet. Véritable vitrine de l'entreprise, le site Internet est souvent la première chose qu'un internaute et potentiel futur client va voir lorsqu'il cherche une information. Que ce soit les horaires d'ouverture de votre restaurant, consulter le menu, voir des photos de l'intérieur de l'établissement... un site Internet est presque obligatoire lorsque l'on possède une entreprise, peu importe laquelle et qui possède le nom de votre restaurant.

Même si vous ne souhaitez pas gérer les réservations directement via votre site, vous pouvez en créer un qui soit la vitrine de votre restaurant. Horaires d'ouverture, présentation de votre établissement, menu, photos de l'intérieur du restaurant, commodités (espace bébé, bars, accès handicapés, parking...), plan pour venir jusqu'au restaurant... ces informations ne demandent pas d'être présent derrière son ordinateur constamment pour alimenter

le site et peuvent pourtant vous permettre de d'attirer des clients.

Pensez également à bien optimiser votre site. Par exemple, si vous êtes un restaurant traditionnel familial à Toulon, incluez des mots clés dans vos textes comme : «Toulon», «restaurant», «terroir», «bon», «traditionnel», «repas», «famille», «déjeuner», «dîner»...

Nommez bien vos photos présentes sur le site et faites des paragraphes courts. Mettez des titres et sous-titres si votre site possède des articles. Cela peut vous paraître abstrait, mais Google passe souvent sur les sites et si le vôtre est bien optimisé cela lui permettra d'être bien situé sur le moteur de recherche et donc d'être plus facilement visible auprès des internautes cherchant un restaurant traditionnel à Toulon.

S'inscrire sur Google My Business

Vous avez déjà sûrement vu ces petites fiches souvent situées à droite sur les résultats du moteur de recherche Google. Ces fiches indiquent les horaires d'ouverture, l'adresse, le type d'établissement et sont souvent accompagnées de photos. Idéal pour les internautes pressés qui ont tapé le nom de votre établissement sur Google.

Si vous avez un site vitrine et que vous êtes présent sur les réseaux sociaux, sachez que votre fiche ne sera pas créée automatiquement.

C'est à vous d'en faire la demande auprès de Google My Business. Vous devrez dans un premier temps renseigner votre adresse, le type d'établissement, votre nom puis vous recevrez ensuite par courrier un code à rentrer sur Google et qui vous permettra de générer cette fiche. La réception du code se fait par voie postale, ce qui permet à Google de vérifier votre adresse.

Google My Business peut vous permettre d'augmenter votre visibilité sur le moteur de recherche, donc ne négligez pas cet aspect !

Faire jouer sa région

Pour assurer votre visibilité, vous pouvez créer des partenariats avec des entreprises locales qui recommanderont votre établissement.

Par exemple, des chambres d'hôtes qui ne proposent que le petit-déjeuner pourront proposer à leurs clients de se restaurer chez vous. Idem pour les hôtels, les campings... Vous pourrez proposer des réductions à leurs clients. Ou un pourcentage sur la vente à ceux qui auront parlé de votre restaurant.

Vous pouvez déposer des flyers et des cartes de visites dans les offices de tourisme de votre région, les agences de voyages...

Même chez les coiffeurs, les salons de beauté, les fleuristes, les toiletteurs... Faites jouer le commerce de proximité !

Si votre budget vous le permet, faites de la publicité dans le stade de votre ville, sur les t-shirts des sportifs de clubs qui font la renommée de la région. Sponsorisez un club ou mettez tout simplement des encarts dans les journaux régionaux ou des panneaux publicitaires dans la ville.

Enfin, contactez les chaînes de télévision, les journaux, magazines et blogs régionaux. Pour cela, contactez la rédaction par téléphone en expliquant votre établissement. Et improvisez-vous attaché de presse en rédigeant des communiqués de presse dans lesquels vous présenterez votre établissement. Certains journalistes pourront être intéressés et écriront gratuitement un petit texte sur votre restaurant. Pour les blogueurs, offrez-leur le repas, ils se feront un plaisir de rédiger un article sur vous dans leur blog.

Si le terme « communiqué de presse » vous fait peur, sachez que cela n'est pas compliqué à rédiger. Vous trouverez de nombreux exemples sur Internet et pourrez ensuite les envoyer directement par mail aux services concernés. Vous

trouverez aussi les adresses mails des journalistes sur Internet.

Faire les marchés et les foires

Cette option dépendra bien évidemment du style de votre établissement. Si celui-ci se veut chic, alors c'est à fuir ! Mais s'il s'agit d'un restaurant plutôt familial qui joue sur le thème du divertissement et de plats sans prétention alors cela peut être envisageable.

Profitez de quelques marchés régionaux, foires dans votre ville ou autres événements locaux pour tenir un stand et faire goûter votre cuisine. A l'heure du déjeuner, les gourmands achèteront une part de vos plats et s'ils sont conquis, viendront sans aucun doute dans votre restaurant ! Pour les inciter à venir dans votre établissement, n'hésitez pas à leur distribuer un coupon de réduction ou un flyer en mentionnant que l'apéritif ou le café sera offert.

Les gens aiment toujours savoir qu'ils vont avoir un produit ou un service gratuitement !

Proposer des happys hours

Avant le coup de feu, transformez votre restaurant en un lieu où il fait bon prendre l'apéro ! Proposez pour cela des happys

hours sur les bières ou les cocktails. Et faites-en la promotion grâce à des pancartes ou ardoises situées devant votre restaurant.

Cette stratégie est souvent gagnante. En effet une fois l'heure du happy hour passée, les clients devront payer plein tarif leurs consommations. Et peut-être même qu'ils resteront pour dîner.

Attirer le chaland grâce à des cocktails festifs et une bonne ambiance, voilà le but de cette démarche.

Organiser des événements dans votre restaurant

Vous souhaitez élargir votre clientèle et faire connaître votre établissement à un plus grand nombre ? Alors organisez divers événements qui rassembleront toutes sortes de personnes.

Vous pouvez par exemple proposer des cours de cuisine parents-enfants le mercredi après-midi. Ou encore organiser des brunchs, des soirées à thèmes.

En fonction du type d'établissement que vous avez, vous pouvez proposer des retransmissions de match. Surtout pendant la coupe du monde de football.

Le but est de susciter de l'intérêt pour avoir plus de clients. Attention cependant à ne pas transformer votre établissement en cour de récré. Il faut rester cohérent dans ses choix.

Si par exemple, votre établissement est chic et propose de la haute cuisine, misez surtout sur des cours de cuisine axés sur des produits nobles tel que la truffe, le foie gras, le caviar, la poutargue... ou des brunchs une fois par mois avec des produits de qualité et réservables plusieurs semaines à l'avance. Cela permet de donner un sentiment de « prestige » à l'événement.

Offrir des goodies aux clients

Vous venez d'ouvrir votre restaurant ? Alors offrez des goodies aux 100 premiers convives !

Si cela représente un certain budget, ces goodies seront non seulement appréciés par vos clients mais ils serviront en plus à véhiculer votre marque et donc votre restaurant auprès de leurs proches.

Loin du cordon de cou ou du jeton de caddie aux couleurs de votre établissement, misez plutôt sur des goodies utiles tels qu'un stylo, un carnet, un tote bag ou encore une clé usb que vos clients seront susceptibles de sortir le moment opportun.

Si vous possédez un restaurant ouvert aux familles, offrez des ballons gonflables aux enfants, ils apprécieront.

Floqués du nom de votre restaurant, ces goodies vous permettront de promouvoir votre établissement sans rien faire !

Avec un peu d'idées et de la motivation, faire connaître son restaurant est un jeu d'enfant. De nombreuses opportunités s'offrent à vous, il vous suffit de choisir les meilleures !

Conclusion

Il y a plusieurs façons de générer plus de clients par mois grâce à votre présence sur Internet.

Avoir un site web est super important si vous voulez atteindre plus d'un million d'euros et qui est utilisé par les plus grandes entreprises qui existent en France. Ne suivez pas les perdants mais les gagnants pour réussir!

Maintenant, vous devez passer à l'action, mais vous avez 2 solutions qui s'offrent à vous.

Soit vous créez votre site web, vous essayez quelques techniques afin de ramener des clients mais malheureusement cela n'arriverait jamais si vous n'êtes pas un Webmarketer professionnel.

C'est là qu'intervient la 2^{ème} solution qui est d'être accompagné par une agence spécialisée dans la création d'un site web à son indexation dans la première page de Google et vers sa visibilité grâce aux réseaux sociaux.

Cette agence pourra vous créer un site web selon votre besoin et envie et ces professionnels pourront vous aider à développer votre site en visibilité sur Google et réseaux sociaux.

**Voici notre équation qui marche à tous les coups pour les entreprises que nous aidons :
Plus de clics → Plus de visiteurs → Plus de clients → Plus de ventes → Plus d'argent**

Vous pouvez créer votre site web grâce à notre agence Web Maniac ici :

[CRÉER MON SITE WEB MAINTENANT](#)

Si vous avez déjà un site web mais aucune visibilité malheureusement, notre agence mettra en place le SEO, Email Marketing, réseaux sociaux, publicité Facebook... pour multiplier votre nombre de clients ici :

[FAIRE CONNAÎTRE MON ENTREPRISE MAINTENANT](#)