



(<http://digitalandfood.fr/>)

Marketing digital et relation client en restauration

RÉSEAUX SOCIAUX ([HTTP://DIGITALANDFOOD.FR/RESEAUX-SOCIAUX](http://digitalandfood.fr/reseaux-sociaux))

Astuces de marketing digital pour votre restaurant

Posté le 28 avril 2017 (<http://digitalandfood.fr/reseaux-sociaux/astuces-marketing-digital-restaurant>)



(<http://digitalandfood.fr/reseaux-sociaux/astuces-marketing-digital-restaurant>)

Votre restaurant bénéficie d'un emplacement idéal et d'un point de vue incroyable ? Et pourtant, parce qu'il est impossible de vous trouver en ligne, de potentiels clients pourraient ne jamais s'y rendre...

Perspective effrayante n'est-ce pas ?

Et tout cela est lié à la « Recherche ».

Laissez-moi m'expliquer.

Vous vous rappelez du temps où vous épluchiez l'annuaire des Pages Jaunes à la recherche d'infos sur un restaurant du coin ? Et bien, c'est maintenant sur la toile que les gens vont chercher les infos sur les restaurants. Et de plus, leur recherche ne se limite plus à la simple adresse ou au numéro de téléphone.

Les clients veulent aujourd'hui être informés sur les heures d'ouverture, le menu, la liste des vins, qui est le chef ; ils veulent lire des avis, réserver une table via une application, et bien sûr voir des photos de la décoration du lieu et des plats.

Cela peut vous paraître un peu absurde en tant que restaurateur, mais ceci est maintenant considéré comme la norme.

Donc, si vous ne l'avez pas encore fait, sortez votre smartphone et entrez sur votre moteur de recherche préféré des termes de recherche pertinents (mots clés) pour des restaurants de votre localité. Les mots clés peuvent simplement être votre ville et le style de cuisine que vous proposez. Votre restaurant apparaîtra peut-être dans les résultats de recherche. Ou pas.

Le plus souvent, plutôt que ne pas apparaître du tout, celui-ci n'apparaît pas sur la première page, voire se retrouve très loin dans le classement du moteur de recherche. Pire encore, vos concurrents pourraient être bien mieux placés que vous.

Aujourd'hui, si votre client potentiel cherche désespérément à vous localiser dans le monde réel et que vous n'êtes pas présent dans le monde numérique, vous passez vraiment à côté de bénéfices pour votre restaurant.

Alors, en tant que restaurateur avisé, que pouvez-vous faire dès maintenant pour être présent en ligne et faire en sorte que ces clients passent le pas de votre porte ?

Créez un compte Google

En plus d'être l'indétrônable numéro 1 des moteurs de recherche, Google propose tout un tas d'outils très utiles aux restaurateurs pour **gérer leur business en ligne** :

- Google Maps
- Google+
- YouTube
- Google Analytics
- Webmaster Tools
- ..

Le plus important parmi ces outils pour n'importe quel restaurant : **Google Business**. Pourquoi ?

Tout d'abord parce qu'il fait gagner du temps en évitant de devoir rentrer à chaque fois les mêmes informations pour chacun des autres produits Google. Les restaurateurs n'ont besoin d'entrer leurs informations qu'une seule fois et celles-ci sont transmises à tous les autres services Google. Comme le précise Google :

« Google My Business vous connecte directement avec les clients, qu'ils vous cherchent sur le moteur de recherche Google, Google Maps ou Google+. »

Vous ai-je précisé en plus que c'est **gratuit** ? Maintenant, vous ne pouvez qu'adorer !

Soyez présents sur les réseaux sociaux

Oui, en 2017, vous devez vous assurer que les réseaux sociaux aient une place à la table de votre marketing.

La présence sur les réseaux sociaux est cruciale car non seulement elle vous offre l'**opportunité de vous connecter et d'atteindre vos clients**, mais aussi car elle peut très fortement permettre d'**augmenter votre classement dans les résultats de recherche**.

Contrairement à l'inscription à Google Business qui peut donner des résultats rapides, il faut que vous envisagiez les réseaux sociaux comme une **stratégie de marketing digital sur le long terme** – il s'agit d'un marathon, pas d'un sprint ! Vous ne verrez pas nécessairement des résultats immédiats, donc ne baissez pas les bras.

Facebook

Avec plus d'un milliard d'utilisateurs à travers le monde, Facebook est le big boss des réseaux sociaux. Si vous choisissez d'utiliser Facebook, pensez à bien créer une page dans la bonne catégorie, à mettre les informations pour les réservations et à ajouter votre menu.

Instagram

Instagram appartient à Facebook. L'engagement sur Instagram est plus important que sur Facebook et il émerge réellement comme le leader du marketing d'hospitalité.

Twitter

Ne mettez pas de côté Twitter. C'est un réseau social sur lequel les utilisateurs sont obsédés par ce qu'il y a dans leur verre et dans leur assiette.

Pinterest

Les restaurants peuvent obtenir de bons résultats avec Pinterest et c'est un réseau social idéal pour de belles images, et qui n'aiment pas de magnifiques photos de plats ou de lieux ? Notez néanmoins que les images doivent être d'un niveau professionnel. Alors si vous savez à peine vous servir de votre smartphone pour prendre des photos, laissez tomber Pinterest.

Penchez-vous sur les avis

Il est toujours bon de garder un œil sur les **sites d'évaluations** car les clients peuvent aussi bien y trouver des informations qu'y poster leur avis sur votre restaurant.

Parmi les sites et applications d'évaluation, on peut citer :

- TripAdvisor
- La Fourchette
- L'Internaute
- Yelp

Et la liste est encore longue...

Il s'agit là d'un **marketing de bouche à oreille** sans pareil, mais malheureusement, si les informations renseignées sont erronées ou si vous avez reçu un avis négatif, vous pourriez faire face à des conséquences dommageables pour votre image.

Assurez-vous de suivre de près ces sites, prenez en compte les avis et mettez systématiquement vos informations à jour. Si vous recevez un avis vraiment mauvais, traitez-le de façon professionnelle et souvenez-vous que votre réponse sera vue par toutes les personnes qui rechercheront votre restaurant, ne tombez donc pas dans l'écueil d'en faire une affaire personnelle, pire d'en venir aux noms d'oiseaux !

Ayez votre propre site

Contrairement aux plateformes ou réseaux sociaux sur lesquels vous êtes présents, votre site Internet vous appartient, il se doit donc d'être **l'épicentre de votre marketing digital**, de contenir des photos séduisantes et un contenu de qualité, d'être optimisé pour le référencement et d'être responsive pour les tablettes et smartphones.

Malheureusement, bon nombre de petits restaurants pensent encore qu'ils ne peuvent pas se permettre financièrement d'avoir un site. Et c'est à tort, car aujourd'hui il existe de nombreuses solutions pour créer soi-même un site facilement et à moindre coût qui assurera a minima une présence en ligne et un bon référencement.

Si vous avez déjà un site pour votre restaurant, pensez à le mettre à jour régulièrement – Google adore les nouveaux contenus, de même que vos clients !

No comments yet (<http://digitalandfood.fr/reseaux-sociaux/astuces-marketing-digital-restaurant#respond>)

LAISSER UN COMMENTAIRE

Commentaire

Entrée

Adresse e-mail

Site web

PUBLIER RÉPONSE

◀ 3 PRATIQUES SEO INCONTOURNABLES POUR LES RESTAURATEURS ([HTTP://DIGITALANDFOOD.FR/STRATEGIE-DIGITALE/ASTUCES-SEO-RESTAURATEURS](http://digitalandfood.fr/strategie-digitale/astuces-seo-restaurateurs))
ROBOTS, INTERFACES TACTILES : LES NOUVELLES TECHNOLOGIES BOULEVERSENT LA PRISE DE COMMANDES EN RESTAURATION ▶
([HTTP://DIGITALANDFOOD.FR/NOUVELLES-TECHNOLOGIES/NOUVELLES-TECHNOLOGIES-BOULEVERSENT-LA-PRISE-DE-COMMANDE](http://digitalandfood.fr/nouvelles-technologies/nouvelles-technologies-bouleversent-la-prise-de-commande))

© (<https://www.instagram.com/digitalandfood/>)

© 2017 Digital & Food. Thème par Colorlib (<http://colorlib.com/>). Propulsé par WordPress (<http://wordpress.org/>)