

Le Canard BORDELAIS

LIVRE BLANC

Comment devenir un restaurateur 2.0 grâce à la stratégie phygitale ?



Guide complet pour
apprivoiser la puissance du
digital dans votre restaurant

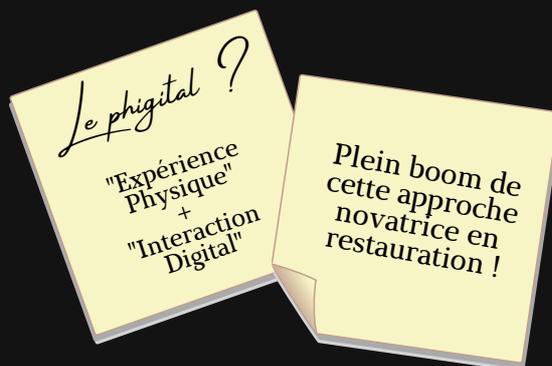




HEY, I'M SOLÈNE

Directrice artistique, webmaster, chargée de projet digital et de communication en hôtellerie-restauration.

Passionnée de gastronomie (très gourmande surtout !), je suis une créatrice de contenus depuis 2016. Avec plus de 10 ans d'expériences en restauration, je jongle avec les pixels et les mots comme un chef avec ses couteaux. Cette année d'alternance au sein du Groupe Meiar m'a permis de manipuler en profondeur toutes les facettes du digital en restauration : de l'influence à la gestion des médias ou encore la mise en place de stratégies digitales.



LET'S GO!



NOTE DE PRÉSENTATION

LIVRE BLANC

"Expérience Physique" + "Interaction Digitale"

Restaurateurs ! Une approche novatrice en plein essor

Le phygital ?

COMMENT DEVENIR UN RESTAURATEUR 2.0 GRÂCE À LA STRATÉGIE PHYGITALE ?

Bienvenue dans ce guide complet visant à apprivoiser la puissance du digital en restauration. Le but ? Délivrer les meilleurs conseils et outils pour aider les restaurateurs à prendre leur envol sur les réseaux, et ce, même en partant de zéro !

MENU

VEILLE & OUTILS

COMMUNICATION

FIDÉLISATION



Chai n°8



Atelier 115



Mélodie

LES JEUX-CONCOURS

+34% Followers*

+64x Commentaires

+70% Partages

EN BREF

- Des résultats concrets de l'expérimentation Instagram
- Des interviews de professionnels
- Des anecdotes vécues
- Des ex. de restaurants appliquant le concept

- Collaborer avec un influenceur ?
- Mettre en place un bon SEO pas à pas ?
- Créer des stories impactantes et animées ?
- Établir une stratégie de communication ?
 - Lancer un programme de fidélité ?



@le_canard_bordelais

Influence food

Depuis 11/2023

De 1 à +7k en 7 mois

LIRE LE LIVRE BLANC

lecanardbordelais.guide@gmail.com

Solène Labbé

M2 DA ESP 2023



MENU



AUX PETITS OIGNONS



1. VEILLE ET OUTILS

- a. 9 astuces digitales pour gagner un temps fou
- b. La méthode complète pour une veille efficace
- c. Le top 6 des apps du restaurateur 2.0



2. COMMUNICATION

- a. Le guide 2023 pour une communication virale
- b. La recette pour un référencement optimisé
- c. L'Influence comme tremplin



3. FIDÉLISATION

- a. De clients fidèles à ambassadeurs
- b. Tout savoir sur les jeux-concours
- c. Un outil simple et puissant : Pongo

Bonus & annexes

Note de synthèse



01. VEILLE ET OUTILS

Mélodie



GAGNER UN TEMPS FOU

P.3

Les restaurateurs ont enfin leurs alliés dans le monde du numérique ! Mais lesquels sont-ils ? Ces outils digitaux vous offriront un gain de temps, une croissance boostée et des clients ravis. Découvrez les avantages alléchants de la réservation en ligne, de la promotion en ligne, de la gestion des stocks et de la fidélisation client.

10x

Plus rapide sans contact

25%

- de temps d'attente

80%

- temps administratif

OUTILS

Réservation en ligne
Commande en ligne
Paiement sans contact
Plateformes d'avis
Gestion des stocks
Veille

RÉSEAUX SOCIAUX

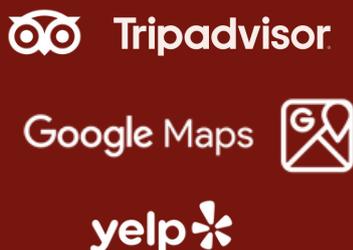
Attirer l'intention, informer
& interagir



SITE

- Affirmer sa présence
- Informer des horaires
- Renseigner le lieu
- Présenter son menu
- Informer des prix
- Communiquer sur ses valeurs

AVIS



COLLABORATION

Invitation pour 2 contre
création de contenus

Un coup de pouce ?
Hemblém : agence
d'influence connectée à
Zenchef

REPUTATION

des clients lisent
97% les avis selon
BrightLocal
estiment l'importance
de la réponse
du propriétaire **78%**

STOCK

- Suivi en temps réel
- Automatisation
- Gestion centralisée
- Optimisation des commandes
- Intégration des fournisseurs

ADMINISTRATIF

Comptabilité
QuickBooks / Xero / Sage Intacct
Emplois du temps
7shifts / Deputy / HotSchedules
Gestion de la caisse
Square / Toast / Revel Systems

KPI

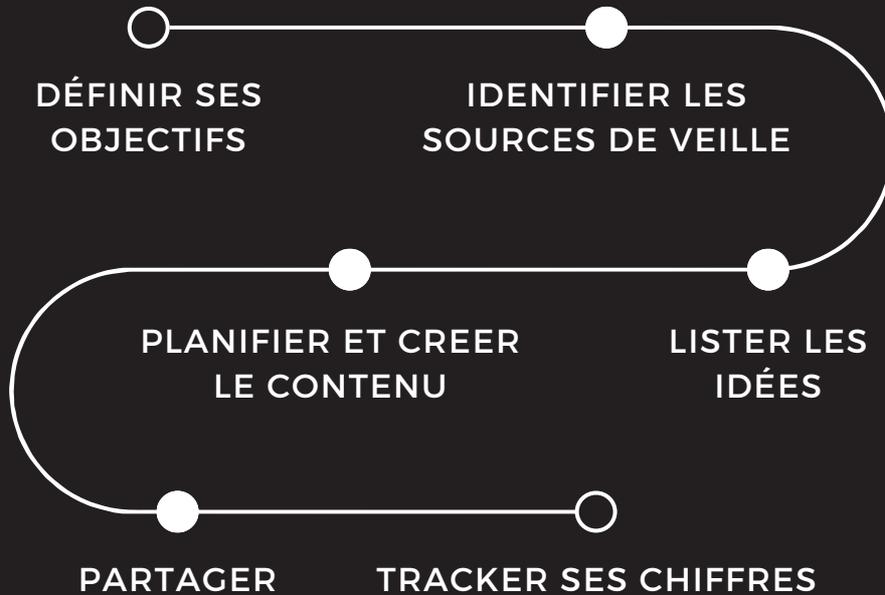
Tx de conversion
Ticket moyen
Tx de rétention (fidélité)
Nb de couverts
Tx de satisfaction
CA

UNE VEILLE EFFICACE

P.4

LES ÉTAPES

Où comment être en
avance sur les
tendances ?



Réinventez ces
trouvailles à votre
sauce et publiez-les
sur les réseaux
sociaux !

LES TENDANCES À SCRUTER



ACTUALITÉS

*Pacific x Renaissance
collaboration 1er spot à
"New York Roll"*



PRODUITS

*"Lobster roll" revisité
effiloché à la française,
Carmel*



CONSOMMATION

*Options végétariennes et
sans gluten,
Contrast*



PROMOTIONS

*Cookies éditions limitées
spéciaux marronniers
Batch Cookie*



CONCEPTS

*Dégustation tirage au
sort - Tiktok
Heiko*



INNOVATIONS

*"Magic Tea"
Change de couleur
Homie's Kitchen*



ÉVÈNEMENTS

*100 pokes offerts
Ouverture
Homa Poke*



MODE

*Super-produits, circuits
courts, éthique et
transparence, labels*

UNE VEILLE EFFICACE

P.5

MES CONSEILS DE COMPTES A SUIVRE



RESTAURANTS À COMMUNICATION VIRALE

Père et fish, Les burgers de Colette, Backyard



RESTAURANTS AUX CONTENUS LUDIQUES

La Mie Caline, Columbus



MEDIAS LOCAUX

Quoi faire à Bordeaux, Le Bonbon, C'bon Bordeaux



INFLUENCEURS & CHEFS

Mange.ris.aime, HappyFoodFr, Etchebest

INTERVIEW K.MEIAR

Directeur du Groupe Meiar, groupe de restauration traditionnelle à Bordeaux

LE CANARD BORDELAIS

Pouvez-vous donner un exemple de tendance que vous aviez anticipée et mise en place dans vos restaurants ?

KEVIN MEIAR

Oui, c'était les réservations en ligne en 2010. J'ai décidé d'arrêter définitivement les réservations au téléphone, ça a mis du temps à prendre mais je ne regrette absolument pas cette décision

LE CANARD BORDELAIS

Quel est votre outil de veille préféré ?

KEVIN MEIAR

Essentiellement sur Tripadvisor.

LE CANARD BORDELAIS

Quelle technologie est la plus utile pour l'entreprise ?

KEVIN MEIAR

L'IA, que nous sommes en train de mettre en place et qui va gérer nos approvisionnements.

APPS DU RESTAURATEUR 2.0

P.6

Voici les outils que j'utilise au quotidien pour gérer les réseaux de nombreux restaurants simultanément



PONGO

Plateforme marketing complète (voir page)



META BUSINESS SUITE

Planification des publications & gestion des publicités



ZENCHEF

Site web et gestion des réservations en ligne



INSHOT

Montages vidéos, retouches photos et création de miniatures



MOJO

Création de stories animées Instagram/Facebook



PREVIEW

Visualisation du feed Instagram Payant



LE COUP DE PATTE DU CANARD

Misez sur une direction artistique reconnaissable ! Elle apportera cohérence, différenciation et renforcera votre crédibilité. Comme exemple, je suis passé de 0 à 5k abonnés en 7 mois en mettant en avant mon image à travers une communication efficace !



02.COMMUNICATION

Chai n°8



COMMUNICATION VIRALE

P.8

FORMATS VARIÉS

Reels, carrousels,
posts & stories

THÉMATIQUES CIBLÉES

Informatif, divertissant
et gourmand

RYTHME RÉGULIER

3x/semaine
minimum

CONTENU TENDANCE

Concepts "notoriété",
"trend", "éducatif"

JEUX CONCOURS

Collaborations
Gains

VISUELS RÉFLÉCHIS

Montrer l'humain,
l'interaction visuelle,
feed préparé

MARQUE BLANCHE

Contenus d'influenceurs
Collaborations

PLANIFICATION

1 tournage/mois
1 planning édito/mois

ÊTRE RÉACTIF

Réponse aux questions
Intéragir également (likes)

RACONTER UNE HISTOIRE

Storytelling de marque,
émotions

COMPRENDRE L'ALGORITHME

Contenus à enregistrer,
story engageantes



QUELQUES IDÉES ?



CHALLENGES



CITATION



BEST OF



DECLINAISON



TENTATION

UN RÉFÉRENCIEMENT OPTIMISÉ

P.9

LES INGRÉDIENTS D'UN SEO COMPLET

LES INDISPENSABLES



FICHES RÉFÉRENCÉES

Google & Tripadvisor
À jour : horaires, cartes, avis, photos



SITE INTERNET

Bons mots clés, informations,
prix des menus/plats



MOBILE FIRST

Site adapté sur Mobile
90% des commandes en livraison

LES PETITS PLAISIRS



CANAL DE DÉCOUVERTE

Savoir quel canal touche le plus
de prospects pour l'optimiser



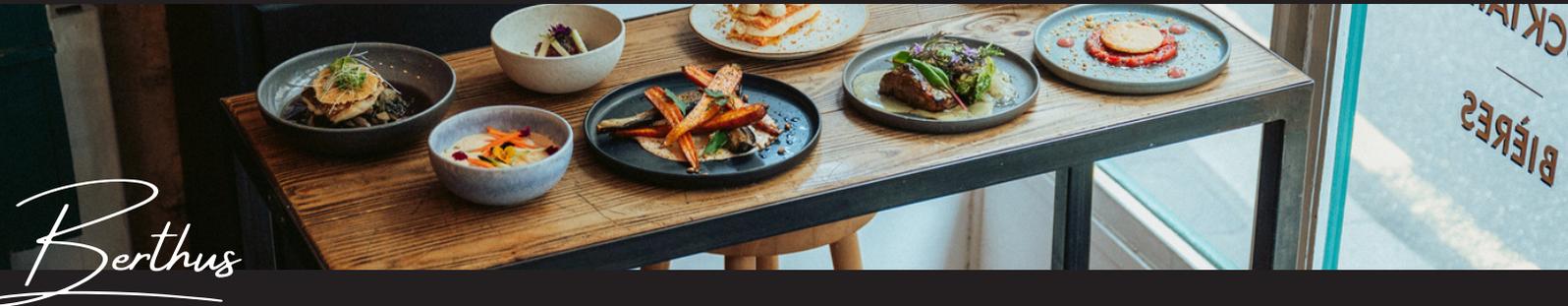
PLURALITÉ DES RÉSEAUX

Un seul contenu pour 5x plus de
vues : republication multi-canal



PUBLICITÉ

Booster son contenu sur les
réseaux (voir ci-dessous)



LA RECETTE PUBLICITAIRE

Dépenses moyennes* :

Instagram : 2K
Google : 1k
Tiktok : 500

Ci contre, interview réalisée pour le Berthus



*Utilisé par Pèreetfish

● POURQUOI INVESTIR ?

Puisque la concurrence est de plus en plus rodée sur le terrain du digital

● COMBIEN INVESTIR ?

5% du CA est un bon ratio à titre d'exemple

● COMMENT SE FORMER ?

Sur OpenClasrooms, Youtube ou bien META

● QUELS VISUELS PRIVILÉGIER ?

Des photos de plats alléchants, car divertir seulement ne vend pas

● DONNER FAIM PAR LE VISUEL !

Car seulement divertir n'est pas ce qui aboutira à l'achat

L'INFLUENCE COMME TREMPLIN

P.10

75%

DES INTERNAUTES QUI SUIVENT DES INFLUENCEURS MARKETING ONT DÉJÀ ACHETÉ UN PRODUIT APRÈS AVOIR LU UN CONTENU PUBLIÉ SUR UNE PLATEFORME DE RÉSEAU SOCIAL



SUPERSTAR SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX :
Les influenceurs food ont une armée d'abonnés affamés qui adorent suivre leurs aventures culinaires. Leur pouvoir de diffusion permet aux restaurants d'atteindre un public plus large et d'attiser l'appétit des gourmands.



COLLABORATIONS APPÉTISSANTES :
Les collaborations entre restaurants et influenceurs sont comme une délicieuse fusion. Les influenceurs peuvent recevoir des récompenses en échange de la promotion du restaurant, tandis que les restaurants profitent d'une visibilité renforcée pour un public plus large.

Djawa



SUCCÈS À LA CARTE :
L'influence n'est pas un plat tout prêt pour le succès. Les restaurants doivent maintenir une forte présence en ligne, offrir une expérience client exceptionnelle et suivre les tendances pour satisfaire les grands gourmets de leur communauté.



BONNE CRITIQUE, BOUCHE-À-OREILLE RENFORCÉ :
Lorsqu'un influenceur publie une critique positive d'un restaurant, cela donne un coup de pouce à sa crédibilité. Les adeptes de l'influenceur sont susceptibles de faire confiance à son opinion, ce qui incite la clientèle cible à réserver une table sans hésitation.

Nai Nai



FESTIN DE CONVERSATIONS EN LIGNE :
Les publications des influenceurs food génèrent souvent une avalanche de likes, de commentaires et de partages. Cela crée une conversation en ligne animée autour du restaurant, formant ainsi une communauté affamée prête à savourer les délices culinaires.



OFFRES À DÉVORER :
Proposer des offres exclusives à la communauté en ligne des influenceurs est un appât irrésistible pour attirer les clients. C'est un excellent moyen de stimuler l'activité du restaurant.

Gustave



RÉSEAUX SOCIAUX À VOLONTÉ :
Les influenceurs food peuvent donner un coup de pouce à un restaurant en publiant sur différents réseaux sociaux. Instagram, TikTok, YouTube... Ils savent où toucher leur public, ce qui permet aux restaurants de cibler des groupes d'amateurs de gastronomie spécifiques.



ÉVÉNEMENTS SAVOUREUX :
Organiser des événements spéciaux réservés aux influenceurs et à leur communauté est une façon de se démarquer. C'est l'occasion de mettre en avant les meilleurs plats, de présenter de nouvelles offres et de renforcer la réputation du restaurant.

Santosha

INVITEZ-LES !
Un repas pour 2 est un excellent compromis face aux tarifs actuels !

50K abonnés?
500€ le post



Les Dômes

03. FIDÉLISATION

La Pâtisserie



DE CLIENTS FIDÈLES À AMBASSADEURS

P.12

EXPÉRIENCE PHYSIQUE
AGRÉABLE AU RESTAURANT



INTERACTION DIGITALE
PERSONNALISÉE



LE COUP DE PATTE DU CANARD

ZOOM SUR LE PROGRAMME DE FIDÉLITÉ

Idées de gains :

- Apéritifs
- Bouteille de vins
- Menus x1 ou x2
- Café

Documents légaux :

- Conditions générales
- Politique de confidentialité

Logiciel : Pongo



LES JEUX-CONCOURS

P.13

LA TECHNIQUE DU GIFTING M'A PERMIS DE BOOSTER MON COMPTE DE 200 À 7K ABONNÉS

GAINS ATTRACTIFS

DURÉE D'1 A 2 SEMAINES

PARTICIPATION + @ + ABONNEMENT

HASHTAGS PERTINENTS

BOOST DE VISIBILITÉ

TIRAGE AU SORT

Je vous conseille d'utiliser l'outil en ligne "Comment Picker". Gratuit et simple d'utilisation, il permet un tirage au hasard avec possibilité d'ajouter des filtres quant à la sélection de vos gagnants (minimum de mentions, réponses etc.)



PARTAGE DU GAIN

En termes d'organisation, notez le nom des gagnants puis envoyez leur un message privé sur Instagram après les avoir mentionnés en Story. Demandez leur un nom ainsi qu' un mail pour leur transmettre le gain.



+34%
Followers*

+64^x
Commentaires

+70%
Partages

COLLABORATIONS AVEC DES INFLUENCEURS

Les partenariats avec des influenceurs pertinents peuvent considérablement augmenter la visibilité de votre concours. Trouvez des influenceurs qui s'alignent avec votre marque et demandez-leur de promouvoir votre jeu-concours auprès de leur audience.



PONGO

P.14



GESTION DES RÉSERVATIONS :

Pongo offre un système de gestion des réservations en ligne pour les restaurants. Les clients peuvent réserver une table directement depuis le site Web ou l'application mobile du restaurant, ce qui simplifie le processus de réservation et réduit les erreurs de communication.



NOTIFICATIONS ET RAPPELS :

Pongo envoie automatiquement des notifications et des rappels aux clients pour leurs réservations. Cela permet de réduire les annulations de dernière minute et d'améliorer la gestion des tables du restaurant.

BASE DE DONNÉES CLIENTS :

Il dispose d'une fonctionnalité de gestion de la base de données client. Les restaurateurs peuvent collecter et stocker les informations des clients, telles que leurs coordonnées, leurs préférences ou leurs anniversaires, pour offrir un service personnalisé et mettre en place des campagnes de marketing ciblées.



GESTION CENTRALISÉE DES AVIS

La plateforme permet également de répondre, en un même endroit, aux avis Google et Tripadvisor.

ANALYSE DES DONNÉES :

L'outil offre des fonctionnalités d'analyse avancées pour aider les restaurateurs à prendre des décisions éclairées. Ils peuvent accéder à des rapports détaillés sur les réservations, les tendances de fréquentation, les préférences des clients, etc. Ces informations peuvent être utilisées pour ajuster les stratégies commerciales et améliorer les performances du restaurant.



PROGRAMME DE FIDÉLITÉ

À l'aide d'une tablette, le client a simplement à entrer son numéro de téléphone et accumule des points à chaque passage pour gagner des lots, personnalisables par le restaurateur.



CAMPAGNES SMS :

Il est possible d'envoyer des sms aux clients afin de les prévenir d'offres spéciales ou de nouveautés dans le restaurant.

SUPPORT ET ASSISTANCE :

Pongo offre un support client réactif et une assistance technique pour aider les restaurateurs à tirer le meilleur parti de la plateforme. Ils peuvent obtenir de l'aide pour la configuration, la formation ou la résolution de problèmes éventuels.



SÉCURITÉ ET FIABILITÉ :

Les informations sont cryptées et protégées conformément aux normes de sécurité les plus strictes. De plus, l'outil est fiable et disponible 24 heures sur 24, assurant ainsi une continuité de service pour les restaurants.

BONUS

P.15



COMMENT ÉTABLIR SA STRATÉGIE DE COMMUNICATION ?

= décisions et actions planifiées visant à atteindre des objectifs de communication spécifiques.

ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT

01. L'ENVIRONNEMENT

Étude sur les concurrents

02. CIBLES

Catégories et besoins clients

03. OBJECTIFS

Se faire connaître, se développer, fidéliser

04. LES MÉDIAS

Les canaux de communication à utiliser

PLAN DE COMMUNICATION

☞ Choix des actions à mettre en place

Ex : identité visuelle, référencement, fidélisation, communication, publicité, influence

CALENDRIER STRATÉGIQUE

☞ Préparation du planning des actions à mener



COMMENT PRÉPARER SON PLANNING ÉDITORIAL ?

= planifie et organise les contenus à publier sur différents canaux de communication

SECTIONS

Jour	Date	Statut
Rubrique	Contenu	Wording
Hashtag	Visuel	Remarque

PRÉPARATION

☞ D'abord réfléchir aux contenus à proposer puis à l'harmonie du feed que l'on peut préparer sur Preview ou Canva.

PLANIFICATION

☞ Préparation du calendrier en fin de mois pour le mois suivant

PROGRAMMATION

☞ Sur la Suite META, il ne reste plus qu'à organiser la programmation des posts en amont !

Les conseils que j'utilise personnellement dans mon travail

Cohérence et Organisation

Structure et gestion

CHECKLIST du Restaurateur 2.0

Restaurant : Date de début/fin :

To Do List	Outils	Page	✓
Répondre aux avis en ligne	Tripadvisor, Google	p.3	
S'inspirer par de la veille sur les réseaux	Instagram, Facebook, Tiktok	p.3,4,5	
Se lancer sur les réseaux sociaux	Instagram, Facebook, Tiktok	p.3	
Inviter des influenceurs régulièrement	Instagram, Hemblem	p. 3,10, 17	
Allouer un budget à la communication	Google Sheet Excel	p. 9	
Réaliser des shootings seul ou via un prestataire	Drive	p.3	
Établir sa stratégie de communication	Google doc/sheet	p15	
Créer du contenu	Mojo / Inshot Preview	p.6,8	
Planifier son contenu via un planning édito	Google sheet	p.15	
Créer ses propres jeux concours	Google sheet META	p.8,13	
Mettre en ligne son site internet	Zenchef Wordpress	p.3	
Avoir sa plateforme de réservation en ligne	Zenchef Wordpress	p.6	
Lancer son programme de fidélité	Pongo	p.4, 12	
Vérifier son référencement naturel	Wordpress	p. 9	
Lancer une campagne SMS	Pongo	p.14	
Automatiser des tâches pour gagner du temps	META Zenchef et +	p.3,14	
Apparaître dans des articles de médias en ligne	Presse Médias locaux		
Vérifier ses KPI	Pongo Metricool	p.3	
Ajuster sa stratégie en fonction des résultats	Google doc/sheet		
OPTIONS : collaborer avec Pongo et Hemblem	Pongo Hemblem	p.6,14	



Le Canard BORDELAIS

INFLUENCE FOOD À BORDEAUX

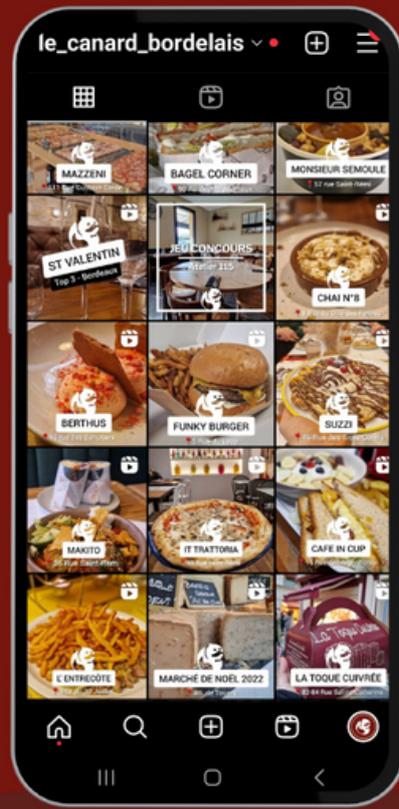
Concepts : test de restaurants, les "Top 3", les "Trips de Canard" & excursions
Services à la demande : Stories, reel, jeu-concours, boost, événementiel & stickers devanture



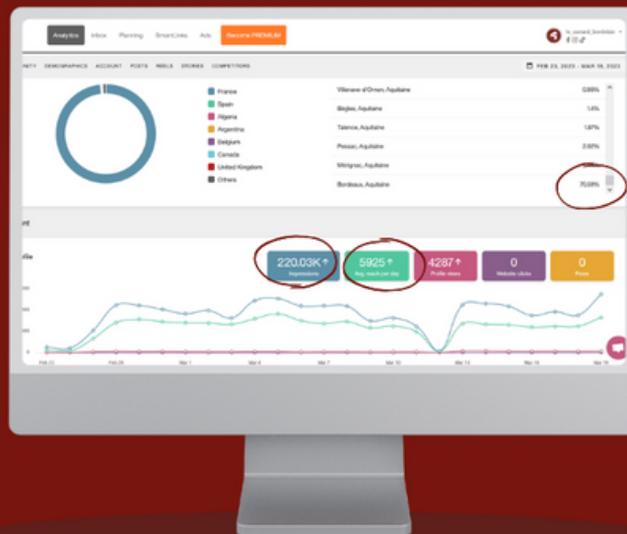
LE JEU-CONCOURS



LE STICKER



Récentes collaborations



CONTACT

07 69 12 28 34

@ solene.labbe@groupemeiar.com

33000 Bordeaux



EXPERIENCES

+8



- 09-09 22-23 **ALTERNANCE CHARGÉE DE COMMUNICATION**
Groupe Meiar (Restauration) - CM, DA, Site Web, print, gestion de projet
- 03-08 2022 **STAGE WEBMASTER, CRÉATION DIGITALE & DATA**
CNRS de Lyon/ENS de Paris - Chargé de recherche "Picasso Letters"
- 2019 2022 **CDD CHEF DE RANG, SERVEUSE & WEBMASTER**
Auberge de l'Argentor - Saison

OPPORTUNITES

INFLUENCE

- CREATRICE DE CONTENU & INFLUENCE FOOD**
"Le Canard Bordelais" : le guide des adresses bordelaises

PROJETS

- SPRINTS DIGITAUX**
Création de concepts innovants pour Jock, Cultura, Horace etc.

CONCEPT

- GESTION DE PROJET**
Création d'une entreprise de restauration fictive

VOYAGE

- BOCUSE D'OR**
Découverte du Sirha et des Bocus d'Or, rencontre avec G.Gomez

E-LEARNING

- AUTOFORMATIONS**
Webdesign, marketing & photo culinaire

INTERETS



Webdesign
Réseaux Sociaux



Photographie
Montage



Graphisme
UX/UI



Cuisine
Nutrition



Linguistique
Enseignement

SITE WEB



www.solene-labbe.fr

PORTFOLIO :

<https://solene-labbe.myportfolio.com>

AWARDS

- Permis B / AB / ASSR 1-2
- B2i / Pix
- Enforex Espagnol
- AT Internet DATA

Solène
LABBÉ

FULL REMOTE

FORMATIONS

- ESP / ESD** 2021...
M1 Cycle Intensif : création numérique & communication
M2 Direction Artistique
- UNIVERSITÉ DE POITIERS** 2018-2021
LLCER Espagnol - Major de Promo - Mention Très Bien
- LYCÉE KYOTO** 2015-2018
Bac Sciences et Technologies de l'Hôtellerie-restauration

HARD SKILLS

Pack Adobe	Pack Office
Wordpress	Filmora
Figma	Canva
ZenChef	Notion
HTML, CSS	META B. Suite

LANGUES

Français	Courant
Anglais	B2+
Espagnol	C1
Basque	Base

SOFT SKILLS

- Créativité
- Organisation
- Autonomie
- Curiosité

Le contenu à été produit suite à mon année d'alternance au sein du Groupe Meiar, qui fut très enrichissante sur tous les points cités. Ces retours d'expériences ont été complétés par le suivi d'une conférence présentée par Père et Fish sur le Phygital et filmée par GreenBullCampus.



Remerciements :

Le Groupe Meiar, Louis Vizet, merci à Damien Paris pour les conseils et à ma famille et mes amis qui me soutiennent dans tous mes projets



LE CANARD BORDELAIS

@le_canard_bordelais

lecanardebordelais.guide@gmail.com

www.solene-labbe.fr

Photos par @le_canard_bordelais et @popotestudio