

Les leviers clés de la rentabilité

Optimiser la gestion des réservations



Conseil n°1

Maximiser le taux de remplissage

Le taux de remplissage de vos tables, ou taux d'occupation, est un indicateur vital de la rentabilité d'un restaurant.



Taux de remplissage =
(nombre de tables réservées
ou occupées) / (nombre
total de tables) * 100

Taux de remplissage
moyen en 2022

63% pour un restaurant
traditionnel

112% pour la restauration
rapide

Source : L'observatoire fiduciaire de la restauration, 2023

Comment l'optimiser et ainsi rentabiliser au maximum l'espace de votre restaurant ?

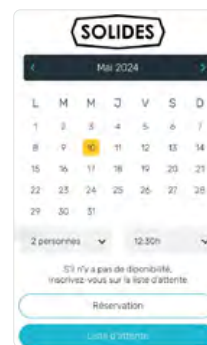
Exploiter la réservation intelligente

Pour atteindre un taux de remplissage optimal, il est crucial d'adopter des techniques de réservation intelligentes comme le plan de salle interactif et le moteur de réservation par la table. Cela inclut la gestion efficace des créneaux horaires et la durée des réservations.

En segmentant automatiquement les horaires de service, en ajustant vos plans de tables en temps réel et en ajustant les durées de réservation en fonction de la taille des groupes, vous pouvez maximiser l'utilisation de votre espace tout en offrant un service de qualité. Un logiciel de réservation en ligne peut vous aider à centraliser ces tâches.

Mettre en place une file d'attente virtuelle

Une file d'attente virtuelle est une solution moderne et efficace pour gérer les clients en attente de table. En permettant aux clients de s'inscrire à la file d'attente sur votre site internet, vous attribuez automatiquement vos tables en cas d'annulation. Vous faites ainsi des heureux tout en gagnant en rentabilité.



Lutter contre les no-show

Les réservations non honorées sont un cauchemar pour les restaurateurs, mais il existe des moyens de les minimiser. L'empreinte bancaire par exemple est un moyen efficace de dissuader les no-shows, tout comme le prépaiement ou encore le rappel automatique de réservation. Choisissez la ou les solutions qui correspondent le mieux à votre clientèle et votre réalité de terrain.

"Les no-show, mis bout à bout, représentent un manque à gagner de près de 50.000€ par an chez nous. C'est énorme ! Depuis la mise en place de l'empreinte bancaire, nos clients sont plus responsables et nous n'avons plus de problème de no-show."

Glenn Viel, L'Oustau de Baumanière