

Livre blanc

L'expérience client au restaurant

I'humain avant tout



Guestonline
by COVERMANAGER

Au menu

N'attendez pas votre client	03
Check-list de votre site internet	03
Des publications régulières sur les réseaux sociaux	04
Google My Business : votre vitrine	05
Optimiser l'accueil clients	05
Les informations d'un fichier client	06
L'expérience client... après le restaurant	07
Les outils indispensables d'un bon accueil clients	08
Le module de réservation en ligne	08
Les technologies liées	09
À propos de Guestonline	10



Avant, pendant, après... optimisez l'accueil des clients de votre restaurant

En France, 80 % des Français décident de leur restaurant grâce aux informations du web. Dans le contexte si particulier que nous traversons avec la crise du COVID-19, la relation client joue un rôle de plus en plus important à l'heure de se rendre au restaurant.

N'oubliez pas que vos clients sont le patrimoine de votre restaurant. Voilà pourquoi il est important de les soigner, de leur proposer un service optimal, de vous démarquer de vos confrères.

À l'ère du numérique, des outils faciles d'utilisation et performants sont à votre disposition pour que l'expérience de vos clients soit parfaite. Fichier clients, communication sur les réseaux sociaux, module multilingue, no-shows, turnover... sont des termes que vous connaissez bien. Mais possédez-vous les outils adéquats à leur maîtrise ?

Voici un guide pour optimiser l'accueil de vos clients dans votre restaurant, les fidéliser et gagner un temps précieux.

N'attendez pas votre client

L'expérience client commence bien avant que la personne n'entre dans votre restaurant : aujourd'hui, l'information va se chercher sur internet.

Via votre site web, les réseaux sociaux, les recommandations. votre client se sera fait une première idée de ce qui l'attend en termes de saveurs et d'expérience. Pour mettre tous les atouts de votre côté, faites en sorte qu'il ait accès aux bonnes informations.

Un site internet à jour et bien renseigné

Le site internet est une vitrine de votre restaurant disponible 24h/24. Une étude menée en 2020 montre que 95,7 % des Français possèdent un smartphone. De plus, 70 % de la population mondiale se connecte à internet depuis un téléphone mobile.

Conclusion : vos clients potentiels utilisent de plus en plus leur smartphone pour trouver le site web de votre restaurant. Celui-ci doit donc être adapté, sous peine de voir votre client rapidement zapper sur un autre site plus accessible.

Qu'est-ce qu'un site internet "responsive" ?

Un site internet responsive est conçu pour s'adapter automatiquement à tous les types d'écrans : la présentation varie selon que l'internaute le consulte depuis son smartphone, sa tablette, son PC, voire sa télévision connectée.

Les sites responsive sont valorisés par Google, contrairement aux autres sites qui sont pénalisés. Autrement dit : si votre site se lit mal sur smartphone, il sera mal référencé par Google !

Un site responsive permet aux internautes une navigation confortable, quel que soit le support utilisé.

Dans un même temps, votre site se doit d'être bien référencé par Google, lisible et à jour.



Check-list de votre site internet

A minima, voici les rubriques que l'on trouve sur un site internet performant de restaurant :

- Une présentation de quelques lignes avec les mots clés sur lesquels vous voulez être trouvé : terrasse, repas de groupe, atypique, cuisine régionale
- Les informations pratiques : adresse, horaires, transports en commun, contact
- Des photos de qualité pour donner une première idée de la décoration, des plats que vous proposez, de l'atmosphère
- Le menu, la carte, afin de donner une idée des prix pratiqués
- Un module de réservation en ligne : votre site a donné envie à l'internaute de venir, permettez-lui de concrétiser immédiatement
- Des liens vers vos réseaux sociaux

Des publications régulières sur les réseaux sociaux

La restauration, la gastronomie sont parmi les principaux sujets partagés sur Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest...

Vos clients sont hyper connectés, en 2020 92 % des foyers français ont accès à Internet. Ils n'auront pas quitté la table de votre restaurant que la photo des plats, accompagnée de quelques commentaires, circulera déjà sur tous les réseaux sociaux.

Ce pouvoir de communication n'appartient pas aux seuls consommateurs : sachez vous l'approprier et en tirer profit ! N'hésitez pas à partir à la rencontre de vos clients et clients potentiels sur les réseaux sociaux. Pour vous guider, téléchargez le livre blanc gratuit [Restauration et réseaux sociaux : ce qu'il faut savoir.](#)

Dans un même temps, votre site se doit d'être bien référencé par Google, lisible et à jour.



Google My Business : votre vitrine sur le moteur de recherche

Votre restaurant en première page de Google gratuitement, c'est facile avec les fiches Google My Business. Correctement complétée, cette fiche assure que votre restaurant apparaîtra immédiatement, quand un internaute tapera le nom de l'établissement et la ville sur le moteur de recherche.

Les avantages d'une fiche Google My Business :

- le référencement naturel : toutes vos informations utiles apparaîtront en 1ère page des résultats
- les fiches établissements sont également référencées sur les plans Google Maps
- Google My Business permet à vos clients de réserver une table directement depuis votre fiche. Pour cela rien de plus simple, en tant que partenaire Google vous avez accès à cette fonctionnalité gratuitement. Cerise sur le gâteau, l'ensemble des réservations sont sans commission

Découvrez notre article sur la création d'une page Google My Business restaurant

En résumé

Le choix d'un restaurant ne se fait généralement pas par hasard. Bouche-à-oreille, recommandation, recherche internet restent des leviers que vous pouvez actionner facilement pour fidéliser vos clients et en capter de nouveaux.

Assurez-vous que votre site internet soit suffisamment attractif, réalisez un audit numérique gratuit.

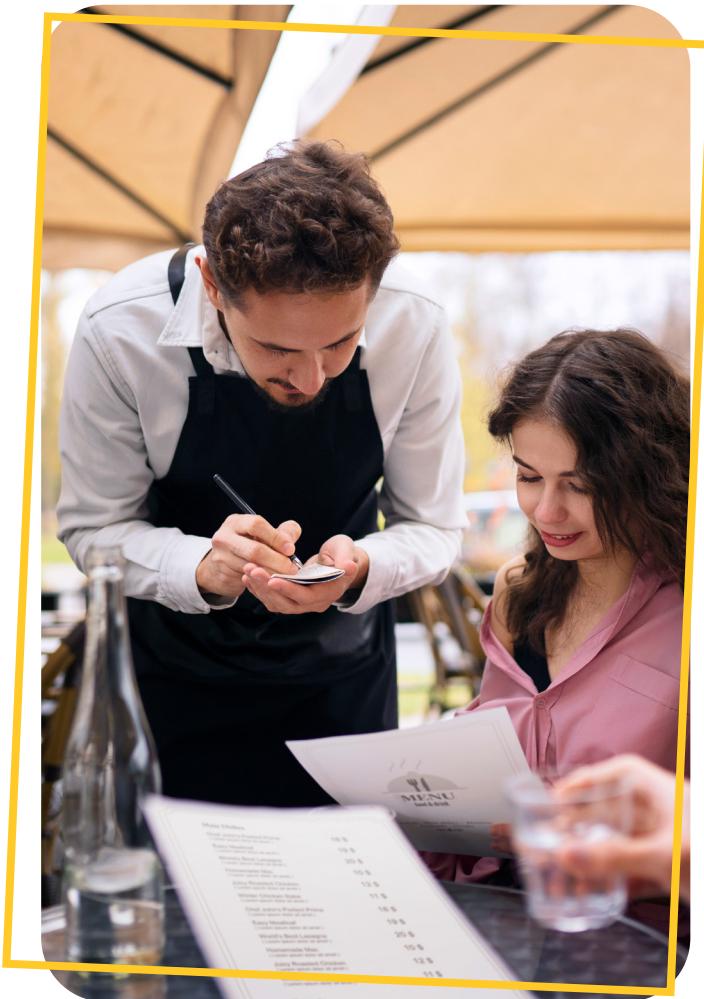
Optimiser l'accueil client

On ne vous parlera pas ici de la qualité du repas servi ou de la décoration de votre établissement. Tout cela, vous le faites bien mieux que nous. En revanche, nous pouvons vous accompagner pour optimiser l'accueil de votre client.

Un client qui se sent important et reconnu parlera autour de lui en bien de votre restaurant et il y reviendra. Les nouvelles technologies sont aujourd'hui des aides précieuses pour connaître votre client, ses habitudes, ses intolérances, ses goûts.

Savoir reconnaître tous ses clients

Toutes les entreprises soignent leurs fichiers clients. Pourtant, dans beaucoup de restaurants, noms et coordonnées sont notés rapidement sur un cahier de réservation papier qui termine archivé en haut d'une étagère. Au mieux, ces informations sont enregistrées sur un fichier Excel difficile à tenir à jour et pas toujours conforme à la réglementation RGPD.



Les informations d'un fichier client

A minima, voici les rubriques que l'on trouve sur un site internet performant de restaurant :

- prénom, nom
- e-mail, n° de téléphone
- date de naissance, pour proposer une offre le mois d'anniversaire
- préférences, allergies...
- et autres renseignements récoltés aux passages de votre client, pouvant vous aider à améliorer son expérience

Aujourd'hui, la réservation en ligne se généralise, 1 Français sur 2 réserve sa table de restaurant en ligne. En remplissant le module de réservation, les clients entrent eux-mêmes, dans votre base de données, leur nom et e-mail. Il ne vous reste qu'à les mettre à jour et à les enrichir au fil des passages de la personne et des informations recueillies par vous et votre équipe (ses habitudes, ses préférences, ses allergies).

Toute une masse d'informations que le cerveau humain ne peut pas retenir.

Un fichier client bien renseigné vous permet non seulement d'optimiser la relation avec vos hôtes mais également d'anticiper leur arrivée et de gagner un temps précieux au quotidien.

Lors de la mise en place du service, vous consultez en un clin d'œil toutes les informations nécessaires à un accueil parfait : une préférence pour la table du fond, ne veut pas être près de la fenêtre, met 3 sucres dans son café, vient pour un anniversaire surprise... Les informations de votre fichier client entrent dans le cadre du RGPD – Réglement Général européen pour la protection des données.

Consultez cet article pour mieux connaître et respecter cette loi : Comment survivre au RGPD quand on est restaurateur.

Fidéliser grâce à la technologie

Comptant parmi les premiers employeurs de France, la restauration doit faire face à un turnover important de son personnel (maîtres d'hôtel, serveurs, commis). Dans ces conditions, comment maintenir une qualité constante de service, la bonne transmission des informations et un accueil personnalisé de vos clients ?

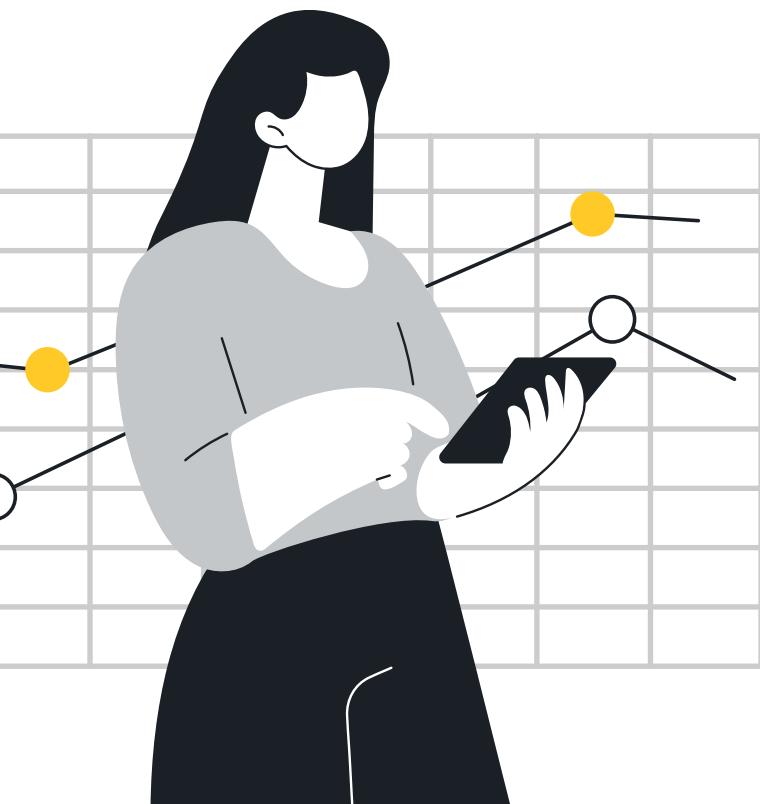
Il est essentiel que toutes les informations gardées en tête depuis longtemps par votre fidèle serveur-serveuse soient partagées avec le nouvel extra venu porter main forte pendant quelques semaines.

C'est possible grâce aux nouvelles technologies et au cahier de réservation numérique.

Avec des informations clients à jour et consultables en temps réel et en un clin d'œil par chaque membre de l'équipe (même les nouveaux) vous garantissez le meilleur accueil à vos clients.

Savoir en un clic que madame M qui vient d'arriver, déteste la table près de la fenêtre ou que monsieur R est intolérant au gluten, évitera bien des impairs et vous permettra de gagner du temps. Madame M et monsieur R seront, en outre, ravis de se sentir reconnus.

Ordinateur, smartphone, iPad : accédez aux informations de vos clients en un clic. Chaque membre de l'équipe peut compléter et mettre à jour les fiches clients, garantissant la pérennité de la connaissance de chacun.



Quels avantages pour vos équipes en salle et en cuisine ?

Tous égaux dans le partage et l'utilisation des informations! Vous avez de nombreux serveurs dans votre équipe ? Au comptoir, en salle, en terrasse ou encore directement dans leur poche, le partage des informations est synchronisé en temps réel sur tous vos supports.

De quoi accueillir les clients de façon optimisée.

Les turnovers sont fréquents dans votre établissement ?

Même un extra aura accès aux fiches clients et pourra s'occuper de l'accueil comme s'il avait toujours travaillé chez vous. Vos clients reconnus et placés à leur table préférée par un serveur qu'ils n'ont jamais vu ?

Appelons ça le pouvoir de fidélisation.

L'expérience client... après le restaurant

L'expérience de votre client ne s'arrête pas au café. Ni au digestif... Elle se poursuit après le repas, une fois qu'il est sorti de votre établissement : le challenge est de maintenir le lien avec lui et de le faire revenir.

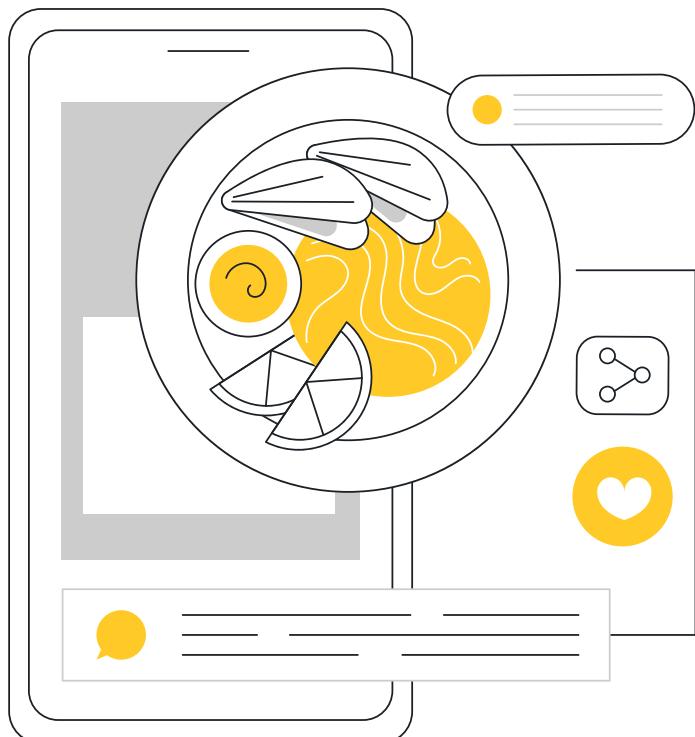
Les avis sont vos amis

Vos clients postent, sur les réseaux sociaux et sites d'avis, des commentaires et photos à propos de leur expérience dans votre établissement. Suivez ce qui est dit.

N'hésitez pas à répondre et à remercier quand les commentaires sont élogieux. Les avis négatifs eux aussi doivent être traités, avec quelques précautions supplémentaires :

- Répondez toujours à froid, jamais sur le moment au risque de se laisser emporter par l'émotion
- Que cela soit justifié ou pas, nous sommes tous humains et personne n'est à l'abri d'une erreur. Cherchez à comprendre précisément ce qu'il s'est passé afin de désamorcer un éventuel conflit. De nombreux avis négatifs proviennent d'une incompréhension
- Répondez systématiquement à vos avis négatifs, que cela soit pour le client qui l'a laissé, mais surtout pour les clients à venir qui lors de leur recherche vont lire vos avis. N'oubliez pas que 80 % des Français décident de leur restaurant grâce aux informations du web

Cela participe à maintenir un lien avec vos clients et reste essentiel à l'e-réputation (la réputation en ligne) de votre restaurant.



La newsletter ou e-mailing

Grâce à toutes les informations enregistrées, envoyez une newsletter en fonction des centres d'intérêt des destinataires. Les amateurs de vin apprécieront de recevoir votre nouvelle carte, par exemple. N'hésitez pas à proposer une offre à vos clients, le mois de leur anniversaire, etc.

Il vaut mieux envoyer une newsletter bien ciblée à 100 personnes qu'un message générique à 5000.

Votre grain de sel

Une autre façon de maintenir un lien fort réside dans la publication régulière de vos informations, actualités, photos de plats et de votre salle sur vos réseaux sociaux. Facebook, Instagram, Twitter... sont d'excellents vecteurs de communication pour votre établissement et de lien avec vos clients.

Vos clients publient à propos de votre restaurant et partagent des photos prises sur place. Si ces publications sont "publiques" (accessibles à tous les internautes), n'hésitez pas à les partager sur vos propres réseaux en ajoutant votre doux grain de sel... et en citant la source de la publication !

Les outils indispensables d'un bon accueil client

La restauration est entrée dans l'ère du numérique. Plus d'un Français sur deux réserve sa table de restaurant sur internet. Les clients sont connectés à toute heure. Smartphones, ordinateurs ou encore tablettes : être connecté c'est être libre, rapide et performant.

Voilà ce que la réservation en ligne offre aux restaurateurs, qui peuvent alors se consacrer à leur priorité : la cuisine !

Le module de réservation en ligne

Vos clients peuvent réserver jour et nuit depuis votre propre site internet dans la langue de leur choix. Ils reçoivent une confirmation immédiate et un rappel automatique. Réduisez enfin votre nombre d'appels et proposez une expérience de réservation à la hauteur de votre établissement.

Avec un module de réservation disponible 24h/24 sur le site internet de votre restaurant, vos pages Facebook, Google MyBusiness... tout s'enregistre automatiquement, simplement, pendant que vous vous occupez à tout autre chose : vos courses, inventer de nouvelles recettes, réfléchir au développement de votre restaurant, ou plus simplement rester avec vos proches.

Depuis n'importe quelle connexion internet, vous gérez votre restaurant sans y être, grâce à votre smartphone. La réservation en ligne vous assure une « e-permanence » autonome et une réduction drastique des appels téléphoniques.

Le pré-paiement

Pour éviter les no-shows et garantir le remplissage de votre salle, n'hésitez pas à demander une empreinte bancaire à vos clients, voire un prépaiement.

Une pratique qui s'étend dans l'hexagone et que les clients comprennent et acceptent bien mieux qu'on ne le pense !

Avec un module personnalisable, annoncez votre soirée spéciale et proposez vos menus aux internautes désireux de réserver dans votre restaurant. S'il est multilingue, les clients étrangers peuvent réserver sereinement dans leur langue.



Un des leviers en matière de réussite dans la restauration est la notion de service client. Grâce au système de réservation que propose Guestonline, nous avons amélioré la gestion des réservations en ligne et nos équipes ont la possibilité de passer beaucoup plus de temps avec nos clients.

SÉBASTIEN BRAS - MAISON BRASUSE

Taux de remplissage et gain de temps

Augmentez le nombre de réservations dans votre restaurant sans ajouter de nouvelles tables avec notre moteur de réservation intelligent. Optimisez chacune de vos tables avec un paramétrage avancé de votre outil. Ne laissez plus une chaise vide, nous vous suggérons la meilleure combinaison de table possible.՝

Placez vos clients en un clic et affichez vos disponibilités en temps réel avec votre plan de salle interactif. Travaillez où vous le souhaitez avec notre version smartphone, iPad et ordinateur.

Les technologies liées

Guestonline a lié sa technologie de gestion des réservations avec d'autres technologies, pour permettre aux restaurateurs de gérer leur restaurant sur un seul et même support. Cela permet de centraliser les informations et de croiser facilement les données recueillies.

Le Click & Collect

La vente à emporter, ou Click & Collect, est intégrée dans Guestonline grâce à des outils comme Console Shop and Go ou LivePepper. Ces solutions 100% en ligne sont dédiées à la restauration. Elles vous permettent de garder le contrôle sur vos commandes, avec un paiement en amont, tout en évitant les no-show et en améliorant l'expérience client.

Les logiciels de gestion d'avis et d'e-réputation

Grâce à la connexion avec Customer Alliance, acteur reconnu et dont la problématique des avis est la spécialité, les restaurateurs disposent d'un outil de gestion d'e-réputation, directement intégré à leur tableau de bord Guestonline. Ils peuvent ainsi récolter, gérer et diffuser simplement les avis et commentaires.

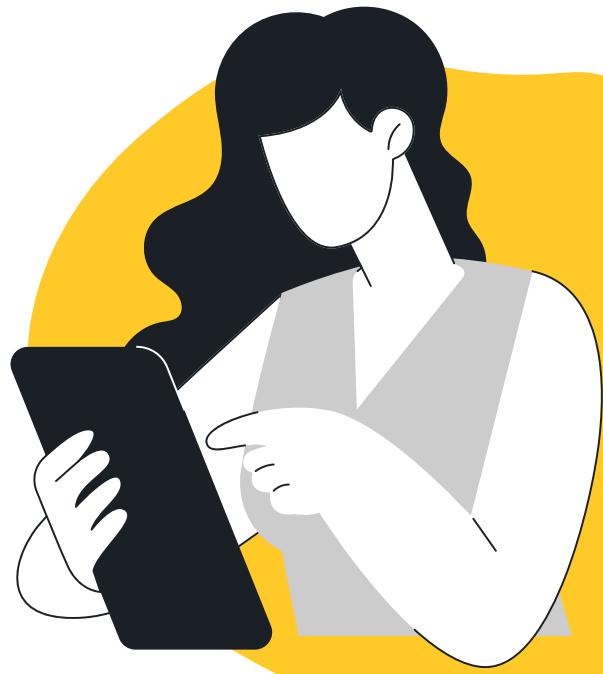
Les logiciels de création d'offres et bons cadeaux

Avec MyBeezBox, les restaurateurs créent et personnalisent des bons et chèques cadeaux pour leurs clients. Pour les utiliser, ceux-ci réservent en ligne le restaurant en entrant la référence de leur bon cadeau dans le champ prévu.

Pour les restaurateurs, c'est une occasion d'optimiser le taux de remplissage de l'établissement. Avec les bons cadeaux et chèques cadeaux émis pour des dates choisies, vous avez la possibilité de vous donner des outils supplémentaires de pilotage et de développement de votre établissement.

Les caisses enregistreuses

Pour les restaurateurs équipés de Guestonline et de L'Addition, Tiller, Lightspeed ou bien Cashpad... tout est synchronisé en temps réel. Les réservations enregistrées et fiches clients remontent dans le logiciel de caisse. Inversement, quand le restaurateur enregistre une information sur son logiciel celle-ci se synchronise instantanément sur son cahier de réservation. Et tout cela peut se gérer à partir d'un même iPad. ce de chacun.



Les no-shows créaient chez moi de véritables dommages collatéraux : au-delà de la perte de chiffre d'affaires que peuvent représenter 10 couverts non honorés sur 24, les clients assis à côté des tables vides me demandaient pourquoi eux avaient eu tant de mal à réserver, pourquoi on leur répondait que le restaurant était complet

ALEXANDRE MAZZIA - A.M

À propos de Guestonline

Guestonline est la solution indépendante et engagée de gestion des réservations adoptée par plus de 2.000 restaurants en France. C'est l'outil préféré des tables gastronomiques et étoilées (Paul Bocuse, Sébastien Bras, Laurent Petit, Hugo Roellinger, Glenn Viel, Alexandre Mazzia, Kei) ainsi que des groupes (K2 Collection, Sibuet, Groupe Agapes, Radisson, Sodexo).

La solution permet de centraliser toutes vos réservations sans commission (site Web, téléphone, Google, Facebook, Instagram), optimiser vos tables, réduire vos no-shows, et fidéliser vos clients. Connectée aux systèmes d'encaissement et PMS, elle s'intègre très simplement dans votre restaurant.

En outre, Guestonline est la seule solution du marché à développer un outil de réservation solidaire. Tournée vers l'humain, elle soutient des projets de restauration solidaire avec sa Réservation Responsable®.

Essayez par vous-mêmes

[Je demande une démonstration](#)

Guestonline

by  COVERMANAGER