

#VenteÀ Empporter

BOOSTER SES VENTES
GRÂCE À UNE OFFRE ADAPTÉE ET
UNE COMMUNICATION BIEN FICELÉE
LIVRE BLANC

METRO

VOTRE SUCCÈS EST NOTRE MÉTIER

SOMMAIRE

Cette année 2020 aura été éprouvante pour le secteur de la restauration, et plus particulièrement pour les indépendants. Entre confinements et couvre-feux, le passage à la vente à emporter semble être une alternative incontournable pour maintenir son activité. Habituellement proposés par des établissements de restauration rapide, les services de commandes en ligne séduisent de plus en plus les consommateurs finaux, ouvrant ainsi le champ des possibles à tous autres types d'établissements, dont la restauration traditionnelle.

Néanmoins, si développer un service de vente à emporter est chose aisée pour les uns, ce n'est pas nécessairement le cas des autres. **Par où commencer ? Quelle offre proposer ? Comment se démarquer ? Comment toucher de nouveaux clients ? Autant de questions auxquelles ce livret tentera d'apporter des réponses claires et opérationnelles pour vous aider à booster vos ventes !**

ASSUREZ LE SUCCÈS DE VOTRE SERVICE DE VENTE À EMPORTER

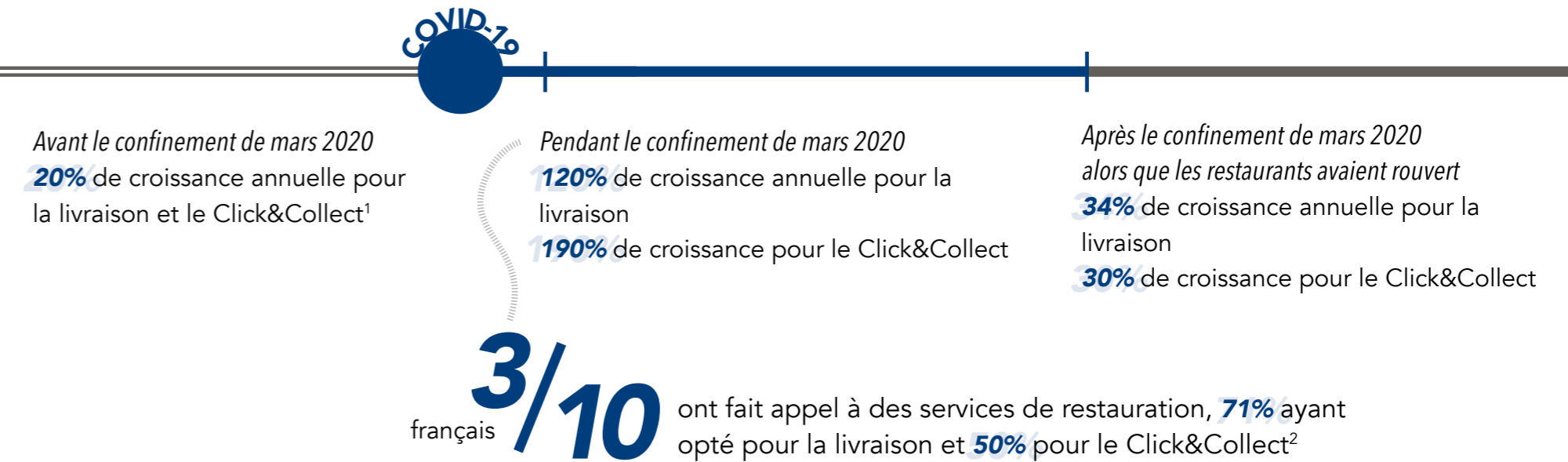
- 05 La vente à emporter, bien plus qu'une simple tendance
- 06 Etudiez votre environnement
- 07 Définissez une offre pensée pour la VAE*
- 10 Soignez vos packagings
- 12 Respectez les mesures sanitaires

COMMUNIQUEZ EFFICACEMENT SUR VOTRE SERVICE DE VENTE À EMPORTER

- 15 Optimisez votre site internet et votre plateforme de commandes en ligne
- 16 Boostez votre référencement pour gagner en visibilité sur Google
- 21 Gérez vos avis en ligne
- 23 Travaillez vos réseaux sociaux
- 27 Diffusez des supports imprimés

1- LA VENTE À EMPORTER, BIEN PLUS QU'UNE SIMPLE TENDANCE

La vente à emporter n'est pas une simple tendance, elle s'est structurellement inscrite dans les modes de consommation actuels, majoritairement impulsée par la crise de la COVID-19.



Le panier moyen en VAE s'élève à

16 €
au déjeuner³

17 €
au dîner

Depuis la crise sanitaire liée à la Covid-19, 47% des indépendants qui proposent la livraison et la vente à emporter reconnaissent **qu'elle a sauvé des établissements durant la pandémie**. Près de 75% de la restauration service à table **maintiendront leur service de vente à emporter et de livraison à leur réouverture**.⁽¹⁾

ASSUREZ LE SUCCÈS DE VOTRE SERVICE DE VENTE À EMPORTER

Afin de maintenir votre activité durant cette période de confinement, vous avez saisi l'opportunité de proposer une offre à emporter, levier essentiel pour continuer votre activité, renflouer votre trésorerie, réduire vos stocks ou encore minimiser les pertes. Néanmoins, le marché de la VAE a ses propres codes auxquels il est nécessaire que vous vous adaptiez, sans dénaturer votre offre.

2 - ÉTUDIEZ VOTRE ENVIRONNEMENT



Étudiez VOTRE MARCHÉ

Tenez-vous continuellement au courant des tendances et habitudes de consommations.

- Le **panier moyen** en VAE s'élève à **16€** au déjeuner et **17€** au diner.
- L'**esprit de partage** est très important pour les français, **70%** de l'offre de restauration est vendue en **formules à plusieurs**, allant de 2 à 6 personnes (plat, dessert et boissons incluses).
- Le **temps d'attente maximum** pour être livré ou pour retirer sa commande est de **30mn** en zone urbaine et de **45mn** en région.

Analysez les OFFRES DE VOS CONCURRENTS

Comparez les offres des restaurants autour du votre pour vous démarquer.

- Quels sont vos **concurrents directs** (dans un rayon de 5km) ?
- Proposent-ils de la **VAE** ou de la **livraison** ?
- Quelles sont leurs **offres** ?
- Comment se **démarquent-ils** ?
- Comment **communiquent-ils** ?

POSITIONNEZ-VOUS sur manière optimale

Comparez les offres des restaurants autour du votre pour vous démarquer.

- Construisez une **offre adaptée** à la vente en emporter.
- Fixez des **prix cohérents** avec votre positionnement et **compétitifs**.
- Mettez en avant l'**image de votre établissement**, vos valeurs et vos produits pour vous démarquer de la concurrence.

BOOSTER SES VENTES À EMPORTER - Assurez le succès de votre service

6



3 - DÉFINISSEZ UNE OFFRE PENSÉE POUR LA VENTE À EMPORTER

ADAPTEZ VOTRE CARTE pour la vente à emporter

Les attentes des consommateurs, tout comme les possibilités que vous avez en VAE, ne sont pas les mêmes qu'en service à table, il est donc nécessaire d'adapter votre carte.

- Proposez une **offre à emporter différente** de votre carte classique :
 - Déclinez votre carte de base en **version simplifiée** ;
 - Inventez de **nouvelles recettes originales** à partir d'ingrédients en stock pour surprendre vos clients ;
 - Demandez-vous quels sont les plats les plus **populaires, simples** à réaliser et facilement transportables ;
 - Mettez sur vos produits et plat **signatures**.
- Réalisez une **carte courte**. De manière générale, les consommateurs ne sont pas rassurés à la vue d'une longue

carte, **moins de 5 plats** suffisent à rendre une carte attractive, ce qui permet au passage de gagner du temps et de limiter le gaspillage.

- Proposez une **carte en relief, innovez** tant au niveau des recettes que dans le choix des produits. Votre carte à emporter ne doit pas être un alignement de plats mais doit **donner envie**.
- Proposez des **tarifs plus abordables** qu'en service à table.

BOOSTER SES VENTES À EMPORTER - Assurez le succès de votre service

7



Prêtez attention aux INGRÉDIENTS UTILISÉS

Utilisez des ingrédients qui se tiennent lors du transport et de la réchauffe

- Ne choisissez que **peu d'ingrédients** pour concocter un plat à emporter, et de préférence **rapides à préparer**, afin d'optimiser les chances d'arriver à bonne température.
- Oubliez les ingrédients qui **ramollissent, fondent** ou se **mélangent**.
- Choisissez des aliments qui **conservent leurs saveurs/textures/structure** pendant le transport.

Pensez aux FORMULES et OFFRES À PARTAGER

Adaptez votre offre à emporter aux envies et habitudes de vos clients

- Les **offres à partager** sont très plébiscitées par les consommateurs, notamment les **soirs et week-ends**.
- Proposez des **formules**, elles aident les consommateurs à faire leur choix et les incitent à **commander en quantité**.
- Favorisez la **commande groupée**, notamment à destination des entreprises.

Faites des PROMOTIONS

Comparez les offres des restaurants autour de votre pour vous démarquer

- Proposez des **offres assez attractives** pour vous démarquer des restaurants alentours et **inciter vos clients et prospects à commander chez vous** :
 - Les promotions telles que **-20%** de réduction sur le menu complet génèrent en moyenne **+50%** du volume de commandes¹ ;
 - Les promotions permettent une augmentation de **+54%** de commandes nouveaux clients¹ ;
 - On note une croissance moyenne de **+33%** du revenu après une offre¹.

➤ Les promotions qui génèrent le plus de commandes sont :

- 1 plat acheté = 1 plat offert
- -20% ou -8€ (minimum) sur le total de la commande

- Veillez à **bien calculer vos marges** pour faire de la promotion une opération gagnante.

(1) Deliveroo 2019

BOOSTER SES VENTES À EMPORTER - Assurez le succès de votre service

8

N'oubliez pas de joindre une FICHE EXPLICATIVE DE DÉGUSTATION

Elle permet à vos clients de déguster leurs plats à bonne température

- Vous délivrez des **plats froids** et **conditionnés sous vides** ?
 - Joignez une fiche explicative pour la **remise en température**.
- Vous délivrez des **plats chauds** ?
 - Pensez à légèrement **sous-cuire** les viandes et poissons pour compenser le réchauffage.

N'oubliez pas LES MENTIONS OBLIGATOIRE

Sur vos cartes de plats à emporter. C'est aussi un gage de confiance vis à vis de vos clients

- **Prix et «service compris»** : une mention sur votre carte doit préciser les prix nets, incluant les taxes et services. Si c'est le cas vous pouvez indiquer les prix en TTC.
- Les produits **décongelés**.
- L'origine des viandes.
- L'utilisation du logo **«fait maison»**.
- «Boisson comprise» ou «non comprise».
- **Les allergènes** : les restaurateurs ont l'obligation depuis 2014 d'informer les clients de la présence d'allergènes dans leurs plats.
 - **14 ingrédients allergènes** doivent faire l'objet d'une déclaration obligatoire :
 - Les arachides, les fruits à coques, le gluten, les œufs, le soja, le lait, le céleri, la moutarde, le sésame, le lupin, les crustacés, les mollusques et le poisson.



BOOSTER SES VENTES À EMPORTER - Assurez le succès de votre service

9



4 - SOIGNEZ VOS PACKAGINGS

Les packagings à PRIVILÉGIER

Les packagings jouent un rôle tout aussi important que la qualité de vos produits. Ils conditionnent la première impression du consommateur

- De qualité
 - Préserver l'intégrité et la qualité globale de vos repas.
 - Résistant aux **hautes températures.**
- Pratiques
 - Facile à ouvrir.
 - Facilement transportables.
- Hermétiques
 - Éviter que les produits liquides **tâchent les emballages.**
- Écologiques
 - Les français accordent de plus en plus d'importance aux **emballages réutilisables et respectueux de l'environnement.**

Le contenant est **AUSSI IMPORTANT** que le contenu

Ne sous-estimez pas l'importance du packaging, c'est un excellent mode de communication

- Le packaging valorise les préparations et **optimise l'expérience client.**
 - Composante essentielle de l'expérience client.
 - Il est **1^{er} point de contact** entre le consommateur et le plat.
- Il véhicule votre **image de marque, vos valeurs et vos engagements.**
 - Vous pouvez les personnaliser à votre image grâce à des **stickers, flyers...**
- En plus de protéger les plats, il **conserve leur fraîcheur ou leur chaleur.**

EN RÉSUMÉ

La personnalisation du packaging et le choix des matériaux peuvent nuire ou au contraire accentuer l'image positive de votre établissement.



Veillez à la **TAILLE DES EMBALLAGES ET DES PORTIONS**

Optimisez vos marges et réduisez le gaspillage alimentaire grâce à la taille de vos portions

- **80 %** des Français sont sensibles aux marques qui optent pour des emballages **respectueux de l'environnement.**
- Optez pour des **emballages recyclables** :
 - Le papier, le carton, le kraft, le bois ou encore le bambou.
- METRO propose une large **gamme de packagings écologiques**, biodégradables, recyclables et issus de **matériaux renouvelables.**
- Pensez à faire **l'impasse sur les couverts** ou à ne les donner que sur demande.

Optez pour des packagings **RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT**

Il existe aujourd'hui de nombreuses alternatives pour pallier à cette problématique. Les français sont de plus en plus soucieux sur la responsabilité écologique des établissements

- Choisissez vos packagings en fonction **du type de plats** que vous proposez.
 - Boîtes, pots, bols, barquettes, sachets, boxes...
 - METRO vous propose une large gamme de d'emballages jetables !
- Ne proposez pas non plus de trop grandes portions afin **d'augmenter vos marges.**
- Ne proposez pas de **trop petites portions.**
 - Risque que le client ait la désagréable sensation de s'être fait arnaqué, volé et qu'il **ne recommande plus chez vous.**
- Retrouvez la gamme de produits SOLIA, leader de la vaisselle naturelle et responsable dans vos entrepôts METRO.

Sécurisez la PRÉPARATION et CONSERVATION DES PLATS

Les consommateurs sont de plus en plus vigilants sur les critères de préparation et conservation des plats

- › Le temps de conservation des plats ne doit pas excéder **3 jours et 3°C maximum** (incluant la production et la consommation)
- › L'étiquette durant le stockage doit mentionner
 - › Le nom du plat
 - › La date de fabrication
 - › La date de péremption
 - › Les allergènes
 - › La viande : provenance de l'animal
- › Les sacs contenant les repas doivent être **correctement fermés**

POUR PLUS D'INFORMATIONS

Vous pouvez consulter

- › [Le guide des précautions sanitaires dans le cadre de la livraison de repas à domicile du gouvernement](#)
- › [Le guide des précautions dans le cadre de la vente à emporter](#)



5 - RESPECTEZ LES MESURES SANITAIRES

Sécurisez la REMISE DE COMMANDES et la LIVRAISON

Assurez une zone de récupération sans contact qui respecte les mesures de distanciation sociale

- › Une zone de récupération des repas distincte de la cuisine doit être aménagée
- › La zone de récupération doit être **régulièrement nettoyée**

Sensibilisez vos équipes aux ENJEUX SANITAIRES

Grâce à de l'affichage en interne et à des rappels quotidiens à vos employés

- › Contrôlez quotidiennement la **température de vos employés**
- › Désinfectez régulièrement vos **espaces de travail et de pause**
- › Maintenez les **distances de sécurité** et les **gestes barrières**
- › Déballiez votre marchandise dans une **zone éloignée de la cuisine**

BOOSTER SES VENTES À EMPORTER - Assurez le succès de votre service

12



Informez vos clients sur LES RÈGLES À RESPECTER pour la commande à emporter

- › Indiquez l'emplacement de la zone de récupération des commandes de façon lisible :
 - › Grâce à des **balises au sol**.
 - › De l'**affichage** sur vos vitrines.
 - › Sur votre **site internet**.
 - › Par **téléphone**.

Affichez à l'EXTÉRIEUR de votre établissement les PROCÉDURES SANITAIRES

- › Placez une **ardoise ou un panneau** à l'extérieur de l'établissement pour rappeler la **procédure sanitaire à respecter** :
 - › Pas plus de 2 personnes à la fois dans l'enceinte du restaurant.
 - › Distance minimale d'1 mètre.
 - › Zone dédiée de récupération des plats.

RASSUREZ VOS CLIENTS sur les gestes que vous adoptez

- › Rassurez vos clients sur vos engagements et **respect des mesures sanitaire** :
 - › Glissez une **charte d'engagement** dans vos commandes ou **communiquez sur vos réseaux sociaux**.

BOOSTER SES VENTES À EMPORTER - Assurez le succès de votre service

13

COMMUNIQUEZ EFFICACEMENT SUR VOTRE SERVICE DE VENTE À EMPORTER

En souscrivant au module de commande en ligne DISH Order, vous avez fait le choix de proposer votre propre service de vente à emporter. Indépendance, économies conséquentes, rentabilité, maîtrise de l'expérience client globale, proximité avec vos clients... Les avantages sont nombreux, encore faut-il que vos clients sachent qu'ils peuvent se délecter de vos plats chez eux, et les commander en direct de votre site internet ! Pour ce faire, voici quelques précieux conseils en communication.

★ 20

♥ 33

✉ 18

💬 14

👤 10

@ 17

1- OPTIMISEZ VOTRE SITE INTERNET ET VOTRE OUTIL DE COMMANDES EN LIGNE DISH ORDER

Améliorez votre RÉFÉRENCIEMENT

Le choix des mots-clés facilite votre visibilité sur les moteurs de recherche

- Renommez vos plats avec **des mots-clés pertinents**
 - Pour faciliter le référencement de votre site de commande en ligne DISH Order
 - Choisissez des mots-clés liés à **vos plats et les plats que vous proposez**

Rendez votre MENU DIGITAL ATTRACTIF

En quelques clics sur votre backoffice DISHORDER

- Illustrez vos plats joliment dressés avec des **photos de qualités**
 - Augmente de 15 à 20% le **ticket moyen** sur les plats commandés en soirée selon le cabinet NPD Group
 - Privilégiez la **lumière naturelle** plutôt que le flash

INFORMEZ VOS CLIENTS sur vos offres en ligne

80% des français recherchent les informations d'un restaurant sur internet

- Sur votre site web, précisez à vos clients que vous proposez une **offre de vente à emporter** :
 - Avec un call-to-action (bouton cliquable) qui redirige vers votre plateforme de commandes en ligne
 - Insérez votre carte de vente à emporter
 - Affichez vos promotions ou offres du moment
- Mettez à jour régulièrement toutes les informations liées à la **vie de votre établissement**
 - Horaires d'ouverture, horaires de commandes, de livraison,
 - Menus, plats, boissons...
 - Modes de paiement acceptés
 - Adresse et n° de téléphone
- Rassurez vos clients quant au **respect des mesures sanitaires**

2- BOOSTEZ VOTRE RÉFÉRENCIEMENT POUR GAGNER EN VISIBILITÉ SUR GOOGLE

Chiffres-clés sur les TENDANCES DE RECHERCHES sur GOOGLE

L'utilisation du digital s'est inscrit dans le quotidien de chaque consommateur et chaque entreprise. Chaque année de nouvelles évolutions technologiques apparaissent sur le marché. C'est autant d'enjeux à connaître pour mieux s'adapter aux nouveaux comportements et usages d'internet



80%

Des internautes choisissent un restaurant présent sur la 1^{ère} page de Google⁽¹⁾



92%

Des Français choisissent leur restaurant en ligne



82%

Des consommateurs se renseignent sur un restaurant avant de s'y rendre



30%

Des recherches sur mobile sont liées à un lieu, et donc une recherche de proximité



Zoom sur le MARKETING LOCAL ?

- › Faites savoir à vos potentiels clients qu'ils se trouvent dans la même **zone géographique** que votre établissement.
- › C'est un levier extrêmement efficace pour **augmenter la visibilité** de votre établissement en ligne.

NOS PETITS CONSEILS EN

- › Optimisez votre page **Google My Business** et votre **référencement naturel**
- › Gérez votre **e-réputation** en modérant tous vos **avis clients**
- › Contactez des **influenceurs locaux**

(1) Insights top 4

16

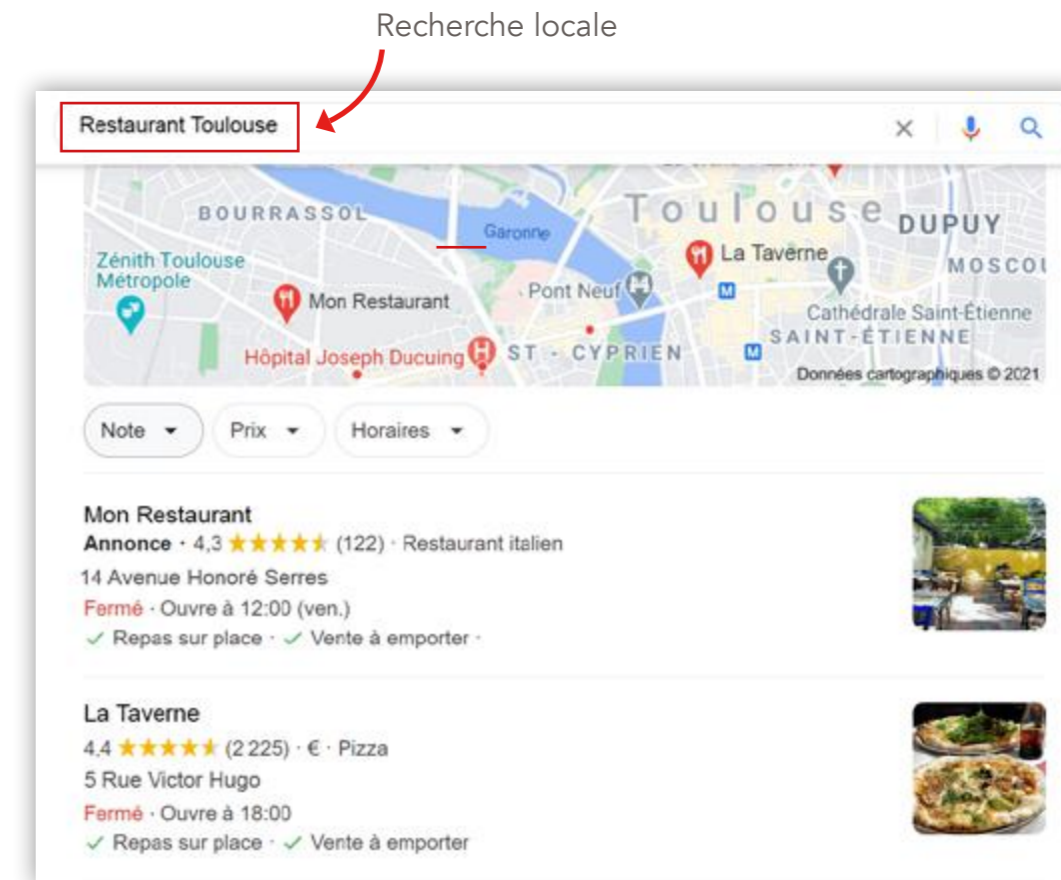
Optimisez votre page GOOGLE MY BUSINESS

94% des requêtes sur internet sont effectuées sur Google. Google My Business est un outil Google permettant de créer une fiche établissement qui booste votre référencement local sur le web.

- › Grâce votre fiche GMB, vous pourrez apparaître de **3 façons sur Google** :
 - › Via une **recherche locale** « type d'établissement + ville/quartier (exemple : pizzeria Lille), votre fiche apparaîtra dans le **Local Pack** (encart de 3 établissements dans la zone géographique précisée, situé avant les résultats de recherche)
 - › Via une **recherche directe** du nom de votre établissement, votre fiche apparaîtra dans les résultats de recherche sur la première page Google.
 - › Via **Google Maps** (86% des internautes ont déjà cherché la localisation d'un restaurant sur Google Maps⁽¹⁾)

GAGNEZ DU TEMPS EN

- › Sur votre **site web DISH**, vous pouvez directement modifier votre page **Google My Business**.



- › Pour mettre toutes les chances de votre côté de **booster votre visibilité sur Google** et donc vos **ventes à emporter**, veillez à **compléter toutes les informations de votre établissement** :
 - › Nom et type de restaurant
 - › Adresse
 - › Horaire d'ouverture
 - › Vente à emporter/livraison
 - › Photos de l'établissement

(1) Insights top 4

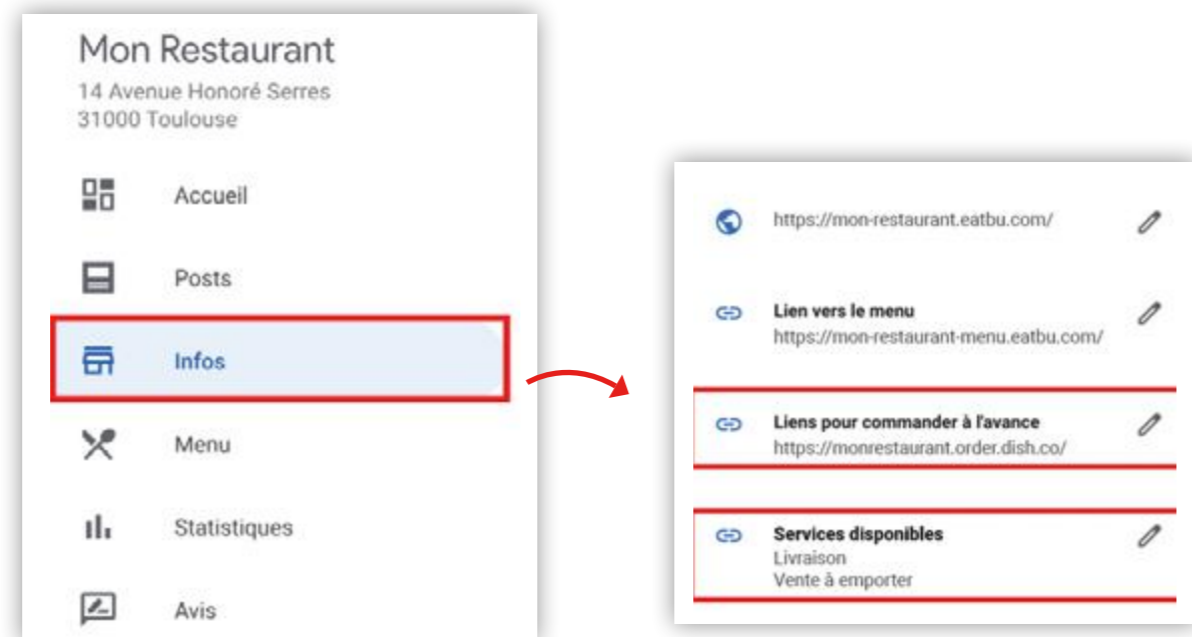
17



➤ **Activez les liens** pour valoriser votre offre de vente à emporter dans votre gestionnaire de page Google my business

➤ Activez l'option « **Vente à emporter** » dans la section « Infos » de votre compte puis « Services disponibles » pour en informer les internautes.

➤ Ajoutez le lien de votre **DISH Order** dans la section « Infos » puis « **Liens pour commander à l'avance** » pour inciter les internautes à commander en ligne.



➤ Précisez que vous proposez un **service de VAE et/ou de livraison**

- Indiquez-le directement dans le nom de votre établissement
- Indiquez-le en description
- Réalisez des posts sur le sujet

➤ Par rapport aux **recherches effectuées par les internautes**

- Vérifiez si les catégories renseignées sont pertinentes

➤ Répondez systématiquement aux **avis en ligne** laissés par vos clients

- Ils apparaissent sur les recherches Google
- Ils apparaissent sur les cartes **Google Maps**

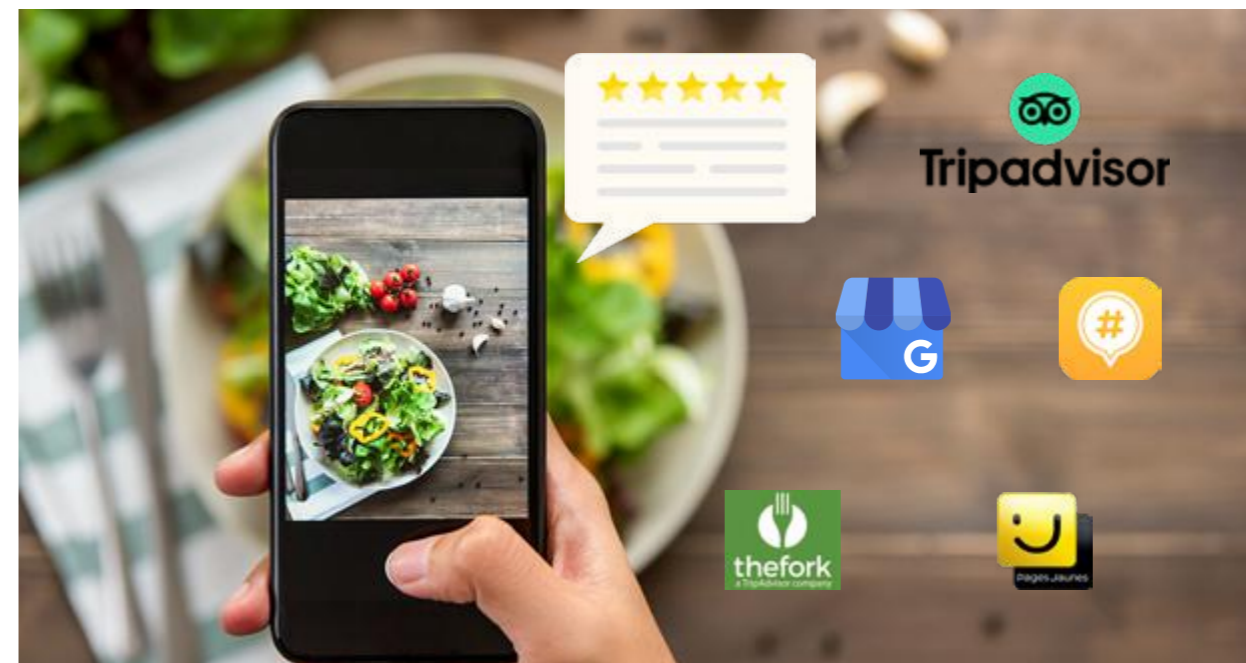
➤ Publiez au moins 1x par semaine des **photos de qualité** pour susciter l'intérêt des internautes

- Photos de l'établissement (extérieur et intérieur), des plats, des menus ou même de votre équipe.



BOOSTER SES VENTES À EMPORTER - Communiquer efficacement sur votre service

18



Uniformisez VOS CONTENUS

Veillez à ce que vos informations soient identiques partout où votre établissement est référencé pour éviter que Google pénalise votre référencement

➤ Pensez à vérifier la cohérence de vos informations sur vos différentes **plateformes de référencement**

- Votre site internet
- Google My business
- Annuaire
- Plateformes...

➤ Google détecte les incohérences et **sanctionne votre positionnement** dans les pages de recherche.

➤ Mettez régulièrement à jour vos **informations** :

- Nom, adresse, horaires d'ouverture et de livraison
- Jours de fermeture exceptionnelle
- Menus, prix, plats, boissons...

➤ Ajoutez des **photos, descriptions** avec mots-clés qui définissent votre activité.

Référez votre restaurant sur LES ANNUAIRES EN LIGNE

C'est une solution efficace et simple pour booster votre référencement et acquérir du trafic

➤ Les plateformes principales pour l'acquisition directe sont **Google my Business** et **Tripadvisor**.

- Tripadvisor comptabilise **+300 millions** de membres
- Elle totalise le plus grand nombre de **nouveaux avis**⁽¹⁾

➤ Les annuaires pour l'**acquisition indirecte** : Les pages jaunes, Le petit futé, L'internaute...

➤ Cette acquisition directe peut être renforcée grâce au référencement sur les **plateformes secondaires** telles que Apple Plans, Yelp, Foursquare ou encore Mapstr

➤ Les **annuaires spécifiques** : HappyCow, Handiplan, PagesHalal

➤ Les plateformes pour **toucher les touristes** : Dianping, Yandex, Kekanto, MangoPlate...

BOOSTER SES VENTES À EMPORTER - Communiquer efficacement sur votre service

19

(1) Bright Local



Identifiez vos MOTS-CLÉS PERTINENTS et diffusez-les sur TOUTES LES PLATEFORMES

Identifiez les mots-clés les plus utilisés par vos clients potentiels pour apparaître en haut des résultats des moteurs de recherche

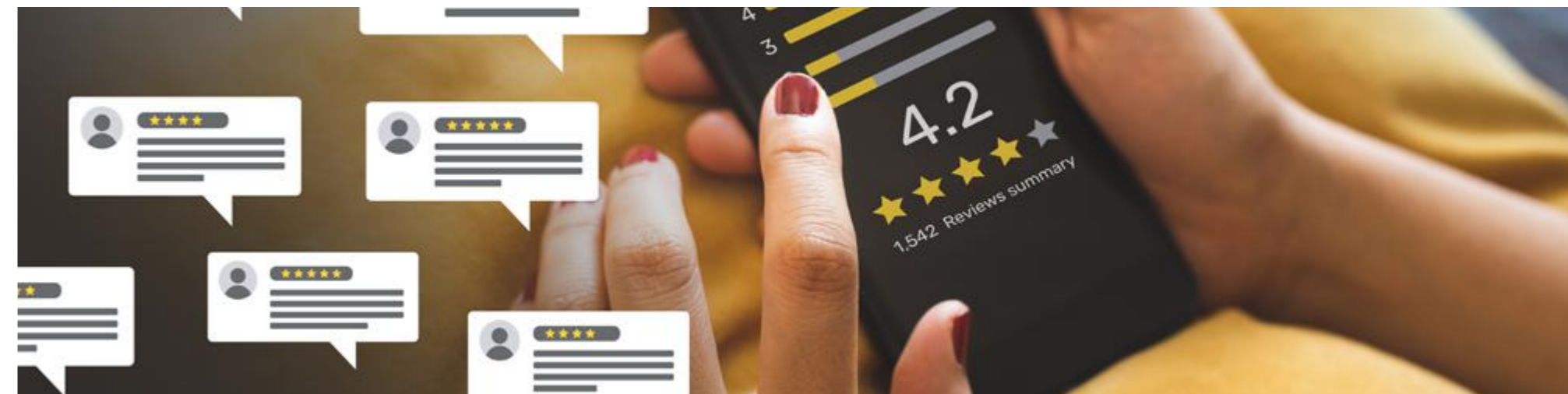
- À quoi correspondent les **mots-clés** ?
 - Aux mots, expressions de mots et phrases que vos prospects vont utiliser pour **rechercher un établissement en ligne**.
- La plupart du temps, un mot-clé est composé de 2 éléments :
 - **L'offre** (exemple : pizzeria)
 - **Le lieu** (ville, quartier, arrondissement...) précis à l'écrit ou géo localisé grâce à la fonction « à proximité de ma position actuelle »
- **Pour trouver des mots-clés pertinents, pensez à l'expérience utilisateur :**
 - Quels sont les requêtes faites par mes clients sur les moteurs de recherches pour me trouver ?
 - Insérez tous les mots-clés qui vous caractérisent dans le contenu textuel de votre site internet.

Attention, n'abusez pas de l'utilisation des mots-clés. Ils doivent être insérés de manière pertinente au risque d'engendrer l'inverse des effets escomptés, en termes de référencement et d'expérience client !

- Insérez ces mots-clés dans le **nom et la description de votre établissement**.
- Répondez aux avis clients en utilisant ces mots-clés
- Renommez vos photos avec vos mots-clés
- Pensez à utiliser fréquemment les mots-clés « à **emporter** » et « **livraison** ».

BOOSTER SES VENTES À EMPORTER - Communiquer efficacement sur votre service

20



3 - GÉREZ VOS AVIS EN LIGNE

Répondez systématiquement AUX AVIS QUE VOUS LAISSENT VOS CLIENTS

Vos clients apprécieront l'attention accordée à leur avis

- **97%** des internautes lisent les réponses aux avis⁽¹⁾.
- En plus de rassurer vos clients et de les inciter à commander chez vous, répondre aux avis clients est très positif pour **améliorer votre référencement**.

N'achetez pas DE FAUX AVIS CLIENTS

Les conséquences d'achats de faux avis en ligne peuvent être irréversibles

- Au risque de détruire votre **réputation en ligne**.
- Au risque de vous faire repérer par Google ou autres plateformes et de voir votre **référencement en souffrir**.

Surveillez votre NOTE MOYENNE

Analysez les avis de vos clients sur vos différentes plateformes.

- Seulement **53%** des consommateurs sont enclins à se rendre dans un restaurant ayant une **note inférieure à 4/5**⁽²⁾
- Soyez attentifs aux avis, suggestions, recommandations, déceptions de vos clients :
 - Afin d'augmenter la **satisfaction de vos clients** et par extension, votre **note moyenne sur internet**.

(1) (2) Bright Local

BOOSTER SES VENTES À EMPORTER - Communiquer efficacement sur votre service

21



Invitez vos clients à laisser LEURS AVIS EN LIGNE

Il existe une multitude de techniques pour inviter vos clients à laisser leurs avis en ligne. Oralement, par email ou sms, grâce à un QR code...

- Plus votre établissement totalise d'avis, plus il gagne en **visibilité sur internet**. (amélioration du référencement)
- Les avis laissés **rassurent vos potentiels clients** :
 - Les consommateurs lisent en moyenne **10 avis en ligne** avant de se sentir en confiance.⁽¹⁾
- N'hésitez pas à solliciter vos clients :
 - **76%** des consommateurs invités à laisser un avis en ligne le font.⁽²⁾
 - Seulement **1%** le font de manière spontanée.
- Les manières les plus courantes **d'inviter vos clients à laisser un avis en ligne** sont :
 - En personne
 - Par email/internet
 - Par téléphone
 - À travers les reçus et additions
 - Par SMS
- Pour plus de praticité, pensez à **placer un QR code** dans votre établissement pour incitez vos clients à laisser en ligne.
- Équipez-vous d'une **solution de gestion d'avis clients**.

- Ne vous contentez pas de solliciter vos clients une fois par an, **réitérez vos invitations** :
 - Google se base sur la **fraîcheur des avis** pour booster votre référencement.
 - Tout comme les internautes : **48%** des consommateurs ne lisent que les avis datant **de moins de deux semaines**.

LES AVIS EN LIGNE : UNE HABITUDE DES FRANÇAIS

- **8 français sur 10** consultent les avis des restaurants en ligne⁽³⁾.
- **84%** des clients font confiance aux avis en ligne des restaurants⁽⁴⁾.

(1) (2) (4) Bright Local ; (3) Bright Local

4 - TRAVAILLEZ VOS RÉSEAUX SOCIAUX

Chiffres-clés sur l'usage des RÉSEAUX SOCIAUX

Avec la crise sanitaire, les réseaux sociaux se sont révélés être de véritables vecteurs de visibilité et de fidélisation pour les restaurants. Grâce aux publications, contenus et interactions ils permettent de conserver la proximité avec vos clients.



60%

D'augmentation du **taux d'engagement** des pages de restaurant sur les médias sociaux.



40 fois

Plus de temps passé sur Facebook et Instagram par les **français de moins de 35ans**.



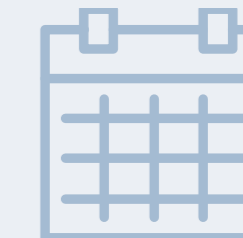
330 000

Français consultent chaque jour, au moins une **page de restaurant sur Instagram**.⁽¹⁾



250M

250 millions de posts sont publiés chaque mois sur Instagram avec le **#food**.⁽²⁾



Fixez-vous un RYTHME DE PUBLICATIONS

- En moyenne, il est conseillé de **poster une publication** tous les **3 jours** sur chaque réseau social.
- En moyenne, il est conseillé de **poster plusieurs stories tous les jours** et de relayer celles dans lesquelles votre établissement est identifié dans la foulée.

NOS PETITS CONSEILS EN

- Réalisez un planning de publication chaque mois.
- Vous obtenez une vision globale de votre présence sur les réseaux sociaux.

(1) Télérama
(2) Alioze



➤ Ajoutez le bouton « **commander à manger** » sur la page Facebook de votre restaurant (voir images ci-après)



Soignez l'esthétisme et la TONALITÉ DE VOS COMPTES

Les réseaux sociaux sont des vecteurs de visibilité, ils reflètent aux yeux des consommateurs la vitrine de votre établissement

- Faites une description sur Facebook et une bio sur Instagram **complètes, exhaustives et attractives.**
- Privilégiez les publications avec des visuels. Elles génèrent **40 fois plus d'engagements que sans visuels.**
 - Publiez des **photos de qualité** (lumière naturelle, flou d'arrière-plan, plans en plongée ou de profil...)
 - Créez votre **propre identité visuelle** en utilisant le même filtre pour toutes les photos publiées.
- Veillez à ce que votre **logo soit apparent sur vos publications.**
- N'hésitez pas à vous **appropriier des mots et expressions** qui vous différencient et à les utiliser de manière systématique au sein de vos publications.
- Optez pour un **ton émotionnel**, n'hésitez pas à partager l'envers du décor avec votre communauté, à créer un lien avec elle pour booster votre taux d'engagement.



Instagram : Le RÉSEAU SOCIAL À PRIVILÉGIER lorsque l'on est restaurateur

- Une vitrine gratuite pour vous créer une **identité visuelle et une image de marque.**
- Le **#food** n'a jamais été aussi populaire sur Instagram.
- Faites saliver vos clients grâce à des **sublimes photos de vos plats.**
- **Libérez votre créativité** et proposez du contenu divertissant : Recettes de cuisine, lives, réels...

BOOSTER SES VENTES À EMPORTER - Communiquer efficacement sur votre service

24

SPONSORISEZ vos contenus pour accélérer votre visibilité

La sponsorisation permet de toucher une audience plus importante et de générer plus d'engagement

- Sponsorisez vos publications autour du sujet de la VAE dans un rayon de 3km afin de toucher de nouveaux clients qui ne vous connaissent pas encore.
- Utilisez la suite [Facebook Business Manager](#) pour **sponsoriser vos publications Facebook et Instagram** et analyser vos résultats.
- **Ciblez judicieusement** les internautes selon leurs situations géographiques, âges, sexe et centres d'intérêt, de sorte à ce que leurs profils correspondent à ceux de vos clients.
- Définissez votre budget et analysez les résultats de votre campagne pour améliorer les prochaines en termes de contenu, message, budget et ciblage.
- Pensez à organiser des **jeux concours** pour engager votre communauté et toucher un plus grand nombre de clients potentiels.



BOOSTER SES VENTES À EMPORTER - Communiquer efficacement sur votre service

25

Communiquez sur votre service de **VENTE À EMPORTER**

Insérez le lien de votre plateforme de commandes en ligne DISH ORDER dans la description de l'établissement sur Facebook et la bio sur Instagram

- Sur Facebook, épinglez un post valorisant votre offre à emporter afin qu'il apparaisse en premier sur votre feed
 - Choisissez le post à épingler
 - Cliquer sur les «... » en haut à droite
 - Sélectionnez « Epingler en haut de la Page »

Épingler en haut de la Page

- Au sein de chaque publication autour du sujet de la VAE :
 - Insérez le lien vers votre plateforme de commandes en ligne DISH Order
 - Ajoutez la mention « lien en bio »

- Mettez en place un **CHATBOT MESSANGER** pour échanger avec votre communauté et répondre à leurs éventuelles interrogations

- Prévoyez des publications et stories autour du **sujet de la VAE** dans votre **calendrier éditorial** :
 - Votre carte spéciale VAE
 - Vos packagings
 - Votre équipe
 - Vos horaires d'ouverture
 - Les promotions spéciales sur votre plateforme en ligne DISH ORDER



- Échangez avec votre communauté sur le sujet **via les commentaires ou les stories** pour inciter au partage et générer de la visibilité.
- Incitez votre communauté à **photographier vos plats à emporter** en identifiant votre établissement, puis repartagez-les en stories pour **générer du trafic et de la visibilité.**



BOOSTER SES VENTES À EMPORTER - Communiquez efficacement sur votre service

26

5 - DIFFUSEZ DES **SUPPORTS IMPRIMÉS**

Munissez-vous du **KIT MARKETING DISH ORDER**, spécialement conçu par METRO pour promouvoir **votre offre à emporter**

Faites connaître votre offre de vente à emporter pour inciter vos clients à commander sur votre outil de click and collect DISH ORDER

- Distribuez **des supports à votre image**, avec votre logo, vos couleurs, vos polices d'écritures et un QR code qui redirige vers votre **outil de commandes en ligne**
- Dans le kit, retrouvez des supports personnalisés pour faire savoir à vos clients **qu'ils peuvent commander vos plats à emporter directement sur votre site web via DISH Order**

- **Cartes** (10x7cm, 300gr) : àagrafer sur les sacs/pochettes de livraison ou à glisser dedans



- **Stickers** (ø6cm) à coller sur les sacs ou boîtes d'emballage



- **Adhésif pour vitrine** (15x15cm) à coller sur la devanture de votre établissement



- **Stickers pour personnaliser vos packagings** (5cm ou 9cm) à coller sur tous vos emballages. Solution **économique** pour ancrer votre image de marque dans l'esprit de vos clients



- **Flyers** (A5) à distribuer aux commerces et habitations alentours pour acquérir de nouveaux clients situés à proximité



Pour **COMMANDER** ces produits et les faire **PERSONNALISER** à votre image, rendez-vous sur **METRO.fr**



BOOSTER SES VENTES À EMPORTER - Communiquez efficacement sur votre service

27

IL NE VOUS RESTE PLUS...
QU'À VOUS LANCER !

METRO
VOTRE SUCCÈS EST NOTRE MÉTIER