

Visez les étoiles

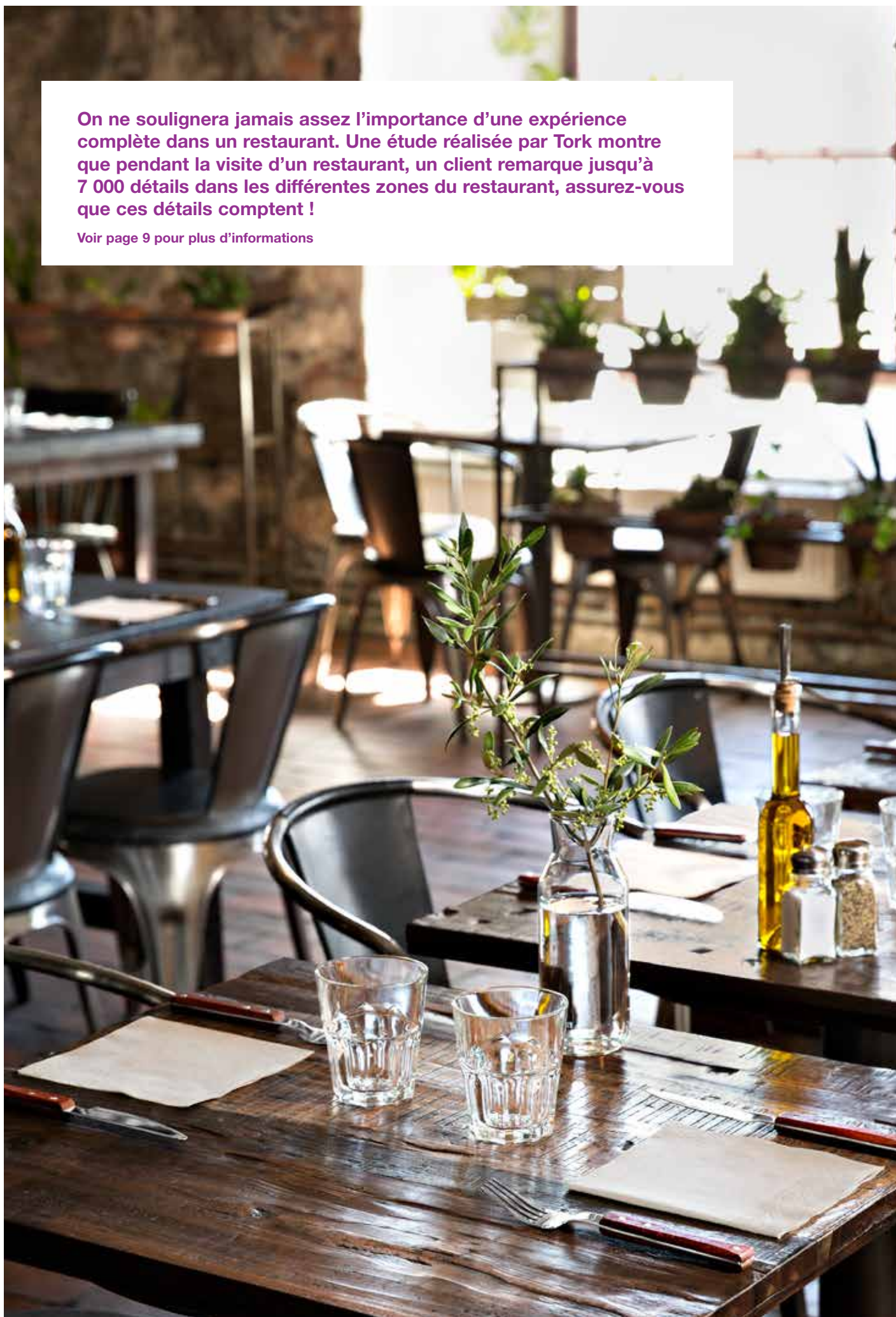
Comment rendre
votre restaurant
accueillant et prêt
à être pris en
photo, et booster
vos affaires

TORK

Think ahead.

On ne soulignera jamais assez l'importance d'une expérience complète dans un restaurant. Une étude réalisée par Tork montre que pendant la visite d'un restaurant, un client remarque jusqu'à 7 000 détails dans les différentes zones du restaurant, assurez-vous que ces détails comptent !

Voir page 9 pour plus d'informations





Créer une expérience qui va plus loin que l'assiette

Dans un monde où les gens peuvent avoir de très bons plats livrés à leur porte quand ils le souhaitent, les restaurants physiques doivent aller plus loin que l'assiette et créer des expériences uniques pour attirer les clients dans leurs établissements. Quand la concurrence est rude, une nourriture de qualité reste essentielle, mais d'autres facteurs comme l'ambiance et le design intérieur, et même le choix des serviettes et des sachets de sucre, deviennent plus importants pour l'expérience globale des clients. On dit que l'habit ne fait pas le moine, mais les premières impressions comptent. Pour les restaurants, cela signifie que l'environnement de la salle de restauration, des sanitaires et même de la cuisine aura un impact sur tout : l'expérience, les réseaux sociaux et au final, la réussite de votre restaurant.

Ce rapport s'appuie sur la connaissance qu'une augmentation du partage sur les réseaux sociaux

a un impact direct sur vos activités, et que vous avez le pouvoir d'en profiter. De nos jours, rien n'échappe aux yeux de vos clients et chaque détail peut être partagé instantanément sur les réseaux sociaux. Il est donc crucial que vos clients actuels et potentiels aiment ce qu'ils voient dans la salle de restauration ainsi que dans d'autres parties du restaurant, y compris les sanitaires. Une bonne façon d'y arriver est de créer un décor plus attirant, qui offrira une expérience client plus agréable et plus facile à partager. Tork est un expert chevronné dans le segment de la restauration. À travers ce rapport, nous espérons vous inspirer et vous aider à répondre aux exigences en constante évolution du marché ; à transformer les défis en opportunités, vous démarquer de la concurrence, et booster votre activité afin de viser les étoiles.

Réseaux sociaux : Notre outil marketing n° 1 du marché

Ce n'est pas nouveau, les réseaux sociaux sont en pleine croissance, aussi bien par le temps que les gens passent à les consulter que du rôle qu'ils jouent sur le marché. Là où les gens vont, les entreprises suivent. Et en raison de cela, les avis numériques deviennent essentiels pour les affaires.

Selon une enquête mondiale réalisée par TripAdvisor, 87 à 94 % des convives sont influencés par les critiques en ligne quand ils doivent décider où manger. TripAdvisor et Yelp font partie des principales plateformes où les clients partagent leurs expériences aussi bien positives que négatives, et les convives s'en servent comme guides lorsqu'ils doivent décider où manger¹, se basant entièrement sur les avis d'autres personnes.

Il est donc évident que le bouche-à-oreille se passe désormais en ligne, et un autre acteur clé est Instagram. La plateforme photocentrique, qui permet aux clients de partager leurs avis en publiant leurs propres photos et des commentaires sur d'autres établissements, est de plus en plus prisée. En 2018, le nombre de restaurants utilisant Instagram pour leur promotion a bondi de 24 à 78 %.² En résultat, les magasins, restaurants, musées et hôtels du monde





entier ont commencé à adapter leur design intérieur en gardant les réseaux sociaux à l'esprit. Murs fleuris, miroirs de marque et enseignes en néon ne sont que quelques exemples parmi d'autres de la manière dont les clichés et le partage en ligne sont encouragés.³

La nouvelle focalisation sur l'aspect esthétique combinée à une plus grande concurrence dans le secteur de la restauration font de la capacité à attirer de nouveaux clients un nouveau facteur décisif pour la réussite ou l'échec d'un établissement. En tant que canal de communication dominant et la première plateforme marketing de notre temps, les réseaux sociaux doivent être reconnus comme la force marketing puissante qu'ils représentent. Un bon conseil est de rester au fait des dernières tendances des réseaux sociaux pour savoir comment mieux engager vos clients et les inciter à partager les moments passés dans votre restaurant, et étendre au final votre portée en ligne.

Obtenez jusqu'à

9 %

de hausse de chiffre d'affaires avec une demi-étoile en plus sur Yelp⁴

Jusqu'à

94 %

des convives sont influencés par les critiques en ligne quand ils doivent décider où manger⁵

« Tous mes amis consultent la page Instagram d'un restaurant pour se décider quand on va au restaurant. »

Affirme Georgie, londonien de 23 ans, à The Independent¹



Le pouvoir des réseaux sociaux

91 %



des restaurants américains utilisent Facebook et 78 % utilisent Instagram²

30 %



des millenials évitent un restaurant si sa présence sur Instagram est faible¹

45 %



des convives américains ont essayé un restaurant suite à une publication de l'établissement sur les réseaux sociaux²¹

Pourcentage des convives influencés par les critiques en ligne quand ils doivent décider où manger⁵



90 %
des Français



91 %
des
Espagnols



93 %
des Italiens

Votre restaurant est-il prêt pour Instagram ?

Jusqu'à récemment, les clients des restaurants publiaient principalement des photos de plats, et la mode sur Instagram était d'y montrer milkshakes savoureux, lattes arc-en-ciel, petits gâteaux et toasts artistiquement garnis d'avocat. Néanmoins, il s'agit actuellement de plus en plus de capturer ce qui se trouve également autour de l'assiette. Les restaurateurs font donc de gros efforts pour soigner leur intérieur afin qu'il soit le plus « Insta-friendly », ou prêt pour Instagram, possible. Les initiatives vont des

tables encadrant la nourriture, à l'éclairage flattant les plats comme les clients, le revêtement des sols, l'emballage des plats à emporter, et les serviettes assorties à la personnalité de la marque. Ces initiatives portent leurs fruits avec les tags spécifiques au lieu, mais aussi par la tendance des hashtags. **#jaiunfaiblepourlestapis** et **#accidentellementwesanderson** sont deux exemples montrant comment le décor peut orienter le trafic vers votre restaurant.



Les cuisines et les sanitaires mis en avant

Les convives recherchant des expériences véritablement uniques et intimes, les restaurants travaillent dur pour répondre aux demandes de leurs clients. Une des tendances des dernières années est l'évolution des cuisines ouvertes et des « tables du chef ». Le fait de donner aux clients la chance de jeter un œil « en coulisses » et de découvrir la cuisine en utilisant leurs cinq sens amène l'expérience de restauration à un niveau inédit. Néanmoins, avoir les convives en première loge signifie qu'une parfaite hygiène est plus importante que jamais. Les clients

prendront sans doute des photos et des vidéos des héros de la cuisine exhibant leurs talents, et c'est votre travail de vous assurer que ces photos et vidéos vendront, plutôt qu'elles n'effraieront les clients potentiels. Jusqu'à 75 % des clients refuseront de se rendre dans un restaurant ayant des avis négatifs concernant l'hygiène⁷, signifiant que l'apparence du personnel et des normes élevées en matière d'hygiène sont indispensables.

Outre la cuisine, les sanitaires sont également sur le devant de la scène, et l'opportunité que cela crée pour optimiser l'expérience de restaurant globale en

75 %

des clients refuseront de se rendre dans un restaurant ayant des avis négatifs concernant l'hygiène⁷



fait un outil de marque couramment utilisé. Comme les personnes continuent de placer plus de valeur sur l'atmosphère globale, il est important que les clients apprécient l'espace, où qu'ils se rendent dans le restaurant, et les sanitaires ne font pas exception. Prendre des photos des sanitaires est d'ailleurs tellement courant que le magazine *Restaurant Hospitality* offre désormais des conseils sur la manière dont les restaurants peuvent « Instagramifier » leurs sanitaires, de l'ajout de papier peint graphique à l'inscription au pochoir de hashtags sur le miroir en passant par les boules

disco³, et des listes des « sanitaires de restaurants les plus Instagrammés » surgissent un peu partout sur internet.⁶

On peut donc affirmer que tout propriétaire de restaurant doit s'assurer d'accueillir ses clients dans un environnement soigné, offrant des solutions de gestion des déchets appropriées pour des sols et poubelles propres et nets, en cuisine comme dans les sanitaires. Assurez-vous que ces zones offrent à vos clients l'impression que vous souhaitez leur donner, et partager !

Une expérience technologique révèle les secrets pour obtenir de meilleurs avis

Une étude réalisée par Tork fournit une meilleure compréhension de l'importance des détails pour l'expérience du client. L'initiative inclut une enquête auprès de 3 000 clients de restaurants et une expérience de suivi oculaire unique conçue pour découvrir comment les clients perçoivent un restaurant.⁹



Un client remarque jusqu'à 7 000 détails des différentes zones du restaurant lors d'une visite

Plus de 50 % des personnes interrogées ont partagé des photos prises au restaurant sur les réseaux sociaux, de la nourriture au décor de table

Neuf personnes sur dix pensent qu'il est important que les sanitaires maintiennent au moins le même niveau de qualité que la salle de restauration



Le pouvoir de la personnalisation

75 % des utilisateurs des serviettes remarquent l'impression personnalisée et

70%

retiennent votre message

Des imprimés de serviettes intéressants et attrayants augmenteront la probabilité de partage sur les réseaux sociaux et constituent un outil marketing efficace vous permettant de diffuser le message souhaité selon l'histoire de votre marque. Si vous n'êtes pas fan des slogans ou formules, pourquoi ne pas utiliser la couleur signature de votre restaurant pour rendre l'expérience plus agréable et facile à partager ?¹⁰

Voici comment faire : quelques exemples inspirants

Nous avons recueilli quelques exemples inspirants sur la manière dont les cafés, bars et restaurants du monde entier ont rendu leur établissement « Instagrammable », et avons offert l'opportunité aux clients de raconter comment ils ont utilisé le décor de leur établissement pour promouvoir leur marque.

Décor attrayants et engageants

Le graffiti mural sur la façade du bar **The Riddler** à San Francisco représente une grosse bouteille de champagne. Il s'agit d'un décor stratégique judicieux qui attire les visiteurs et les amène à prendre une photo, puis à décider d'entrer dans le restaurant.

Pendant ce temps, **Cosmic Diner** à Bali, en Indonésie, a opté pour un design intérieur sur le thème des années 60 à New York. Le restaurant arbore des banquettes rouges brillantes, des illustrations de dessins animés rétro, et des extraits de bande dessinée. Oh, et les milkshakes sont servis dans des verres en forme de botte de cow-boy.¹¹ Mais parfois, la simplicité est tout aussi efficace.

Zenith au Portugal sert des cocktails et des brunchs, et laisse toute la place aux plats devant des murs en brique minimalistes et instagrammables.¹¹

Les sachets de sucre qui vous font sourire, et les photographier

Que les clients prennent leur temps dans votre établissement ou qu'ils commandent rapidement un café à emporter, cela constitue une opportunité pour eux de remarquer les détails. Saisissez cette chance pour leur offrir un petit plus qui leur donne le sourire.

Par exemple, l'établissement prisé de New York City **Jack's Wife Freda** a conçu des sachets de sucre avec des inscriptions comme « I Love You A Latte » (jeu de mot entre « lot » [beaucoup] et « latte »), que les clients publient régulièrement sur Instagram depuis l'ouverture du restaurant en 2012.¹² Les

détails peuvent également être associés à un thème plus ambitieux, par le biais des couleurs, de l'éclairage et de la musique.

Couleur signature à utiliser partout

MaMa Kelly à Amsterdam s'est approprié la couleur rose et l'utilise dans tout l'établissement, des murs aux chaises, sans oublier les serviettes.¹³

Le pouvoir des couleurs

Une étude Tork montre que les couleurs ont un impact important, non seulement sur la manière dont les clients perçoivent un restaurant, mais aussi dont ils perçoivent le goût et l'arôme d'un plat. En associant nourriture et couleur de serviette, vous pouvez améliorer l'expérience globale des visiteurs.¹⁴



À Londres, la chaîne de fast-foods décontractés **Pret A Manger** utilise également le pouvoir des couleurs, surtout pour leur filiale végétarienne **Veggie Pret**, où le vert signature abonde dans tous leurs établissements.¹⁵

Un autre café utilisant la couleur est le **Matcha Mama** à Tulum, au Mexique. Le mélange de matériaux rustiques et des panneaux décalés aux inscriptions turquoise lui vaut la nomination de « petit café le plus instagrammable ».¹¹ Des cas comme celui-là soutiennent l'idée que tout est dans les détails.

Emballages, enseignes néon, et sanitaires accueillants et prêts à être pris en photo

L'établissement **Shake Shack** a ouvert ses portes en 2004 et d'une boutique unique à New York, il est depuis devenu une chaîne mondiale. Une part de sa réussite est liée à l'identité de la marque, et en tant que chaîne de fast-foods décontractés, l'emballage est central. Son look s'inspire des fast-foods des années 50, avec ses enseignes néon et ses symboles. Lors de son développement mondial, une grande priorité a été accordée à l'alignement de l'image de la marque, et les clients du monde entier pouvaient reconnaître les sacs, les boîtes et les uniformes emblématiques quel que soit

l'emplacement de l'établissement visité.¹⁶ Les designs coquelicot continuent d'être un outil marketing important, car ils permettent de réaliser des publications médias attrayantes et facilement reconnaissables pour les clients existants comme pour les nouveaux clients.

Media Noche, un restaurant inspiré de La Havane situé à San Francisco, est connu pour ses sols colorés et ses sanitaires au papier peint « bananes », et ça marche. Les propriétaires estiment que la moitié de leurs clientes publient leur visite du restaurant sur Instagram. Cela constitue un investissement, mais la couverture marketing a sans doute un effet généreux sur le nombre de clients.¹⁷

Propreté du design en cuisine et du personnel

Au restaurant hongkongais **VEA**, où 80 % des clients sont assis au comptoir, la cuisine est conçue dans le but particulier d'optimiser l'expérience client, avec ses comptoirs en marbre et ses intérieurs offrant une meilleure vue des préparations culinaires. Avant chaque service, tout le personnel fait la queue pour subir un examen physique afin de vérifier que les ongles sont coupés, les dents brossées, les cheveux attachés en arrière et les uniformes repassés.¹¹



62 %

des amateurs de restaurants sont plus susceptibles de retourner dans votre restaurant s'ils ont le sentiment d'avoir eu une expérience personnalisée¹⁸



Cinq conseils faciles à appliquer

Comment inspirer les clients à partager leur expérience

En réalisant quelques modifications simples de détails, vous avez l'assurance d'optimiser l'expérience client. Des solutions de design judicieuses et susceptibles d'être partagées sur les réseaux sociaux peuvent permettre à votre restaurant de se démarquer et inciter vos clients à faire passer le mot, souriez !



Ouvrez l'espace

Vos clients considéreront tout point du restaurant comme une opportunité de le montrer sur les réseaux sociaux, alors invitez-les à le faire. Adoptez la tendance aux cuisines ouvertes, mais assurez-vous que les distributeurs de produits d'hygiène sont assortis dans toute la cuisine, car vos clients le remarqueront, et Instagram également.

Tork recommande : Chiffons de nettoyage restauration Tork® et support pour petit distributeur



Marquez les esprits

Vos clients remarquent les détails sur des produits comme les serviettes, les sachets de sucre et les emballages des plats à emporter, alors saisissez cette chance pour faire une impression en y imprimant votre slogan ou formule signature pour créer une expérience dont les clients se souviendront.

Tork recommande : Serviettes à impression personnalisée Tork et panneau Tork Xpressnap® AD-a-Glance®



Assortissez

Utilisez un fournisseur s'accordant à l'esthétique de design de votre restaurant. En plus de laisser une impression visuellement attrayante sur vos clients, le choix de fournisseurs stratégiques est un excellent moyen d'économiser temps et argent, et de recevoir des conseils sur mesure pour votre établissement.

Tork recommande : Distributeurs de la gamme Tork Image Design™



Embellissez l'espace

La décoration mérite une attention particulière. Les serviettes, les pailles, et les distributeurs de sel et de sucre ont un impact sur la manière dont vos clients apprécient la nourriture et l'environnement. Réfléchissez aux couleurs, au pliage des serviettes et à la disposition des tables : les possibilités sont infinies, choisissez la vôtre.

Tork recommande : Tork LinStyle® Serviettes et articles de table



Diffusez

Assurez-vous que le décor en différents points du restaurant est digne d'être publié sur Instagram, avec des détails visuellement attrayants et des messages personnels qui donnent envie aux clients de les partager avec d'autres, et de faire passer le mot.

Tork recommande : Outil de personnalisation numérique AD-a-Glance®



Think ahead.

Sources

1. The Independent, 2017
 2. Toast, Restaurant Success Report, 2019
 3. Restaurant Hospitality, 2019
 4. Harvard Business School, 2016
 5. TripAdvisor, enquête « Influences sur la prise de décision pour choisir un restaurant », 2018
 6. Adweek, 2018
 7. Cintas Corporation, Harris Poll, 2015
 8. The Daily Mail, 2019
 9. Tork, « Une expérience de suivi oculaire révèle les attentes des convives », 2016
 10. Tork, 2019
 11. Big 7 Travel, 2019
 12. CNN, 2018
 13. Antravelfoodie.com, « les 15 restaurants les plus instagrammables d'Amsterdam », 2018
 14. Tork, « Quelle est votre couleur ? », 2016
 15. Pret A Manger, 2016
 16. Fast Company, 2015
 17. Bon appétit, 2017
 18. Magazine Guide Michelin, 2018
-

www.tork.fr