



Médias sociaux pour les chefs

Un guide rapide



Unilever
Food
Solutions

Support. Inspire. Progress.

**CE GUIDE FOURNIT
DES ASTUCES ET DES
CONSEILS POUR FAIRE
DE VOTRE
RESTAURANT UNE
HISTOIRE DE SUCCÈS
EN LIGNE**

Les réseaux sociaux sont le moyen idéal pour augmenter les réservations et promouvoir votre restaurant, le tout pour peu ou pas d'argent.

APPRENDRE ...



QUE SONT LES DIFFÉRENTES PLATEFORMES DE RÉSEAUX SOCIAUX



LA MEILLEURE FAÇON DE COMMENCER



COMMENT S'ASSURER QUE VOS POSTES ONT UN IMPACT



LA MEILLEURE FAÇON DE PHOTOGRAPHER VOTRE NOURRITURE



QUOI ÉCRIRE SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

**CERTAINS AVANTAGES
DES MÉDIAS SOCIAUX**

Commercial

Si vous avez une table ouverte, une promotion spéciale ou un nouveau menu mensuel, assurez-vous que vos abonnés sont les premiers à le découvrir! Et si vous recherchez un nouveau sous-chef, les réseaux sociaux sont le point de départ idéal.

Commercialisation

La façon dont vous construisez votre profil en ligne façonnera l'image de votre restaurant. La nourriture et la cuisine sont un sujet brûlant sur les réseaux sociaux, vos publications peuvent donc aider à inspirer vos clients et à renforcer votre marque.

Publicité de bouche à oreille

Si vos clients vous laissent une bonne critique, tous vos abonnés pourront la voir! Le bouche à oreille reste l'une des meilleures formes de publicité.

Service et engagement

Vous déplacez les services de votre restaurant en ligne, vous pouvez donc partager des informations telles que vos heures d'ouverture ou votre menu. Mais vous pouvez également stimuler l'engagement de vos clients en partageant l'histoire du restaurant, par exemple, ou en leur donnant un aperçu de la cuisine.

INTRODUCTION

CHAQUE FORME DE
MÉDIAS SOCIAUX A
SA PROPRE LANGUE,
SON TON ET
UTILISATION DU
TEXTE ET DES IMAGES



FACEBOOK

Facebook vous donne beaucoup de liberté et libère votre créativité. Les informations sur votre restaurant peuvent être aussi claires et complètes que vous le souhaitez. Créez des **messages avec du texte, des photos, des vidéos ou des événements**. Vous pouvez communiquer facilement avec les clients et les abonnés, à la fois en privé et en public.



INSTAGRAM

Application visuelle, axée sur les photos et les extraits de films. **Le moyen idéal pour montrer votre nourriture!** Le texte d'accompagnement peut être aussi long que vous le souhaitez. Facile à lier à vos comptes sur Facebook et Twitter si vous souhaitez gagner du temps. L'utilisation de #hashtags est également un moyen facile de trouver ce que vous cherchez.



YOUTUBE

Le canal vidéo de choix. **Des extraits de films sur votre restaurant, votre cuisine ou vos plats** que vous téléchargez ici peuvent également être publiés sur votre page Facebook. Cela vous permet d'augmenter votre audience et le niveau d'interaction avec vos abonnés.



SWARM FOURSQUARE

Une **application** où les gens **utilisent leur emplacement** pour trouver le restaurant / bar / club le plus proche ou le mieux noté, etc. Les visiteurs de votre restaurant laissent des commentaires et des conseils et donnent une note.



GOOGLE

Le moteur propose plusieurs services que vous pouvez utiliser pour votre entreprise. Enregistrez votre restaurant pour qu'il **est visible sur Google Maps et vous apparaitrez dans les résultats** de recherche de les clients potentiels qui recherchent un restaurant à proximité.



LINKEDIN

Il s'agit d'une plateforme où vous partagez des informations sur vous-même, votre entreprise ou d'autres sujets liés au travail avec vos contacts. Un moyen pratique pour entrer en contact avec des collègues ou rechercher de nouveaux collaborateurs.

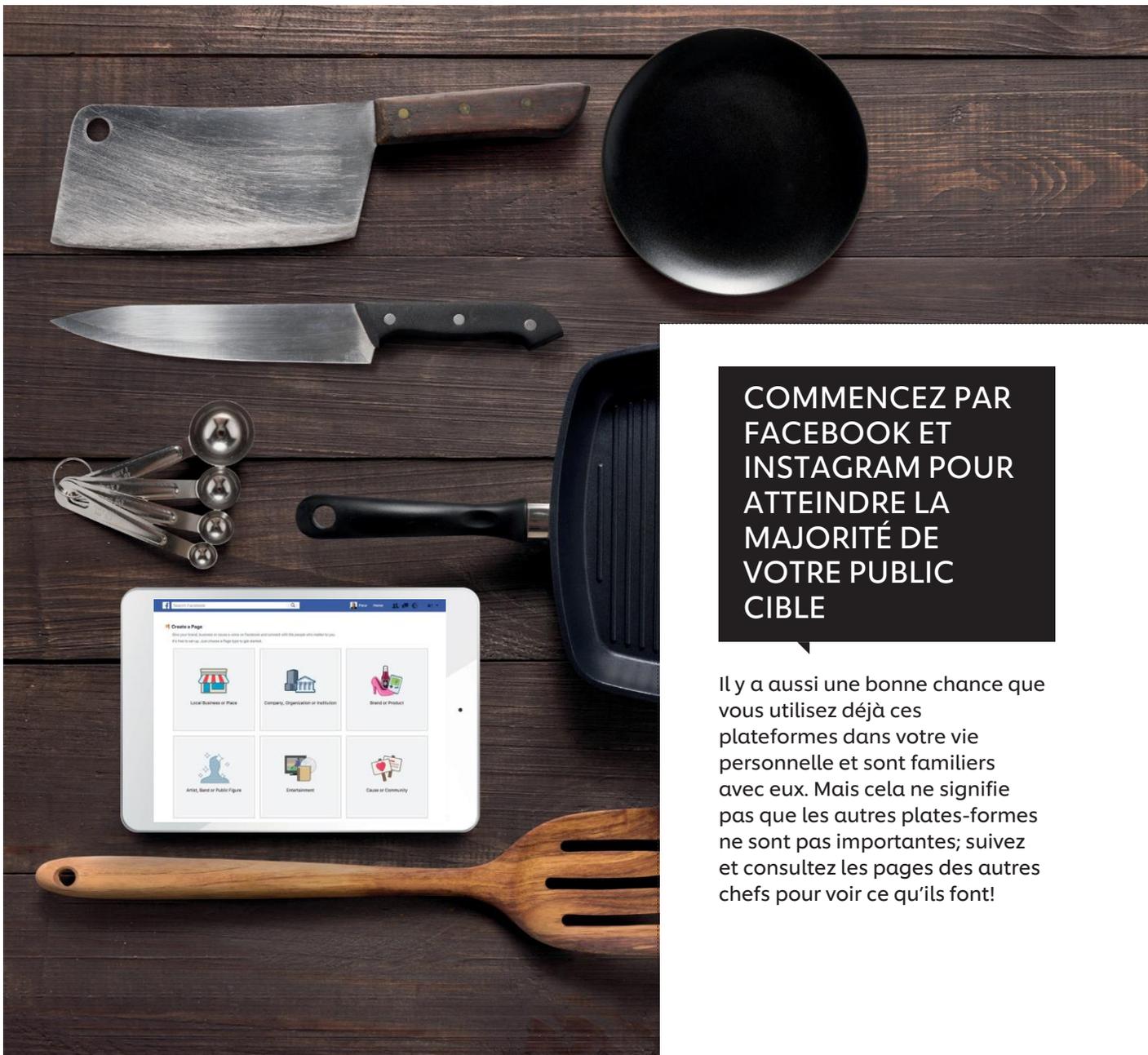


TWITTER

Rédigez votre message dans un "tweet" de 280 caractères. Pour une biographie de votre restaurant, vous pouvez utiliser 160. Les clients peuvent vous suivre et aimer et partager vos tweets. Twitter est idéal pour annoncer des nouvelles et guider les abonnés vers votre site Web avec un lien, mais ce n'est pas la plateforme idéale pour le secteur de l'hôtellerie.

PLATEFORMES

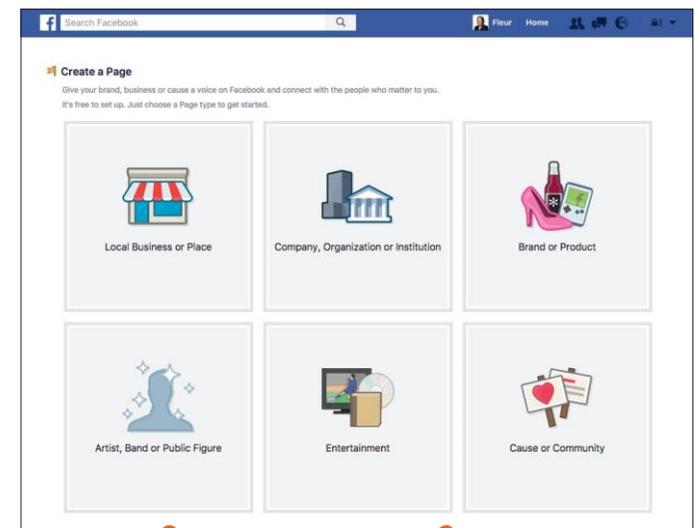




COMMENCEZ PAR FACEBOOK ET INSTAGRAM POUR ATTEINDRE LA MAJORITÉ DE VOTRE PUBLIC CIBLE

Il y a aussi une bonne chance que vous utilisez déjà ces plateformes dans votre vie personnelle et sont familiers avec eux. Mais cela ne signifie pas que les autres plates-formes ne sont pas importantes; suivez et consultez les pages des autres chefs pour voir ce qu'ils font!

» FACEBOOK



1.

Choisissez toujours une page d'affaires pour votre restaurant, jamais un profil personnel.

2.

"L'entreprise ou le lieu local" est la bonne catégorie pour votre entreprise.



Commencer

»»FACEBOOK

Set Up MyRestaurant4you

1 About 2 Profile Picture 3 Add to Favorites 4 Preferred Page Audience

Add categories, a description and a website to improve the ranking of your Page in search. Fields marked by asterisks (*) are required.

*Category (ex: Chinese restaurant, museum)

Add a few sentences to tell people what your Page is about. This will help it show up in the right search results. You will be able to add more details later from your Page settings.

*Tell people what your Page is about...

Website (ex: your website, Instagram, Twitter or other social media links)

Is MyRestaurant4you a real establishment, business or venue? Yes No

Need Help? Skip Save Info

3.

Plus les **détails de votre entreprise** sont complets, plus vos clients peuvent entrer en contact avec vous rapidement.

About MyRestaurant4you

Overview **Page Info** Edit Page Info

PAGE INFO	
Category	Restaurant/Cafe
Name	MyRestaurant4you
Subcategories	Italian Restaurant and Chinese Restaurant
Menu	Show your menu on your Page
Address	Persillestraat, Herent
Start Date	Enter your start date
Hours	= Enter hours of operation
Short Description	e.g. The restaurant used to be a old pub during 50 years. We serve French cuisine & seasonal dishes are variable each week. See you soon!
Impressum	Input impressum for your Page

6.

Cliquez sur « **propos** », pour aller à « **Informations sur la page** » et ajouter toutes les informations pertinentes pour votre restaurant.

Set Up MyRestaurant4you

1 About 2 Profile Picture 3 Add to Favorites 4 Preferred Page Audience

Upload From Computer Import From Website

Next

4.

CONSEIL

Utilisez le **logo** de votre restaurant comme une photo de profil, ou même une **photo de l'extérieur de votre bâtiment**, si elle est clairement reconnaissable.

Add a Button to Your Page

Add a button to your Page that takes people directly to your website or app. [Learn more.](#)

Choose a Button

- Contact Us
- Book Now
- Call Now
- Contact Us
- Send Message
- Use App
- Play Game
- Shop Now
- Sign Up
- Watch Video
- Send Email
- Learn More

Cancel Create

7.

Ajoutez un **bouton** pour qu'il soit facile pour les abonnés de vous **contacter**. Pratique s'ils sont à la recherche d'une table de dernière minute ou ont une question urgente sur une réservation.

MyRestaurant4you

Home Posts Videos Photos About Likes Message Tabs Privacy

Overview Page Info Facebook Share Like Post Like Share Comment Like Share Comment Like Share Comment

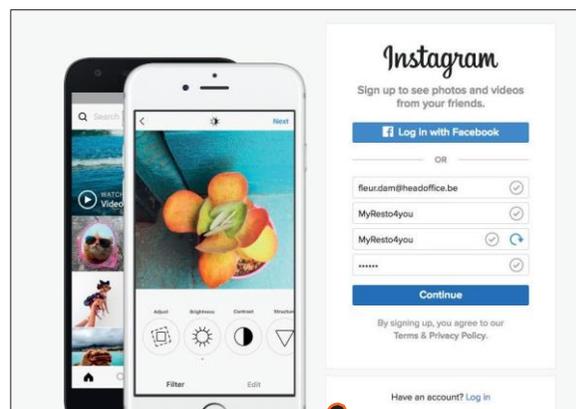
5.

Choisissez une **photo attrayante** d'un de vos plats, une image intérieure atmosphérique ou une photo de l'équipe pour votre photo de couverture.

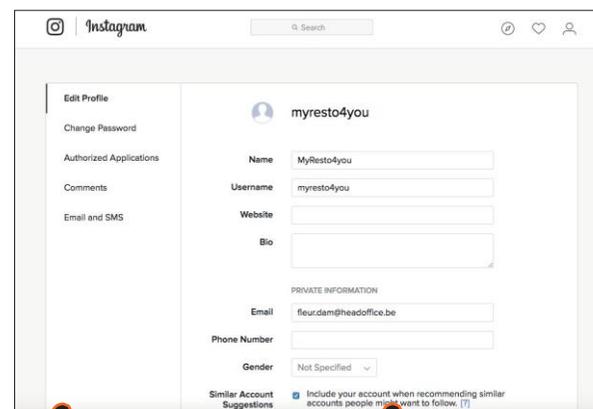


Commencer

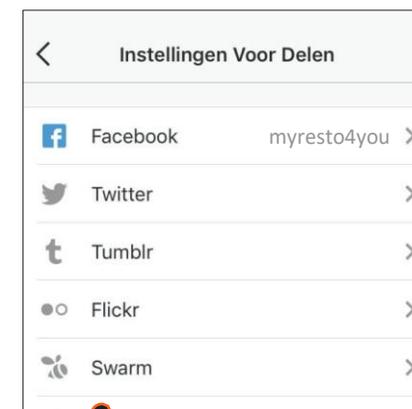
>>INSTAGRAM



1. Utilisez un **profil d'entreprise** pour votre restaurant ici aussi.



2. Cliquez sur « **propos** », pour aller à « **Informations sur la page** » et ajouter toutes les informations pertinentes pour votre restaurant.



3. Si vous utilisez plusieurs formes de médias sociaux, assurez-vous que les gens vous reconnaissent en utilisant toujours la **même photo de profil**.

4. **Reliez vos différents comptes de médias sociaux les uns aux autres.** Ensuite, les photos que vous publiez sur Instagram apparaîtront également sur votre page Facebook.



Si vous avez déjà un profil Instagram personnel, vous pouvez le convertir en profil professionnel pour votre restaurant.

- Accédez à votre profil et appuyez sur 
- Appuyez sur **Passer au compte professionnel**.
- L'écran **Connectez-vous à Facebook** vous montre toutes les pages Facebook auxquelles vous avez accès. Sélectionnez la page à lier à votre profil d'entreprise sur Instagram.
- Vérifiez les coordonnées de votre entreprise sur la page **Configurer votre compte Professionnel**, apporter des modifications et appuyer sur **Terminé**.



Commencer



**AVOIR DES PROFILS
SUR LES MÉDIAS
SOCIAUX EST UNE
CHOSE. RACONTER
UNE BELLE HISTOIRE
SUR VOTRE
RESTAURANT EST
AUTRE CHOSE.**

Il va sans dire que votre but ultime est d'accueillir vos disciples dans votre restaurant. Vous pouvez y parvenir en étant présent de la bonne façon et en encourageant l'interaction.

- La règle de base est de rester authentique et ne pas essayer d'être quelque chose que vous n'êtes pas.
- Soyez cohérent dans vos messages et dans la façon dont vous communiquez au sujet de votre restaurant.
- Publiez régulièrement et mettez à jour votre contenu pour maintenir l'intérêt pour vos plateformes.
- Donnez de l'information, mais gardez-la courte et puissante.
- Maintenir un ton positif et enthousiasmer les gens.
- Au lieu d'éviter les réponses négatives, réagissez positivement et soyez réceptif.

» FACEBOOK

- Assurez-vous que le texte de vos publications contient toujours des liens vers votre propre site Web.
- Assurez-vous que vos messages sont variés afin que vos abonnés restent intéressés.
- Suivez les réactions à vos publications et continuez d'interagir avec vos abonnés.

CONSEIL SUPPLÉMENTAIRE

Si vous n'avez pas le temps pour les nouveaux messages réguliers, planifier vos messages à l'avance et Facebook les affichera quand vous le dites. Choisissez les heures où la plupart des clients sont en ligne : à midi, le soir juste après que les gens quittent le travail, le week-end...

Idées

- un clip amusant de votre personnel de cuisine.
- une photo d'une célébrité dans votre restaurant.
- une photo du nouveau menu hebdomadaire.
-

» INSTAGRAM

- Postez une photo au moins une ou deux fois par semaine.
- Choisissez des images attrayantes dont vous êtes fier en tant que chef.
- Assurez-vous qu'il est facile pour vos clients de prendre contact/réservations à partir des informations de votre profil.

CONSEIL SUPPLÉMENTAIRE

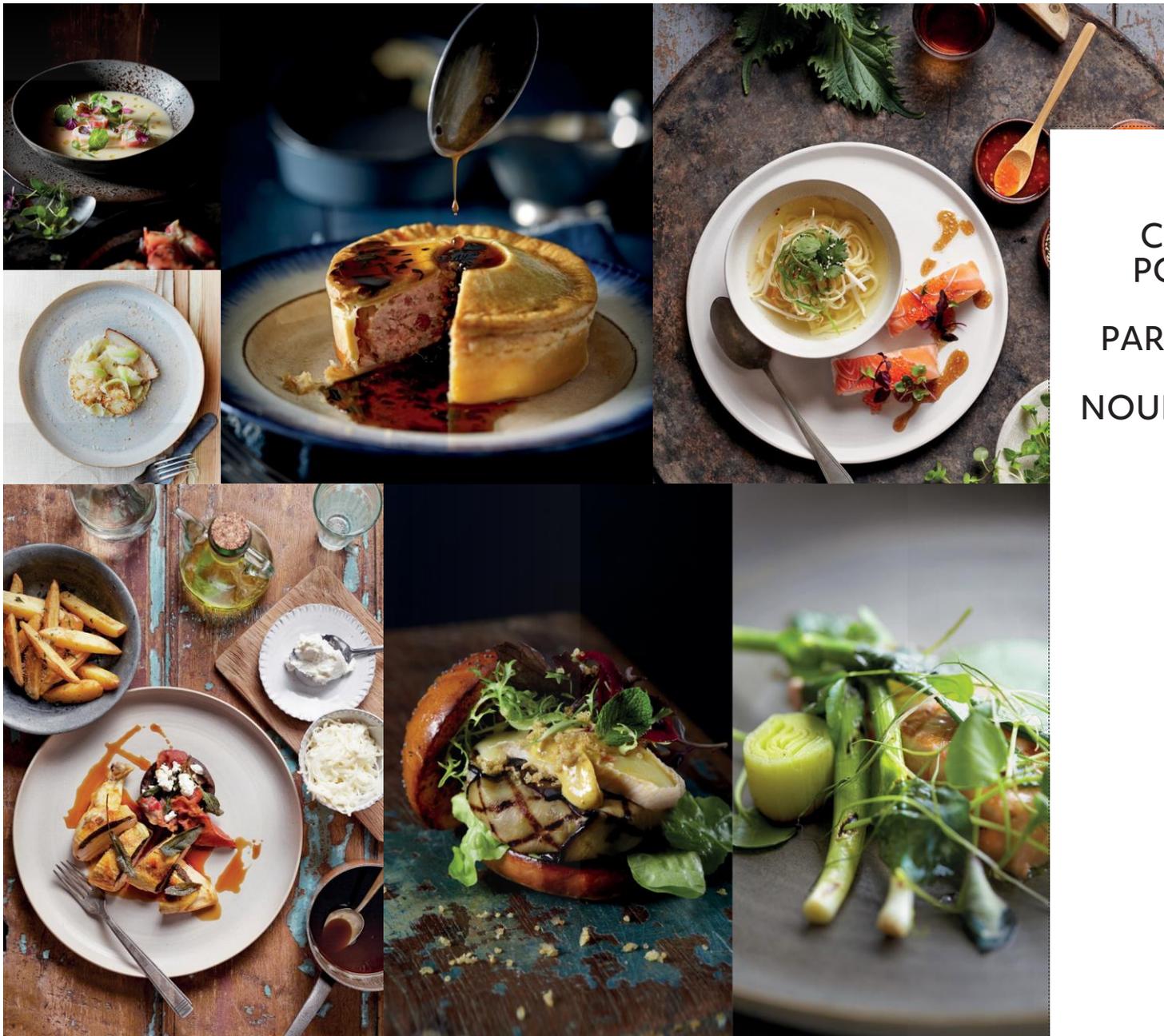
Instagram utilise également des hashtags (#), de sorte que vous pouvez rapidement trouver des messages sur le même sujet. Faites bon usage des hashtags (#) avec votre propre nom de restaurant ou le nom du plat sur la photo, mais n'oubliez pas de tirer le meilleur parti du succès des hashtags existants comme #foodgasm, #foodporn, #healthy, #food, #breakfast, #dinner, #dessert... Vous ne savez jamais ce que les gourmets qui pourraient attirer à votre table!

IDÉE

nouveaux ajouts au menu
une livraison d'ingrédients frais
un client satisfait à leur table



Conseils



CINQ CONSEILS POUR UNE IMAGE PARFAITE DE VOTRE NOURRITURE!

1. N'utilisez pas le flash

Le flash de votre appareil photo aplatira la texture et la couleur de votre nourriture. Utilisez la lumière naturelle en prenant la photo près d'une fenêtre ou à l'extérieur, par exemple.

2. Choisissez votre position

Expérimentez avec les positions de la caméra : La vue d'en haut est le moyen le plus simple de créer une composition équilibrée, tandis que les angles ou la prise du côté crée plus de profondeur.

3. Ne zoomez pas

Le zoom réduit la qualité et la profondeur de votre photo. Il suffit de se rapprocher de votre appareil photo afin que les détails soient visibles sur l'image finale.

4. Pensez à l'arrière-plan

Un fond désordonné ou très coloré détournera l'attention de votre nourriture. Concentrez-vous sur ce qui est important. Un réglage neutre s'assurera que tous les yeux sont sur votre nourriture.

5. Utilisez des filtres, mais n'en faites pas trop

Gardez-le réaliste. Les couleurs de l'image ont un effet énorme sur le sentiment que la photo transmet. Si vous en faites trop les filtres, ça ne sera plus alléchant.



PHOTOGRAPHIE



Asseyez-vous bien à l'avance et créez un calendrier pour vos activités sur les médias sociaux. Mettez des jours fériés sur elle, mais aussi n'oubliez pas d'inclure des choses comme la Journée mondiale du chocolat ou le début du Ramadan.

Cela vous donne un grand aperçu des moments intéressants pour poster quelque chose sur la nourriture et la cuisine et vous pouvez remplir des moments plus calmes avec des messages sur votre personnel, par exemple. Nous avons rassemblé quelques idées de contenu sur votre entreprise.

LÉGUME DU MOIS

Choisissez un légume de Saison différent chaque mois. Utilisez-le dans les plats de votre menu, dites à vos abonnés d'où il.

RECETTE

Chaque semaine, partagez une recette avec vos abonnés. Encouragez l'interaction et demandez-leur de poster des photos de leurs plats finis.

#FINDESEMAINE ou #VENDREDI

Les messages avec ces hashtags tentent un bon départ le week-end. Invitez vos disciples, car c'est le moment idéal pour réserver une table!

ALLEZ EN DIRECT!

Il n'y a rien de plus excitant que l'interaction en direct avec vos clients. Si vous pouvez préparer un plat en dix minutes, pourquoi ne pas le démontrer? Facebook ou Instagram Live signifie que vos abonnés peuvent regarder sur leur dispositifs.

#TBT or #THROWBACKTHURSDAY

Montrez votre côté nostalgique le jeudi. Plongez dans les archives et postez un plat ou une photo de quelques mois, voire plusieurs années auparavant. Comment étaient les choses dans votre restaurant dans les premiers jours? L'intérieur a-t-il changé ou étiez-vous dans un autre endroit? Et si vous avez un jour de retard, vous pouvez toujours profiter de #FlashbackFriday!





Unilever
Food
Solutions

Support. Inspire. Progress.