

AVANT DE COMMENCER

1 Si vous deviez ouvrir un restaurant, quelles démarches choisiriez-vous pour le faire connaître ? Faites une liste.

Comment promouvoir son entreprise

Lorsque l'on ouvre une entreprise, il faut beaucoup travailler son image, **pour se faire connaître** et promouvoir son offre, ses produits et services auprès du public. Dans un environnement concurrentiel, il est difficile de se distinguer et pour garder une dynamique commerciale, il faut mettre en œuvre des techniques de communication.

Se faire une bonne réputation

Il faut compter d'abord sur ses forces internes : travailler l'offre de service et l'accueil pour répondre aux attentes de la clientèle. En ce qui concerne l'offre de service, il faut privilégier la **qualité** qu'il s'agisse de l'accueil, du service en salle ou de la cuisine et le dynamisme en proposant une expérience unique qui permettra aux clients de devenir des consommateurs actifs. Un client satisfait de la qualité des prestations fera une bonne publicité autour de lui.

Se faire connaître par la publicité

La première technique est le **street marketing** : on peut organiser un événement au niveau de la rue pour attirer le public ou bien on peut distribuer des dépliants contenant des informations sur le menu, les plats du jour, les journées à thème, etc. Le **street marketing** est une technique qui combine puissance et impact en terme d'image et de mémorisation.

La deuxième technique concerne la **publicité classique** dans les journaux locaux, l'affichage sur des panneaux publicitaires. Dans ce cas-là, il faut travailler sur la durée afin que l'opération soit rentable.

La troisième technique fait appel à **Internet**. Tout restaurateur qui se respecte doit avoir un site qui présente son activité sur la toile : le site doit être bien conçu pour ramener beaucoup de clients.

On peut compléter sa présence en ligne avec une page **Facebook** à condition de l'actualiser avec les recettes du jour, les nouveaux produits, les événements qui sont organisés, etc.

La quatrième technique concerne la **publicité chez les commerçants locaux** en apportant du matériel dans les

hôtels, les campings, les centres de loisirs, les bars, etc. On peut penser aussi à créer des partenariats avec des offres appropriées pour attirer de nouveaux clients.

Fidéliser la clientèle via mailing

Le **mailing** est un mécanisme important, c'est l'outil traditionnel du marketing direct qui permet de faire revenir la clientèle : à travers le mailing on informe constamment sur les nouveautés, les promotions, les soirées thématiques, etc.

Le mailing peut joindre simultanément un grand nombre de destinataires directement et il a un bon impact sur les clients qui mémorisent le message.

BON À SAVOIR

rentable : redditizio
à la toile : la rete (Internet)



Compréhension écrite

2 Lisez les textes, puis dites si les affirmations suivantes sont vraies (V) ou fausses (F).

- 1 Il faut connaître les techniques de communication et d'information pour promouvoir une entreprise de restauration.
- 2 L'objectif du restaurateur est celui de bien accueillir le client et de lui proposer des produits de qualité.
- 3 Le *street marketing* est une forme de publicité classique.
- 4 Le panneau publicitaire a une efficacité immédiate.
- 5 La publicité par le site Internet est efficace à condition que le site soit bien conçu.
- 6 La publicité sur *Facebook* ne demande pas la mise à jour des informations.
- 7 Pour attirer de nouveaux clients on peut faire appel aux commerçants.
- 8 Le mailing permet de fidéliser les clients.

Vocabulaire

3 Écrivez le substantif correspondant à chaque verbe.

- 1 promouvoir _____
- 2 connaître _____
- 3 privilégier _____
- 4 actualiser _____

- 5 apporter _____
- 6 offrir _____
- 7 fidéliser _____
- 8 mémoriser _____

Compréhension orale

4 **DELF** 1.06 Écoutez l'enregistrement, puis cochez les bonnes réponses.

- 1 Daniel a ouvert son restaurant
a au début de l'année.
b à la fin de l'année.
- 2 Il propose des plats
a cuits au four.
b préparés au WOK.
- 3 Il utilise des produits
a frais.
b congelés.
- 4 Son restaurant est situé dans une rue
a fréquentée.
b isolée.
- 5 Les clients sont
a plusieurs.
b rares.
- 6 Il a décidé de
a proposer un produit phare et des plateaux dégustation.
b proposer des prix mini sur les produits phares de son restaurant.

Production écrite

5 **TÂCHE PRO** M. Marcelli va ouvrir un restaurant à Paris où il pense proposer des plats italiens. Aidez-le à préparer un dépliant en vous aidant des données ci-dessous.

Nom du restaurant

Typologie de cuisine

Quelques plats nationaux

Quelques mots sur le chef de cuisine

Jours d'ouverture

Adresse - Téléphone

Décor et ambiance

Des spécialités régionales

Organisation de cours de cuisine

Horaires des services