



MALOU

ACQUÉRIR DES CLIENTS EN LIGNE



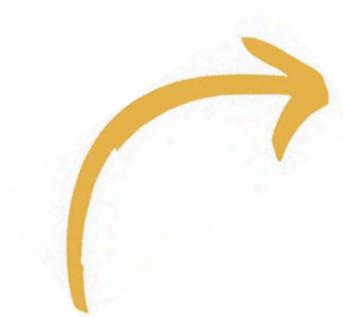
LE PARCOURS DE SÉLECTION DES CLIENTS A CHANGÉ



des Français choisissent leur restaurant en ligne



DE NOUVEAUX ENJEUX SE POSENT AUX RESTAURATEURS



CONVERSION



EXPERTISE MÉTIER



ACQUISITION



COMMENT Y RÉPONDRE EN TROIS TEMPS ?





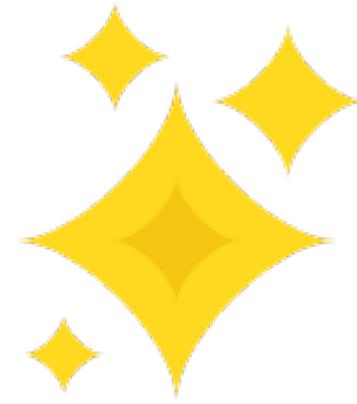
ATTENTION : UNE VISIBILITÉ MAXIMALE NE REMPLACE NI



UNE BONNE
CUISINE



UN SERVICE
DE QUALITÉ



UNE BELLE
EXPÉRIENCE



6 ÉTAPES CLÉZ POUR MAXIMISER SA VISIBILITÉ



1. Montrer

L'offre, la cuisine, l'expérience client,
le sourcing des produits, l'équipe

2. Référencer

Localement l'établissement sur toutes
les plateformes

3. Raconter

L'histoire, les fondateurs, les valeurs,
le lieu

4. Construire

Sa notoriété grâce aux médias
pertinents et au tiers de confiance :
les influenceurs

5. Engager

Sur les réseaux sociaux pour
construire une audience qualifiée

6. Valider

La rentabilité de chacune des actions
menées et suivre les KPIs

A photograph of a restaurant interior. The background shows a dining area with several tables set with white tablecloths, glassware, and silverware. The walls are light-colored with a dark horizontal band. A large yellow rectangular overlay is positioned in the center of the image, containing text. The text is in a dark blue, sans-serif font. The first line is a large number '1.' followed by the word 'MONTRE' in all caps. The second line is a list of items: 'L'offre, la cuisine, l'expérience client, le sourcing des produits, l'équipe'.

1. MONTRE

L'offre, la cuisine, l'expérience client, le sourcing des produits,
l'équipe



1. MONTRER : DES VISUELS DE QUALITÉ





VALORISER LES PRODUITS, LE TRAVAIL, L'ÉQUIPE, LA SALLE



FANFAN

Un voyage gastronomique
entre terres françaises et asiatiques

18 rue Bayen, 75017 Paris



Julien Burbaud, l'ancien candidat de la saison 3 de Top Chef, vient de prendre les commandes de Fanfan. Son ambition ? Faire découvrir dans ce tout nouvel établissement du 17^{ème} arrondissement sa cuisine mariant technicité française et inspirations asiatiques.

Car Julien a démarré sa carrière chez les plus grands : chez Joël Robuchon, d'abord, qu'il considère comme son mentor, mais aussi chez Yannick Alléno, Alain Passard ou encore Jean-Marc Notti. Il y a appris la technicité française, à laquelle il mêle aujourd'hui des influences asiatiques rapportées de chacun de ses nombreux voyages en Asie (Chine, Japon, Cambodge, Bali, Thaïlande, Corée du Sud...).

Il propose chez Fanfan sa cuisine inventive mais rigoureuse et se met à nu devant ses convives chaque soir.



SURPRISES ET GOURMANDISE AU CENTRE DE CHAQUE ASSIETTE

Le menu découverte fait vagabonder à chaque séquence entre les saveurs rassurantes des traditions françaises et celles explosives et étonnantes des produits que Julien rapporte de ses voyages aux quatre coins de l'Asie. On découvre alors de nouvelles saveurs et associations étonnantes qui nous transportent ailleurs le temps d'un repas. On se laisse également envoûter par le charme des assiettes pensées et réalisées avec une précision d'orfèvre.



A photograph of a restaurant interior. In the foreground, there are several light-colored wooden chairs with woven seats. Behind them are several square tables set with white tablecloths, glassware, and cutlery. The background features a wall with vertical slats and several white napkins hanging from the top. A large yellow semi-transparent banner is overlaid across the middle of the image, containing text.

2. RÉFÉRENCER

Localement l'établissement sur toutes les plateformes



2. RÉFÉRENCER : LES ANNUAIRES ET LA E-RÉPUTATION

ACQUÉRIR DIRECTEMENT DES
CLIENTS



Google My Business



NOURRIR SON RÉFÉRENCIEMENT
LOCAL



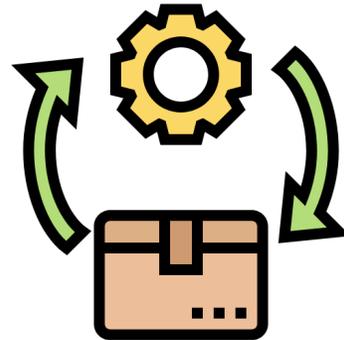
lintern@ute.com



LES AVIS CLIENTS : POURQUOI ET COMMENT RÉPONDRE

FAIRE BONNE IMPRESSION

FIDÉLISER VOS CLIENTS



REMETTRE LES MOTS CLÉS

AMÉLIORER VOTRE NOTE



LE RÉFÉRENCIEMENT LOCAL VS. LE SITE WEB



Google

restaurant proche gare marseille

Tous Maps Actualités Images Shopping Plus Paramètres Outils

Environ 16 700 000 résultats (0,53 secondes)

Rechercher des résultats sur

TripAdvisor 10 meilleurs restaurants près de Gare de Marseille Saint-Charles

PagesJaunes Restaurants à proximité de Gare de Marseille Saint-Charles

Données cartographiques © 2020

Note Cuisine Horaires

La Manne
4,4 ★★★★★ (254) · € · Française
25,5 km · 18 Boulevard de la Liberté
Fermé · Ouvre à 12:00
Cuisine créative & cadre chaleureux

Café l'Écomotive
4,5 ★★★★★ (570) · € · Végétarienne
25,5 km · 2 Place des Marseillaises
Esprit brocante & produits bio

Tapas Rojas
4,5 ★★★★★ (269) · € · Tapas
25,1 km · 23 Rue d'Isoard
Fermé · Ouvre à 10:50
Lieu chaleureux · Décontracté · Convient aux enfants

Autres adresses

10 meilleurs restaurants près de gare Saint-Charles (Marseille ...

<https://www.tripadvisor.fr> > ... > Marseille > Restaurants Marseille

Restaurants près de gare Saint-Charles (Marseille) sur TripAdvisor : consultez les avis et les photos des voyageurs pour connaître les meilleures tables près de ...

Voir tous les restaurants près de Gare de Marseille Saint ...

<https://www.tripadvisor.fr> > ... > Marseille > Restaurants Marseille

Restaurants près de Gare de Marseille Saint-Charles sur TripAdvisor : consultez 62 732 avis et 50 054 photos de voyageurs pour connaître les meilleures tables ...

Restaurants à proximité de Gare Marseille St Charles TGV ...

<https://www.pagesjaunes.fr> > annuaire > restaurants

Restaurants à proximité de Gare Marseille St Charles TGV, Marseille : Trouvez tous les restaurants proches de chez vous et réservez une table. Consultez les ...

La Manne - LaFourchette

<https://www.lafourchette.com> > restaurant > la-manne

★★★★★ Note : 9,3/10 - 103 votes - Prix : 21 € (Prix moyen à la carte calculé sur une base entrée/plat ou plat/dessert, hors boisson, selon les prix indiqués par le restaurant. Le prix moyen est purement indicatif.)

Cuisine originale et très goûteuse. Produits frais et plats maisons. Le service est très agréable, ce qui se fait rare à Marseille. Restaurant à recommander sans ...

Les 10 meilleurs restaurants à Marseille (13) - LaFourchette

<https://www.lafourchette.com> > ville > marseille

Réservez les meilleurs restaurants à Marseille avec des promotions jusqu'à -50% sur la carte. Confirmation immédiate de votre réservation.

Boutiques et restauration | Gares & Connexions

<https://www.garesetconnexions.sncf> > gare > frmsc > marseille-saint-charles

Votre gare : Marseille Saint-Charles. Services accessibilité. Toggle navigation. Station home ...
Bar - Brasserie - Restaurant. Caffè San Carlo. Restaurant ...



BONUS : TOUCHER LES TOURISTES





3. RACONTER

L'histoire, les fondateurs, les valeurs, le lieu



3. RACONTER : DE L'IMPORTANCE DU STORYTELLING

- Montrer l'envers du décor, les fournisseurs, les produits, la cuisine
- Adopter une ligne éditoriale et la conserver

- Mettre en valeur l'équipe
- Choisir ses promesses et les tenir

D'OÙ VIENNENT LES PRODUITS PIZZOU?

- 1 FLEUR DE LAIT, MOZZARELLA ET BURRATTA
La Ferme 4 Étoiles (Auffargis - Yvelines)
- 2 LA FARINE
Grands moulins de Paris (Paris)
- 3 L.B.F. BLONDE
100 % Houblon Français, Micro brasserie (Paris)
- 4 LES CHAMPIGNONS DE PARIS
La Parisienne (Lagnyville)
- 5 LA CHARCUTERIE
Maison Conquet (Lagnyville)
- 6 LES GLACES
Maison Antolin, classée Entreprise du Patrimoine Vivant (Bayeux Sur Livron)
- 7 L'AUBRAC BLANCHE
Brasserie d'Orléans (Aveyron)
- 8 REBLOCHON ET TOMME
Reblochon laitier de Savoie AOC et Tomme de Savoie (Savoie)
- 9 TOMATES PROVENÇALES
Tomates pour la sauce (Monteux)
- 10 BIÈRE PIETRA
La bière emblématique des Corses (Piantani)
- 11 EAU ZILIA / OREZZA
(Corse)
- 12 LONZU
(Castagniccia)



UN TOUR DE FRANCE POUR PLUS DE GOURMANDISE

Mettre en avant les produits du terroir français et les producteurs de talent : c'est le défi qu'a décidé de relever l'équipe de Pizzou. Pour cela, le quatuor est parti pendant un an à la rencontre de fromagers sur le plateau de l'Aubrac, d'éleveurs de vaches normandes dans les Yvelines, de producteurs de tomates en Provence...

Ils sont rentrés de leur périple enrichis de découvertes extraordinaires qui ont concrétisé leur projet. Les quatre copains ont croisé le chemin de nombreux producteurs, tel que le trio de la Ferme 4 étoiles Fabio, Pascal et Jean-Baptiste. Fabio est le plus français des Italiens. Arrivé en France il y a quelques années, il a choisi de travailler les fromages de son enfance italienne à partir de l'excellent lait des vaches normandes de Pascal et Jean-Baptiste, les gérants de la ferme laitière située dans les Yvelines. Les quatre copains de Pizzou leur ont rendu visite : ils ont écouté avec attention l'histoire de cette ferme familiale qui fait le choix d'un élevage extensif, ont goûté la mozzarella, la ricotta, la straciatella, la burrata de Fabio... Et en sont tombés follement amoureux !

Dès les premières bouchées Vivien, Rémy, Louis et Damien le savaient : le fromage italien des pizzas de Pizzou serait exclusivement Yvelinois ! Depuis, une amitié est née et une routine s'est installée : chaque matin, les trois producteurs travaillent le lait normand pour pouvoir, chaque soir, livrer à l'équipe de Pizzou mozzarellas, burratas, straciatellas et ricottas du jour-même ! C'est au gré de belles rencontres telle que celle-ci que s'est construite la carte de Pizzou.

Ex : PIZZOU, UNE PIZZERIA 100% MADE IN FRANCE



PIZZOU, LA NOUVELLE AVENTURE DES QUATRE COPAINS DES PINCES

Pizzou, c'est d'abord l'histoire d'une longue amitié : celle de Damien, Louis, Rémy et Vivien. Amoureux de bonnes tables et de homard, les quatre copains se sont lancés dans l'aventure entrepreneuriale après un voyage en Amérique du Nord. Déçus de constater que le homard restait très cher à Paris, ils décident d'ouvrir les Pincés. Leur défi ? Rendre accessible le homard à Paris. Défi relevé ! **LES PINCES** a su imposer son nom sur la scène gastronomique parisienne en proposant à ses clients du homard frais toute l'année ! Mais les aventures des amis ne s'arrêtent pas là. Ils reviennent avec un nouveau projet ambitieux : **ouvrir la première pizzeria 100% Made in France de Paris.**

Des voyages, les garçons ont continué d'en faire. À l'étranger, mais aussi en France et notamment en Corse où ils ont le rituel de partir chaque été. C'est sous le soleil tapant de l'île, entre deux bouchées de Brocciu, qu'est né le nouveau projet de la bande. C'était une évidence : depuis petits, ils cultivent tous les quatre le goût des produits du terroir de qualité. Alors, tel un hommage à leurs jeunes années, ils ont décidé qu'aucun ingrédient n'échapperait à la règle : la farine, la charcuterie, la tomate, le fromage, ou encore les légumes... **tout ce qui est présent dans leurs pizzas est français !**



UNE PIZZA FRANÇAISE, VRAIMENT ?

Mais enfin ! La pizza est italienne ! C'est vrai... Et pourtant, les Français peuvent se vanter d'être **les plus gros consommateurs de pizzas d'Europe** (ils en ont tout de même mangé 819 millions sur la seule année 2015 !). En la matière, ils se positionnent loin devant... les Italiens !

Alors nous pouvons prétendre la connaître par cœur cette fameuse pizza ! Nous l'adorons, nous la vénérons. Pourquoi donc s'obstiner à traverser les Alpes pour garnir nos pizzas alors que **la France foisonne de producteurs passionnés proposant des produits de qualité ?**

C'est la question que s'est posée la bande de copains de Pizzou. Et de cette question est née une conviction commune : **franciser la pizza italienne la rendra encore plus gourmande !**



The background image shows a restaurant interior. In the foreground, there are several tables and chairs. The chairs are light-colored wood with a woven seat. The tables are dark wood and are set with white tablecloths, glassware, and cutlery. In the background, there is a wall with a light-colored, textured panel and several white napkins hanging from the top. The ceiling is white with recessed circular lights. A large yellow semi-transparent banner is overlaid across the middle of the image, containing the text.

4. CONSTRUIRE

Sa notoriété grâce aux médias pertinents et au tiers de confiance :
les influenceurs



4. CONSTRUIRE SA NOTORIÉTÉ



Les médias "classiques"

vs.

Les influenceurs

FIGARO
SCOPE

FOODING

Télérama'

L'EXPRESS
Styles

TimeOut

• 3 provence
alpes

GLAMOUR

le Bonbon



80%

Des jeunes Français déclarent
avoir découvert un produit grâce
à un influenceur

A photograph of a restaurant interior. In the foreground, there are several light-colored wooden chairs with woven seats. Behind them are tables set with white tablecloths, glassware, and silverware. The background features a wall with vertical slats and several white napkins hanging from the top. A large yellow banner is overlaid across the middle of the image, containing the text '5. ENGAGER' and 'Sur les réseaux sociaux pour construire une audience qualifiée'.

5. ENGAGER

Sur les réseaux sociaux pour construire une audience qualifiée



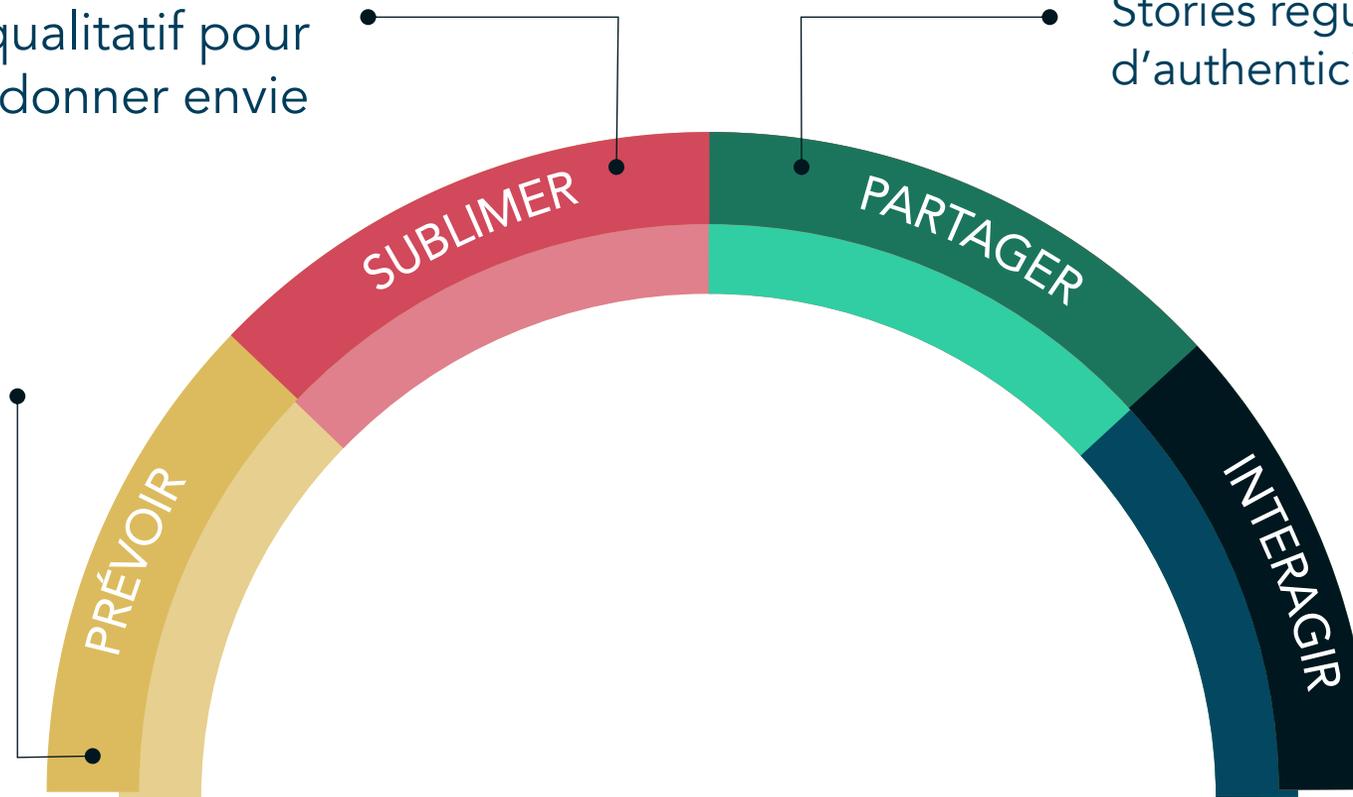
5. ENGAGER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



Contenu qualitatif pour donner envie

Stories régulières pour plus d'authenticité

Calendrier des publications pour ne rien manquer

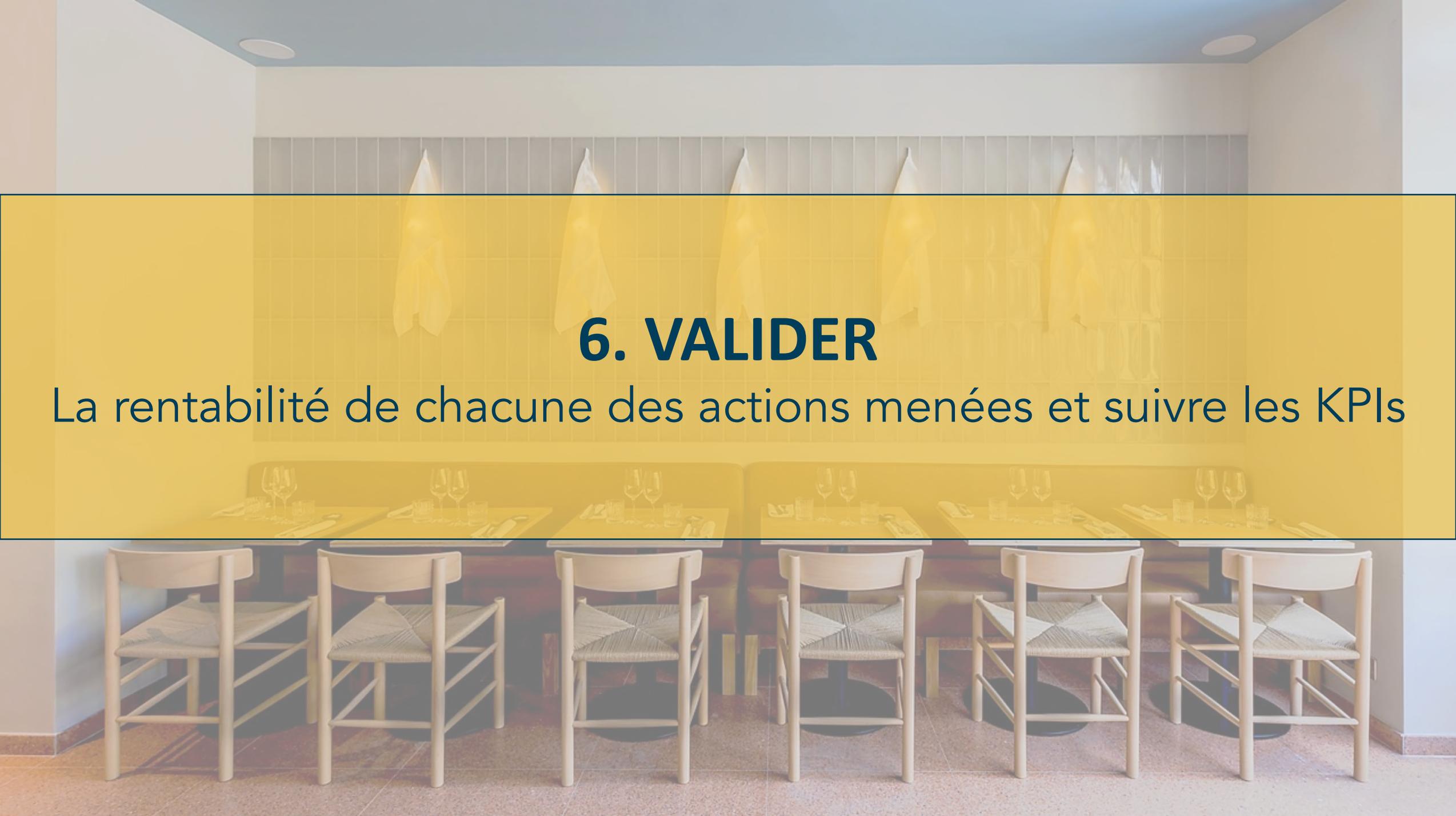


Écouter, aimer, commenter, discuter avec son audience



EX : HUMOUR, JEUX CONCOURS, UGC :





6. VALIDER

La rentabilité de chacune des actions menées et suivre les KPIs



6. VALIDER L'EFFICACITÉ DES ACTIONS - LES KPIS À SUIVRE

En référencement local et multicanal

- Positions sur les mots clés
- Nb de vues, d'apparitions sur les recherches
- Nb de clics sur "itinéraire", "appeler", "site web"
- Mots clés qui ont mené à sa fiche établissement

Sur les réseaux sociaux

- Nb d'impressions
- Nb de visiteurs
- Nb d'interactions - taux d'engagement
- Croissance de l'audience
- CPM / Coût par engagement pour pub

En RP / Influence

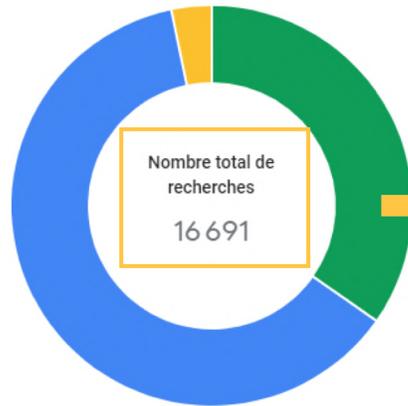
- Nb de tirage
- Nb de visiteurs / lecteurs pour presse digitale
- Coût en publi rédactionnel
- Audience des influenceurs
- Vues des stories
- Interactions sur les publications



VALIDER L'EFFICACITÉ DES ACTIONS - LES KPIs À SUIVRE

Mode de recherche de votre établissement

1 mois

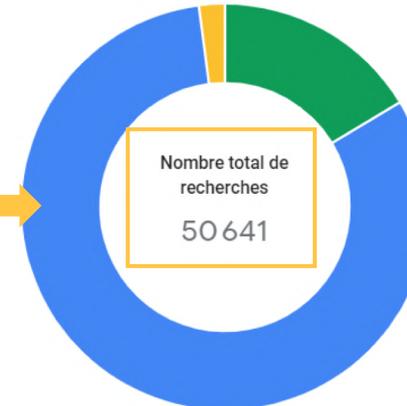


Nombre total de recherches
16 691

- Recherche directe
Clients qui trouvent votre fiche en recherchant le nom ou l'adresse de votre établissement
- Découverte
Clients qui trouvent votre fiche en recherchant une catégorie, un produit ou un service
- Par marque
Clients qui trouvent votre fiche en recherchant une marque en rapport avec votre établissement

Mode de recherche de votre établissement

1 mois



Nombre total de recherches
50 641

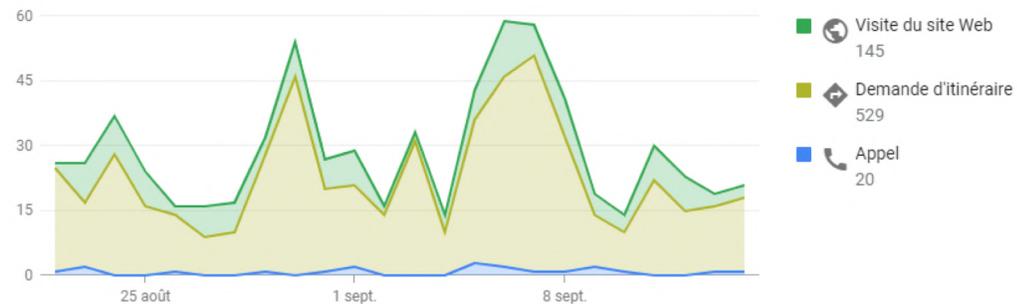
- Recherche directe
Clients qui trouvent votre fiche en recherchant le nom ou l'adresse de votre établissement
- Découverte
Clients qui trouvent votre fiche en recherchant une catégorie, un produit ou un service
- Par marque
Clients qui trouvent votre fiche en recherchant une marque en rapport avec votre établissement

Actions des clients

Actions les plus courantes sur votre fiche

1 mois

Nombre total d'actions : 694

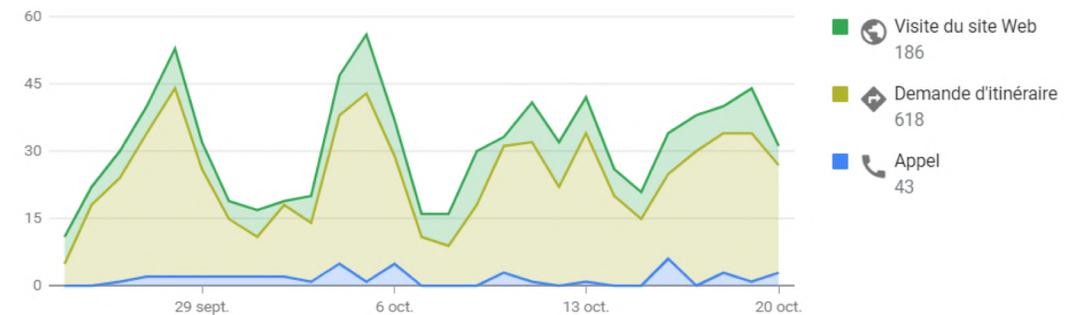


Actions des clients

Actions les plus courantes sur votre fiche

1 mois

Nombre total d'actions : 847





MALOU

Qui on est, ce qu'on fait, comment on le fait et les résultats que l'on obtient



DES COMPÉTENCES COMPLÉMENTAIRES



Louiza HACENE
CEO



HEC Junior Conseil
My Little Paris
HRS/EHDA (NY)

Waad TOUMI
CTO



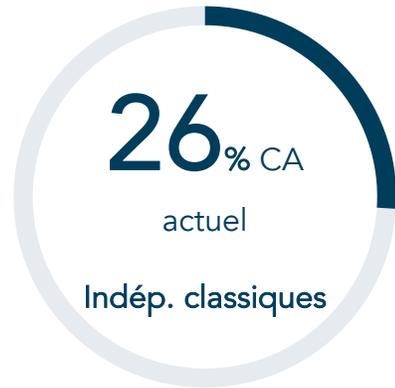
HelloFresh (NY)
Watamovie
Ekimetrics



Communicants, marketeux,
développeurs, data scientists...



QUI SONT NOS CLIENTS ?



Pizzou



Sardegna a Tavola



PAZZI
Ristorante & Gastro



M
MARIGNAN
PARIS

FIEF
FAIT ICI EN FRAN



SeQuiana
eugénie
Restaurant gastronomique



POUR ALLER PLUS LOIN : [HTTPS://MALOU.IO/BLOG](https://malou.io/blog)



17 avril 2019

Comment devenir un restaurant écoresponsable ? Des gestes simples pour l'environnement

[Lire la suite](#)



12 juin 2019

Le gaspillage alimentaire : quels enjeux sociaux, économiques et de communication pour les restaurants ? 5 conseils pour agir

[Lire la suite](#)



22 octobre 2019

La tendance brunch : quels enjeux et opportunités pour les restaurants ?

[Lire la suite](#)



09 janvier 2020

10 bonnes résolutions pour booster la visibilité en ligne de son restaurant.

[Lire la suite](#)



07 janvier 2020

10 idées pour devenir un restaurant kids friendly

[Lire la suite](#)



31 décembre 2019

Labels en restauration : lesquels viser ?

[Lire la suite](#)



MERCI !

Si vous avez des questions ou souhaitez un diagnostic
de votre établissement :

louiza@malou.io

+33 6 60 32 91 93