

Relation client

Reprendre la main sur les avis

À l'heure où les restaurateurs doivent composer avec les avis rédigés en ligne, des solutions innovantes leur permettent de récupérer la maîtrise de ces commentaires, d'interagir directement avec leurs clients et de réagir en conséquence. Voici notre sélection d'actualités et d'informations sur le sujet.

Par Morgane Buland, avec Food Service Factory (www.foodservicefactory.fr)



4 avantages...

...à se doter d'une solution digitale de type **Good Meal** (voir ci-contre) pour gérer ses avis

- ⊙ Digitaliser l'expérience client
- ⊙ Récupérer la maîtrise des avis
- ⊙ Améliorer la satisfaction
- ⊙ Augmenter les ventes grâce à la rétention client

L'idée en ✨

Faciliter l'interaction entre les professionnels et leurs clients

« Compte tenu de la dimension prise par les avis en ligne, le succès ou l'échec d'un commerce dépend désormais autant de ces avis que de la prestation offerte en elle-même », pense André Combe, cocréateur de la solution **SMS Connexions**. Cette dernière permet de recueillir en temps réel les avis, commentaires et suggestions des clients, de leur répondre immédiatement et de rectifier si besoin le problème. Le fonctionnement de l'outil est simple : chaque établissement reçoit un numéro SMS dédié. Puis, il le communique à ses clients qui peuvent l'utiliser de façon anonyme et gratuite. Le responsable du restaurant reçoit ensuite instantanément les notifications sur son mobile ou par e-mail. Il peut alors intervenir et répondre directement au client, même si celui-ci a déjà quitté l'établissement. « Quel que soit le secteur d'activité, tous les professionnels sont confrontés au même problème : il faut gérer l'insatisfaction des clients... qu'elle soit exprimée ou non ! Au-delà des avis laissés sur les réseaux sociaux, il y a aussi tous ces clients déçus qui ne disent rien mais ne reviennent plus... Il est donc capital de leur donner la parole et de leur apporter une solution en toute simplicité », ajoute Sébastien Beauville, autre cocréateur de **SMS Connexions**.



La start-up du mois

Good Meal, permet de piloter la satisfaction et la rétention client

Présentation. Créée en 2019 par Mahdi Laanaia et Caroline Maze, Good Meal est une solution digitale clé en main de pilotage de la satisfaction et de la rétention client. « Nous sommes partis d'un constat : aujourd'hui en France, 1 restaurant sur 3 ferme avec moins de 3 ans d'activité. Les 2 grandes raisons à cela sont les problèmes de gestion et le manque de flux », a indiqué Mahdi Laanaia lors du 3^e Food Service DDay, qui s'est tenu en mai à Paris, coorganisé par B.R.A. Tendances Restauration.



Fonctionnement. L'outil comprend plusieurs volets. Le 1^{er} est un questionnaire de satisfaction sur tablette tactile proposé au client à l'issue de son repas en échange d'une récompense à utiliser lors de sa prochaine venue. Rapide, il permet de noter son repas mais aussi le service. « Si le client met une note inférieure à 6/10, il est invité à préciser ce qui lui a déplu lors de son expérience. Le questionnaire lui demande aussi la probabilité qu'il recommande ou non l'établissement », précise Mahdi Laanaia. Ces données sont ensuite analysées via des algorithmes pour proposer au professionnel un tableau de bord détaillé comprenant les notes globales de satisfaction, de la carte, du service. L'établissement peut aussi analyser la satisfaction client et son évolution selon une période définie, ou comparer les notes attribuées à chaque plat. « Les restaurateurs ont par ailleurs accès à un outil de mailing et à une base clients segmentée en fonction de leur fidélité dans l'établissement », précisent les fondateurs. Et d'ajouter que la solution est « personnalisable et paramétrable selon les souhaits et besoins du restaurant ».

Le questionnaire lui demande aussi la probabilité qu'il recommande ou non l'établissement », précise Mahdi Laanaia. Ces données sont ensuite analysées via des algorithmes pour proposer au professionnel un tableau de bord détaillé comprenant les notes globales de satisfaction, de la carte, du service. L'établissement peut aussi analyser la satisfaction client et son évolution selon une période définie, ou comparer les notes attribuées à chaque plat. « Les restaurateurs ont par ailleurs accès à un outil de mailing et à une base clients segmentée en fonction de leur fidélité dans l'établissement », précisent les fondateurs. Et d'ajouter que la solution est « personnalisable et paramétrable selon les souhaits et besoins du restaurant ».



Tarif. Abonnement mensuel à 79 € HT.

► www.goodmeal.fr