

L'ESTRADE : éléments de correction

INTRODUCTION

→ Poser le cadre de l'étude

L'Estrade est un restaurant dans la station thermale d'Aix Les Bains, qui est tenue par deux anciens étudiants du lycée de Thonon. Il propose une cuisine française de qualité, locavore puisque privilégiant les produits savoyards.

L'établissement semble très dynamique au niveau de la communication digitale, il dispose d'un site internet et il est présent et actif tous les jours sur les réseaux sociaux. Cependant cela ne semble pas suffire à assurer une fréquentation satisfaisante, et l'Estrade doit pratiquer très souvent des offres promotionnelles pour l'améliorer.

→ Problématique

Peut-on améliorer la fréquentation en innovant dans les techniques promotionnelles, en affichant de nouveaux signes de qualité, et en améliorant son référencement sur Tripadvisor ?

→ Annonce de plan

QUESTION 1 : EXPLIQUEZ L'INTERET DES OFFRES PROMOTIONNELLES REALISEES PAR L'ESTRADE EN DECEMBRE 2019. PROPOSEZ UNE NOUVELLE FORME D'OFFRE PROMOTIONNELLE POUR LE MOIS DE JANVIER

La promotion des ventes a pour objectif de pousser le produit vers le consommateur, en proposant un produit ou service à des conditions particulières et ce, pendant une durée limitée dans le temps.

Les techniques promotionnelles sont nombreuses : vente à prime (cad avec un produit offert, davantage de produit, un cadeau offert), réduction de prix, jeux et concours, offre de remboursement immédiate ou différée, offre d'essai ...

Les promotions réalisées en décembre 2019 par l'Estrade visaient à :

- Améliorer la fréquentation du déjeuner avec une vente à prime (dessert offert)
- Attirer la clientèle familiale avec une vente à prime (menu enfant offert)
- Attirer la clientèle sur un jour de faible fréquentation avec une réduction de prix (-5%)

On peut proposer de réaliser un jeu durant une semaine, d'offrir un cadeau ou gadget à l'image du restaurant, une animation comme dégustation de produit d'un fournisseur, des réaliser des bons de réduction à valoir en semaine ... ecectetcete

QUESTION 2 : IDENTIFIEZ LES SIGNES DE QUALITE PRESENTS DANS LES DIFFERENTES COMMUNICATIONS DE L'ESTRADE. QUELS SIGNES NOUVEAUX POURRIEZ-VOUS SUGGERER DE METTRE EN PLACE ?

Les signes de qualité ont pour objet de réduire les freins des consommateurs, en les rassurant sur la qualité qu'ils peuvent attendre d'un produit ou service. Ils peuvent être représentés de façon officielle ou non, par des labels, des normes, des certifications, des récompenses, des recommandationsetcetc

Dans sa communication, l'Estrade met en avant :

- sa recommandation (bannière en bas) sur Tripadvisor et sa 6ème place sur le classement Tripadvisor (en pleine page)
- sa présence sur le Petit Futé 2019 grâce à l'onglet « On parle de nous »
- les articles élogieux de la presse
- la participation de son chef à un concours de cuisine prestigieux européen

On pourrait suggérer d'obtenir un signe de qualité officiel comme Maître Restaurateur, ou le label Fait Maison, ce qui semble possible au vu des informations disponibles. Le mot Fait Maison figure d'ailleurs entre guillemets sur la page d'accueil du site.

QUESTION 3 : CONSEILLEZ LE CHEF POUR AUGMENTER SES CHANCES D'INTEGRER LE TOP 3 DU CLASSEMENT TRIPADVISOR SUR AIX LES BAINS.

L'algorithme de Tripadvisor est complexe et semble tenir compte de nombreux facteurs ; nombre d'avis, qualité du rédactionnel des avis, date des avis, note moyenne obtenue, qualité des photos uploadées, et bien sûr des réponses apportées par le restaurateur.

Il serait donc envisageable :

- d'encourager les clients à laisser un avis, afin d'avoir plus d'avis, en validant l'option Avis Express
- de répondre systématiquement aux avis, favorables comme défavorables (c'est bon pour la fidélisation également)
- de poster régulièrement de nouvelles photos
- d'encourager les clients à rédiger des avis détaillés
- d'améliorer les prestations qui sont critiquées par les clients ayant laissé 1 ou 2 étoiles (portions de certains produits, régularité de la qualité du service) afin d'améliorer la note moyenne.