

# ANALYSE DE NOTORIÉTÉ

## Restaurant



ANALYSE EFFECTUÉE EN JANVIER 2025

CERTIFIÉE PAR



ANALYSE | ACTION | RESULTAT

<b>Introduction.....</b>	<b>2</b>
Objectif du rapport.....	2
Fiche d'établissement.....	2
Méthodologie.....	2
<b>Récapitulatif de la fiche d'établissement Google.....</b>	<b>3</b>
<b>Analyse Quantitative.....</b>	<b>4</b>
Analyse des notations.....	4
Nombre total de notations.....	4
Répartition du volume de notes / mois (2023).....	4
Répartition du volume de notes / mois (2024).....	5
Répartition de la qualité des notes / mois (2023).....	6
Répartition de la qualité des notes / mois (2024).....	7
Répartition des notes.....	8
Histogramme des notes de 1 à 5 étoiles (2023).....	8
Histogramme des notes de 1 à 5 étoiles (2024).....	8
Conclusion de l'analyse quantitative.....	10
<b>Analyse Qualitative.....</b>	<b>12</b>
Analyse des récurrences.....	12
Méthode : Analyse sémantique et catégorisation des avis.....	12
Récurrence 2023 vs. 2024.....	12
Points positifs fréquemment mentionnés.....	12
Points négatifs fréquemment mentionnés.....	13
Éléments secondaires mentionnés.....	13
Sentiment global.....	14
Analyse des réponses postées par le restaurant.....	14
Taux de réponse.....	14
Qualité des réponses.....	15
Points positifs.....	15
Axes d'amélioration.....	15
Suggestions générales.....	15
Conclusion de l'analyse qualitative.....	16
<b>Comparaison avec un concurrent similaire.....</b>	<b>17</b>
Analyse des notations.....	17
Répartition du volume de notes / mois (2024).....	17
Répartition de la qualité des notes / mois (2024).....	18
Histogramme des notes de 1 à 5 étoiles (2024).....	18
Analyse des commentaires.....	19
Forces et faiblesses identifiés chez votre concurrent.....	20
Taux de réponse de votre concurrent.....	20
Conclusion de l'analyse de votre concurrent.....	20
<b>Recommandations pour conserver vos atouts.....</b>	<b>21</b>
<b>Conclusion Générale.....</b>	<b>23</b>

# Introduction

## Objectif du rapport

Ce rapport a pour objectif de mesurer la notoriété et la perception client de votre restaurant grâce à l'analyse des avis et notations reçus sur votre fiche d'établissement Google.

## Fiche d'établissement

Votre fiche d'établissement reflète la qualité de votre restaurant. Les informations liées à l'adresse, au numéro de téléphone, au site internet ainsi que les réponses aux commentaires de vos clients, sont essentielles pour donner une image positive et renforcer la confiance de vos futurs clients. Véritable vitrine digitale, vos notes reflètent le sentiment global de votre clientèle et permettent d'améliorer votre visibilité dans les moteurs de recherche.

Ainsi, une fiche d'établissement permet :

- D'améliorer la visibilité en ligne
- De renforcer la crédibilité et la confiance
- De faciliter l'accès aux informations clés
- D'augmenter l'interaction avec les clients
- D'analyser les performances et la perception client

## Méthodologie

Nous avons analysé les commentaires et notes de votre fiche d'établissement afin de vous offrir une meilleure compréhension de la perception de votre restaurant par vos clients et futurs clients, et d'en dégager un plan d'action pour renforcer la satisfaction globale.

En s'appuyant sur l'ensemble des données, nous avons pu extraire :

- Les nombreux avis positifs
- Les avis négatifs
- Les notes déposées par vos clients
- Les dates des avis
- Les thèmes récurrents
- Les réponses que vous avez apportés aux avis

Ces éléments nous ont ainsi permis :

- D'identifier les thèmes récurrents dans les commentaires de vos clients
- De disposer d'une analyse des forces et des faiblesses de votre établissement
- D'identifier les actions à déployer pour améliorer la satisfaction de vos clients
- De comprendre la répartition des notes (saisonnalité, périodes clés)
- D'identifier les éléments différenciants mis en avant par vos clients

# Récapitulatif de la fiche d'établissement Google

*L'ensemble des informations mentionnées ci-dessous proviennent de votre fiche d'établissement Google. Ces renseignements sont publics et accessibles à l'ensemble de vos fournisseurs, investisseurs, clients et futurs clients.*

**Dénomination complète :** [REDACTED] restaurant paris [REDACTED]

**Activité :** Restaurant

**Adresse :** [REDACTED] Paris

**Numéro de téléphone :** 01 43 [REDACTED]

**Prix par personne :** 20 - 30€

**Nombre d'avis :** [REDACTED]

**Note moyenne obtenue :** 4.3

**Mode(s) de paiement :** Pluxee / Ticket Restaurant / Bimpli / Chèque Déjeuner

**Réservations possible via :** [thefork.fr](http://thefork.fr)

**Horaires indiqués :**

lundi	07:00–00:00
mardi	07:00–00:00
mercredi	07:00–00:00
jeudi	07:00–00:00
vendredi	07:00–00:00
samedi	09:00–00:00
dimanche	09:00–00:00

Votre fiche d'établissement regroupe tous les éléments essentiels pour capter l'attention de futurs clients, accompagnés d'une sélection de photos de qualité illustrant l'ambiance générale du restaurant. Toutefois, il serait judicieux d'harmoniser les horaires d'ouverture, en particulier le dimanche, afin d'assurer une cohérence avec votre page Facebook, qui indique actuellement une fermeture à 18h. *Un simple décalage d'horaire pourrait créer de l'insatisfaction chez vos clients, ce qui serait regrettable pour un détail facilement ajustable.*

# Analyse Quantitative

## Analyse des notations

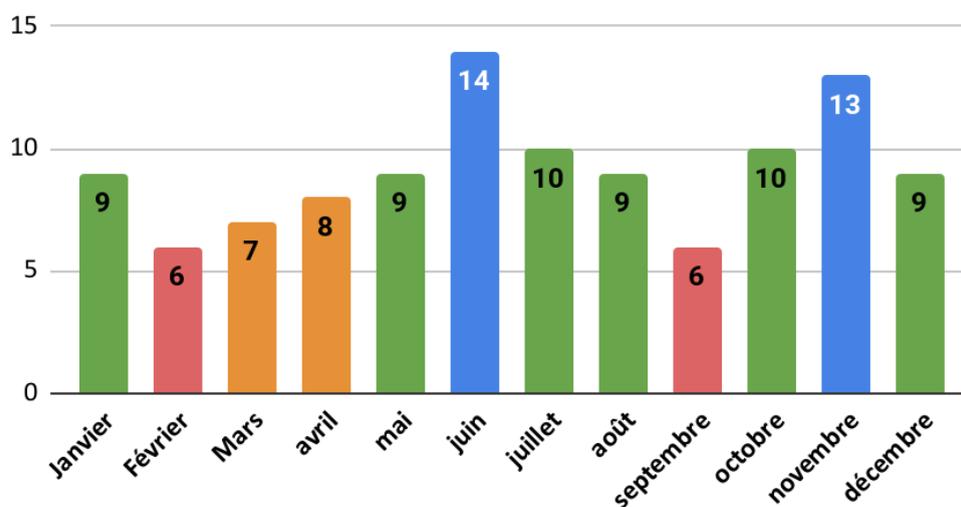
Nombre total de notations

En **2023** votre fiche d'établissement Google a reçu : **110 notations**

En **2024** votre fiche d'établissement Google a reçu : **81 notations**

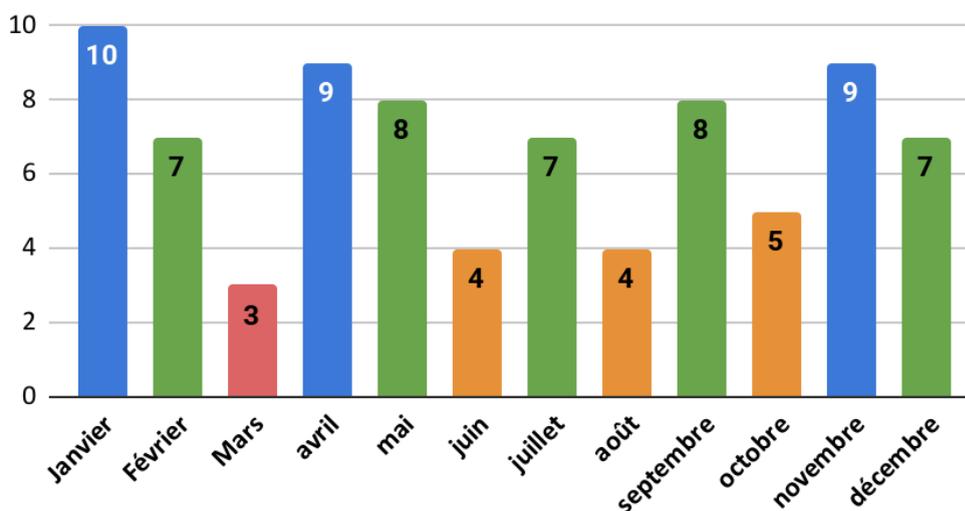
Le volume de notes de votre établissement a baissé de **26,4%** entre 2023 et 2024.

Répartition du volume de notes / mois (2023)



**Ex :** En janvier, vos clients ont noté à 9 reprises votre établissement, à 6 reprises en février etc.

## Répartition du volume de notes / mois (2024)



### Répartition du volume de notations :

Les mois avec le plus grand nombre de notes en 2023 : **juin** et **novembre**

Les mois avec le plus grand nombre de notes en 2024 : **janvier, avril, novembre**

Les mois avec le plus faible nombre de notes en 2023 : **février** et **septembre**

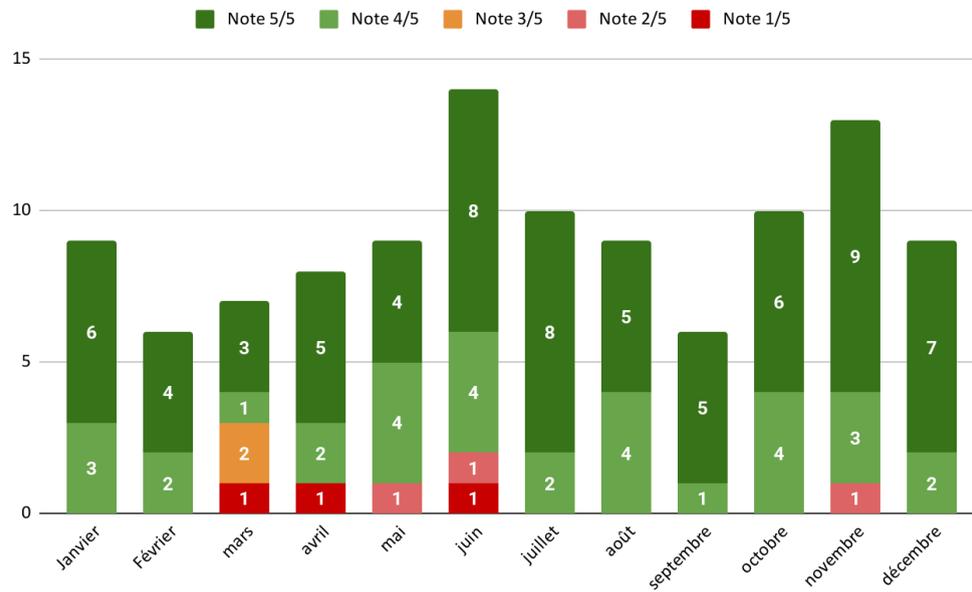
Les mois avec le plus faible nombre de notes en 2024 : **mars, juin** et **août**

Bien que le volume de notations ait diminué entre 2023 et 2024, sa répartition ne semble pas suivre une saisonnalité précise. Ainsi, malgré certaines périodes de faible activité en termes de notation, aucune récurrence spécifique liée à votre établissement ou à sa gestion ne semble se dégager.

Ces périodes clés, comme mars, juin et août, sont idéales pour inciter vos clients à laisser un avis. Vous pourriez, par exemple, partager le lien de notation sur Instagram, où vous êtes actif, ou glisser une carte avec un QR code lors de l'addition. Cette approche discrète permet aux clients de conserver vos coordonnées tout en facilitant leur retour d'expérience.

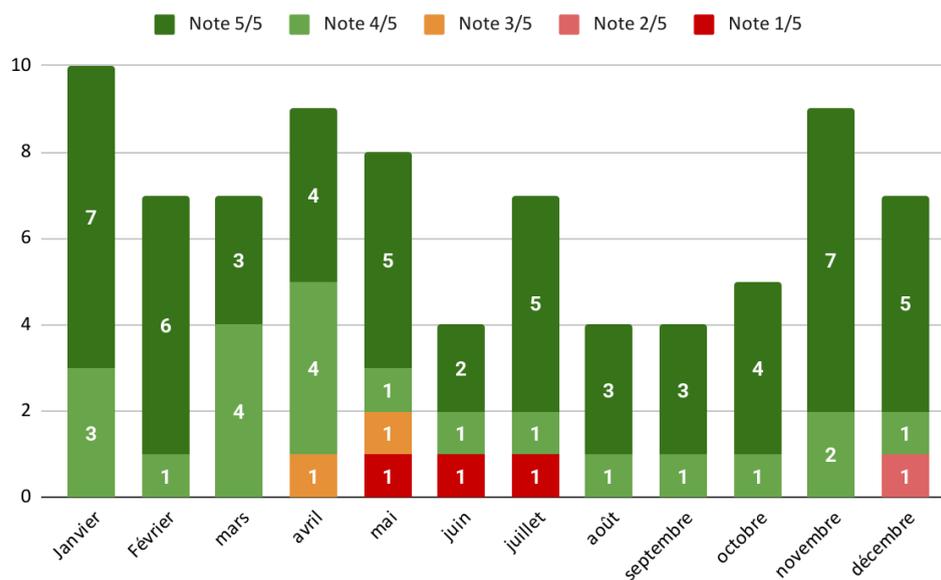
Intéressons-nous maintenant à la qualité des notes.

## Répartition de la qualité des notes / mois (2023)



**Ex :** En mars 2023, parmi les 7 notations, vous avez reçu 3 notes de **5/5**, 1 note de **4/5**, 2 notes de **3/5** et 1 note de **1/5**

## Répartition de la qualité des notes / mois (2024)



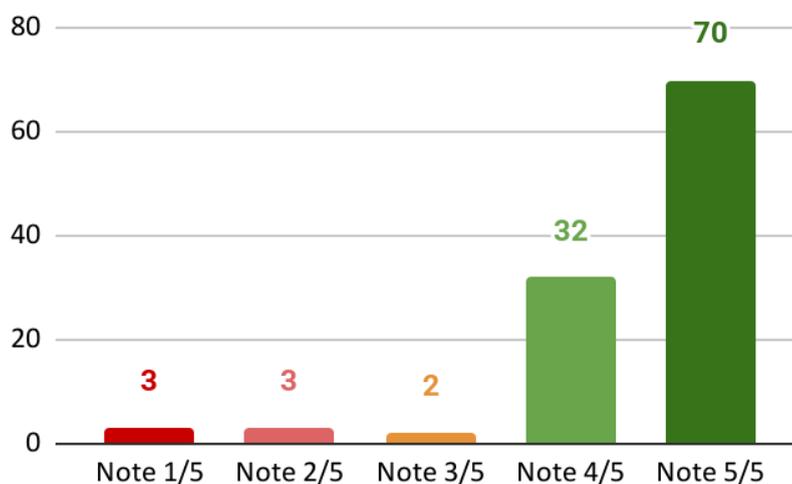
En 2023, les mois de **mars**, **avril**, **mai** et **juin** sont les plus mauvais mois de l'année avec un total de **7 mauvaises notations** : 3 notes de **1**, 2 notes de **2** et 2 notes de **3**. Ces 4 mois ont principalement impactés la moyenne de 2023 (*ainsi qu'une note isolée de 2 en décembre*).

En 2024, les mois d'**avril**, **mai**, **juin** et **juillet** sont les plus mauvais mois de l'année avec un total de **5 mauvaises notations** : 3 notes de **1** et 2 notes de **3**.

On observe que, sur deux années consécutives, les mois d'avril, mai et juin enregistrent les évaluations les plus faibles. Il serait pertinent d'identifier d'éventuels facteurs pouvant influencer la satisfaction client sur cette période, tels qu'un changement d'équipe, des congés, des problèmes de voirie ou des changements spécifiques dans la communication de votre établissement.

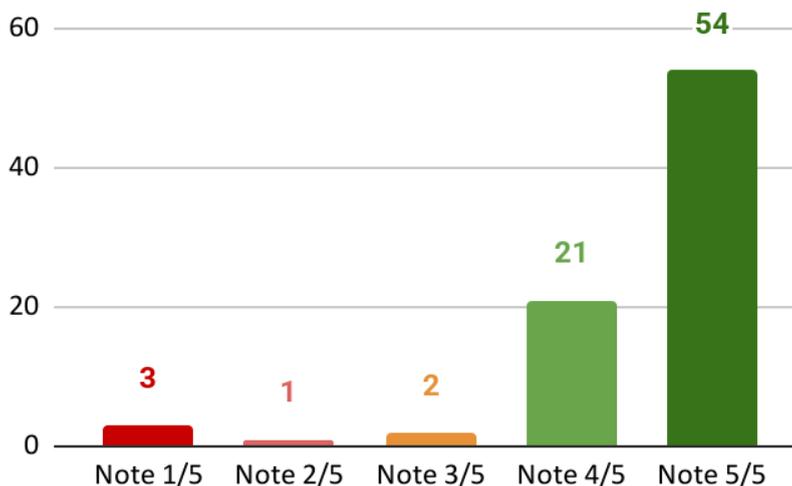
## Répartition des notes

Histogramme des notes de 1 à 5 étoiles (2023)



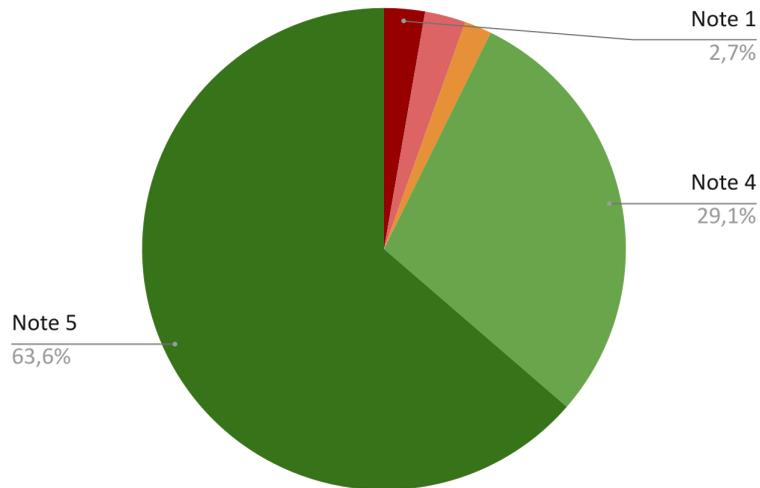
En **2023**, vous avez reçu 3 notes de **1/5**, 3 notes de **2/5**, 2 notes de **3/5**, 32 notes de **4/5** et enfin, 70 notes de **5/5**.

Histogramme des notes de 1 à 5 étoiles (2024)



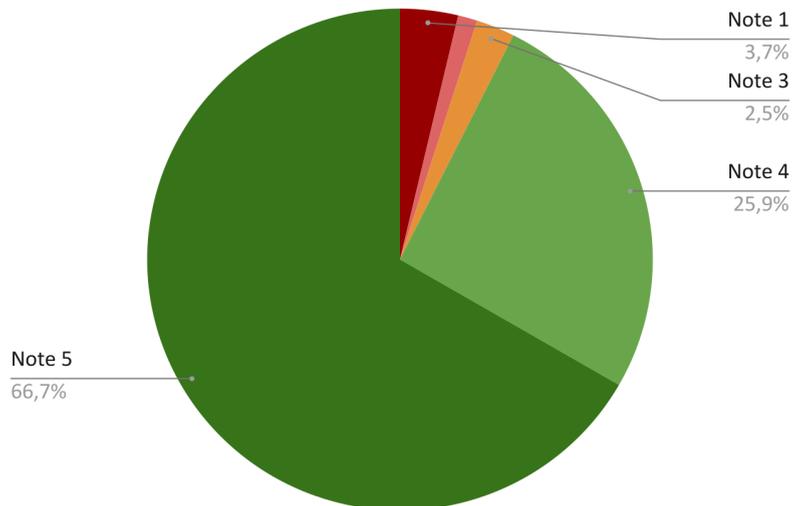
En **2024**, vous avez reçu 3 notes de **1/5**, 1 note de **2/5**, 2 notes de **3/5**, 21 notes de **4/5** et enfin, 54 notes de **5/5**.

- Analyse des proportions 2023 (% de répartition des avis)



Note 2/5 masquée : 2,7%  
Note 3/5 masquée : 1,8%

- Analyse des proportions 2024 (% de répartition des avis)



Note 2/5 masquée : 1,2%

En 2023 : **92,7%** des notes sont comprises entre la note 5 et la note 4 : **total de 110 notes.**  
En 2024 : **92,6%** des notes sont comprises entre la note 5 et la note 4 : **total de 81 notes.**

# Conclusion de l'analyse quantitative

L'analyse des données de votre fiche d'établissement Google révèle une baisse importante du nombre d'avis déposés par vos clients entre 2023 et 2024, passant de 110 notations à 81, soit une diminution de **26%**.

La qualité des retours reste toutefois constante, avec un taux de bonnes notations (*entre 4 et 5*) quasi identique : 92,7% en 2023 vs. 92,6% en 2024. Cela témoigne d'une satisfaction élevée et stable malgré la diminution de participation.

En ce qui concerne la baisse du nombre d'avis déposés par vos clients, plusieurs pistes sont à envisager :

## 1. Évolution des habitudes des clients : baisse de l'incitation à laisser un avis.

*Propositions :*

- Rappeler discrètement aux clients de laisser un avis, par exemple via des cartes sur la table ou sur l'addition.
- Organiser des événements ou des offres spéciales incitant les clients à laisser un avis après leur visite.

## 2. Changement dans les habitudes de fréquentation : la baisse du nombre d'avis est-il également lié à une baisse de fréquentation ?

*Proposition :*

- Renforcer la communication locale et votre différenciation (ambiance, spécialités, service).

## 3. Perception et visibilité en ligne : une augmentation de la concurrence peut diminuer votre visibilité sur Google et ainsi, ne pas inciter les clients à vous laisser une note.

*Propositions :*

- Mettre à jour votre fiche Google avec de nouvelles photos, une description engageante et des publications fréquentes. (*proposition dans l'analyse qualitative*).
- Répondre à 100 % des avis pour montrer votre engagement. (*proposition dans l'analyse qualitative*).

## 4. Impact des événements externes : Travaux, changements de signalisation, nouveaux commerces à proximité.

*Proposition :*

- Communiquer de manière proactive sur vos réseaux sociaux pour encourager les visites.
- Les commerces voisins sont à la fois vos premiers clients et ambassadeurs, renforcez vos liens avec ces derniers pour gagner en notoriété. (*offres spéciales, carte de visite sur les comptoirs...*)

**5. Saturation du marché des avis** : Sans renouvellement de la clientèle, les clients réguliers et fidèles ne sont pas amenés à laisser une nouvelle note.

*Proposition :*

- Attirer une nouvelle clientèle via des campagnes ciblées (réseaux sociaux, partenariats locaux, communication locale). Et n'hésitez pas à rappeler à vos habitués de renouveler leur notation.

La baisse du volume de notations n'est pas anecdotique. En plus d'impacter votre positionnement dans les moteurs de recherche, cette baisse affecte de manière plus importante votre moyenne en cas de mauvaises notations.

L'un des facteurs pouvant expliquer cette baisse, notamment aux vues de votre moyenne élevée, pourrait venir de vos clients fidèles et réguliers qui ne renouvellent plus leur note.

*Pourquoi ne pas commencer par encourager vos nouveaux clients à évaluer leur expérience et aux clients fidèles à renouveler leur notation ?*

Enfin, les analyses montrent que la majorité des mauvaises notes en 2023 et 2024 ont été enregistrées sur les mois d'avril, mai et juin. Des changements ont-ils eu lieu dans l'équipe, la carte ou l'organisation ? Identifier les événements clés de ces périodes permettra d'anticiper et d'éviter cette tendance pénalisante en 2025.

Renforcez votre attention sur ces 3 mois. Grâce à une amélioration des commentaires sur cette période, votre moyenne pourrait augmenter de manière significative.

# Analyse Qualitative

## Analyse des récurrences

Méthode : Analyse sémantique et catégorisation des avis

Nous avons analysé l'ensemble des avis rédigés par vos clients en 2023 et en 2024. Ces avis ont été classés par thème en fonction des mots et tonalités utilisés.

Cette analyse vous permettra d'identifier les récurrences positives et les besoins d'améliorations évoquées par vos clients.

### Récapitulatif :

**2023** : 110 notations et 69 avis rédigés par vos clients.

**2024** : 81 notations et 51 avis rédigés par vos clients.

## Récurrance 2023 vs. 2024

### Points positifs fréquemment mentionnés

Points Positifs	2023	2024
<b>Accueil et service</b>	Accueil chaleureux, serveurs souriants et prévenants, service convivial et efficace (malgré l'affluence).	Service sympathique et efficace, personnel attentionné, accueil chaleureux (mention spéciale au personnel).
<b>Ambiance et décoration</b>	Déco originale, vintage et atypique, ambiance chaleureuse et dépaysante.	Ambiance conviviale et nostalgique, décoration humoristique et unique.
<b>Cuisine</b>	Plats faits maison, accras de morue très appréciés, portions généreuses, rapport qualité-prix favorable.	Cuisine simple et efficace, produits frais, <b>portions correctes.</b>
<b>Rhum arrangé</b>	Large choix de rhums arrangés faits maison, saveurs surprenantes et appréciées.	Mention régulière des rhums arrangés comme une spécialité appréciée.
<b>Ambiance musicale</b>	Brunch musical et concerts les dimanches, moments agréables en famille ou entre amis.	Ambiance musicale le dimanche toujours mise en avant, ajoutant au charme de l'expérience.
<b>Rapport qualité-prix</b>	Prix abordables pour la qualité des plats et des boissons.	<b>Prix jugés raisonnables</b> pour Paris, en particulier pour des menus ou des formules combinées.

## Points négatifs fréquemment mentionnés

Points Négatifs	2023	2024
<b>Temps d'attente</b>	Service parfois lent (notamment aux heures de pointe).	Attente signalée, en particulier pour les grandes tables ou lors de périodes plus chargées.
<b>Incohérence sur les desserts</b>	Quelques retours mitigés sur les desserts : portions jugées petites ou absence d'accompagnement (glace, crème).	Suggestions d'amélioration pour les desserts, comme l'ajout d'accompagnements.
<b>Bruit et espace</b>	Bruit important signalé parfois, notamment avec des enfants en salle.	Problème de bruit et manque d'aménagements pour les familles (ex. table à langer manquante malgré l'espace disponible).
<b>Erreurs de service</b>	Quelques erreurs signalées (facturation, lenteur pour servir certains clients avant d'autres).	Retour sur des soucis de facturation et manque de flexibilité dans la gestion de certaines demandes.
<b>Cuisine inconstante</b>	Qualité inégale perçue (par exemple huile de friture usagée, salade peu fraîche).	Portions parfois jugées moins copieuses ou cuisine un peu fade pour certains plats.
<b>Personnel</b>	Quelques retours sur le comportement perçu comme désagréable d'un(e) employé(e), mais ces remarques restent isolées.	Retours similaires sur quelques employés, bien que globalement la qualité du service soit saluée.

Ces deux tableaux serviront de référence pour 2025, en capitalisant sur les points forts récurrents (accueil, rhums arrangés, ambiance) tout en traitant les critiques fréquentes (service parfois lent, gestion du bruit, rapport qualité/prix des desserts). À noter que, bien que toujours perçus positivement, les avis sur les portions et le rapport qualité-prix semblent moins marqués, ces deux aspects étant probablement liés.

## Éléments secondaires mentionnés

Nouveautés	2023	2024
<b>Service</b>	- [REDACTED] mentionnée spécifiquement pour son professionnalisme. - Serveurs globalement chaleureux et efficaces.	- <b>Service rapide souligné plus fréquemment.</b> - Mention de la prise en charge spécifique pour les familles avec bébés.
<b>Rhum arrangé</b>	- Large choix de rhums arrangés, souvent fait maison. - Qualité et variété saluées.	- Digestifs parfois offerts selon feeling [REDACTED]
<b>Critiques négatives</b>	- Service lent ou désagréable à certains moments. - Propreté ponctuellement critiquée (table collante, pot de fleurs poussiéreux).	- <b>Taille des portions jugée légèrement en baisse.</b> - <b>Prix élevés pour certains suppléments</b> (salade verte). - Absence de table à langer signalée.

**Nouveaux éléments positifs** en 2024 : une amélioration perçue du service (plus rapide et attentionné), une meilleure organisation pour les groupes et familles, et une variété accrue d'activités comme les concerts et le brunch, notamment le dimanche.

**Éléments à améliorer** pour 2025 : des critiques répétées concernant les prix, une légère diminution des portions et des demandes spécifiques (telles que l'ajout d'une table à langer). Ces retours, fréquemment mentionnés par vos clients en 2024 reflètent des tendances qu'il conviendra de corriger.

## Sentiment global

En s'appuyant sur l'analyse sémantique de l'ensemble des avis, voici comment vos clients décriraient votre restaurant :

*“Bienvenue à [REDACTED], un véritable havre de convivialité niché près de [REDACTED]. Avec son ambiance vintage et sa décoration insolite, cet établissement est un mélange unique entre rhumerie chaleureuse et restaurant de quartier accueillant. Vous y découvrirez une cuisine simple, maison et généreuse, allant des burgers copieux aux tapas savoureux, en passant par des plats aux accents exotiques comme le poulet au curry ou les acras de morue.*

*L'accueil chaleureux du personnel et l'humour du patron font de chaque visite une expérience mémorable, que ce soit pour un brunch dominical en famille, un dîner entre amis ou une soirée animée autour des fameux rhums arrangés. Avec une grande terrasse agréable, des concerts ponctuels et une ambiance années 80, [REDACTED] est l'adresse idéale pour se détendre, se régaler et partager de bons moments.”*

Cette description devrait décrire à merveille votre établissement et repose sur le ton, les récurrences de mots clés et les avis de vos clients. Pourquoi ne pas utiliser cette description sur vos supports de communication, sur votre site internet ou encore sur vos réseaux sociaux pour améliorer votre référencement et votre présence digitale ?

## Analyse des réponses postées par le restaurant

### Taux de réponse

En 2023, vous avez reçu 110 notations et 69 commentaires. Vous avez apporté 0 réponse aux commentaires.

En 2024, vous avez reçu 81 notations et 51 commentaires. Vous avez apporté 28 réponses, soit **54,9% de taux de réponse**. Ce chiffre, très positif par rapport à 2023, reste en dessous des pratiques habituelles dans le domaine de la restauration et de l'hôtellerie dont les taux de réponse se situent habituellement autour de **61%**, vous êtes toutefois en très bonne voie.

## Qualité des réponses

### Points positifs

1. **Tonalité chaleureuse et personnalisée :**
  - Les réponses sont globalement positives, engageantes et montrent un réel effort pour remercier le client de manière sincère et personnalisée. L'usage fréquent d'émoticônes apporte une touche de convivialité.
2. **Personnalisation des réponses :**
  - La majorité des réponses font référence à des détails spécifiques du commentaire client (ex. : plats dégustés, ambiance, déco, service). Cela donne une impression de véritable échange et d'attention.
3. **Renforcement de la relation client :**
  - Mentionner le nom du restaurant et inviter à revenir renforce la fidélisation et la proximité avec les clients.
4. **Traitement des critiques :**
  - Les rares mentions de critiques (comme le bruit ou le prix) sont abordées avec tact et compréhension.

### Axes d'amélioration

1. **Redondance des formules :**
  - Les réponses utilisent souvent des structures similaires et des expressions récurrentes ("Nous sommes ravis", "Un grand merci", "Votre avis nous fait chaud au cœur", etc.). Cela peut donner une impression de manque de spontanéité.
2. **Longueur excessive de certaines réponses :**
  - Certaines réponses sont très détaillées, ce qui peut paraître un peu lourd pour un commentaire court ou général. Adapter la longueur de la réponse à celle du commentaire pourrait améliorer la fluidité.
3. **Réponse aux notes sans commentaire :**
  - Les réponses aux notes sans commentaire sont parfois trop formelles et répétitives. Une phrase plus concise, centrée sur une invitation à revenir ou à partager un avis plus détaillé, pourrait être plus efficace.
4. **Cas de ton trop léger ou maladroit :**
  - Exemple : la réponse à "██████" (avec la remarque sur le pseudo) pourrait être perçue comme légèrement condescendante, même si elle se veut humoristique. Cela nécessite une approche plus neutre.

### Suggestions générales

1. **Varier les formules :**

- Introduire plus de diversité dans les expressions de remerciement ou d'invitation (ex. : "Au plaisir de vous accueillir de nouveau" pourrait être remplacé par "Nous espérons vous revoir très bientôt pour une nouvelle expérience gourmande").
2. **Adapter le ton à chaque client :**
    - Utiliser un ton plus léger pour des commentaires courts ou informels, tout en gardant un ton plus détaillé pour des avis longs ou construits.
  3. **Renforcer la gestion des critiques :**
    - En cas de mention négative, proposer une solution ou montrer une vraie prise en compte (ex. : "Nous travaillons activement pour améliorer cet aspect. Merci pour votre compréhension.").
  4. **Simplifier les réponses aux avis généraux :**
    - Une réponse concise mais engageante serait mieux adaptée aux notes sans commentaire ou aux retours succincts.

Vos réponses témoignent d'une réelle attention aux clients et sont majoritairement pertinentes et efficaces. Cependant, en diversifiant les formules et en adaptant davantage la tonalité à chaque situation, elles pourraient gagner en spontanéité et en impact. Vous êtes déjà sur la bonne voie pour entretenir une relation de confiance et de proximité avec votre clientèle.

## Conclusion de l'analyse qualitative

Le restaurant a su évoluer positivement entre 2023 et 2024, avec des améliorations notables dans le service et une cuisine toujours aussi appréciée. Cependant, quelques ajustements, notamment sur le rapport qualité-prix et le confort, pourraient transformer les critiques ponctuelles en éloges unanimes. En maintenant son authenticité et en continuant à écouter les retours clients, l'établissement peut renforcer sa fidélité et attirer de nouveaux adeptes.

Le parti pris de répondre aux commentaires de vos clients sur 2024 aura des retombées positives à très court terme. Il est important de continuer cette nouvelle stratégie en appliquant les conseils proposés pour mieux adapter la tonalité et les formulations.

Déco, service, ambiance et fameux rhum arrangés, autant de marqueurs forts qui font de votre établissement un lieu incontournable. Il sera important d'amener cette clientèle fidèle à renouveler ses vœux envers votre établissement grâce à la notation et la rédaction d'avis afin de continuer de faire briller votre restaurant en 2025 et accroître votre présence digitale.

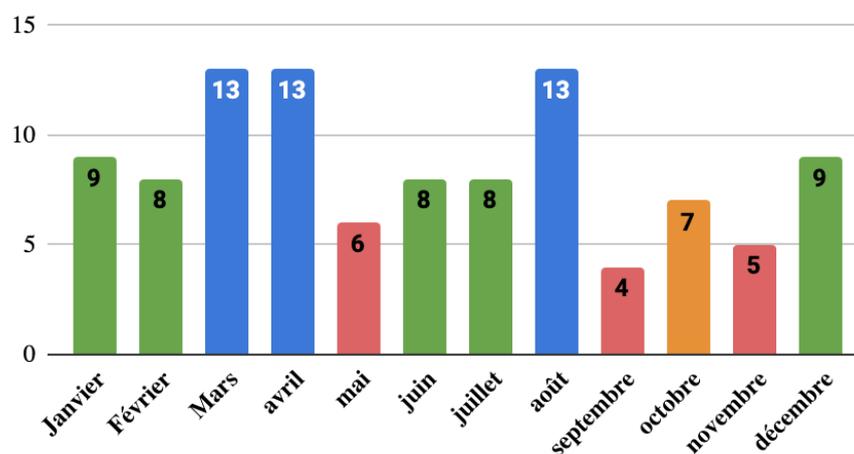
# Comparaison avec un concurrent similaire

## Analyse des notations

Nous avons analysé les avis et notations de l'année 2024 de la **Brasserie [REDACTED]** afin de les comparer avec vos résultats sur la même période.

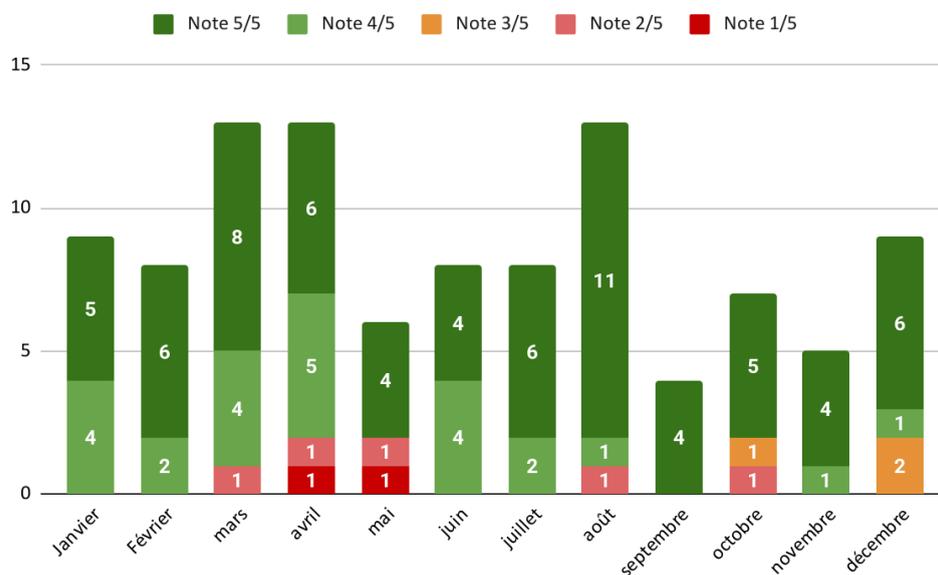
La **Brasserie [REDACTED]** a reçu 103 notations en 2024 **soit 27,2% de commentaires en plus** que votre établissement sur la même période. Cet établissement dispose d'une moyenne de 4,6 vs. 4,3 pour votre restaurant.

### Répartition du volume de notes / mois (2024)



La répartition des notes sur l'année 2024 ne révèle pas de similitudes particulières avec la répartition de vos notes. Le mois d'avril reste un mois fort en termes de notation pour vos deux restaurants.

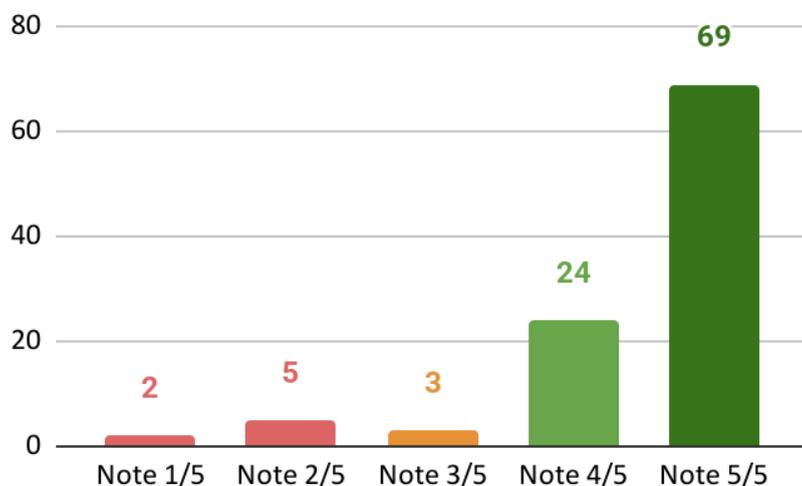
## Répartition de la qualité des notes / mois (2024)



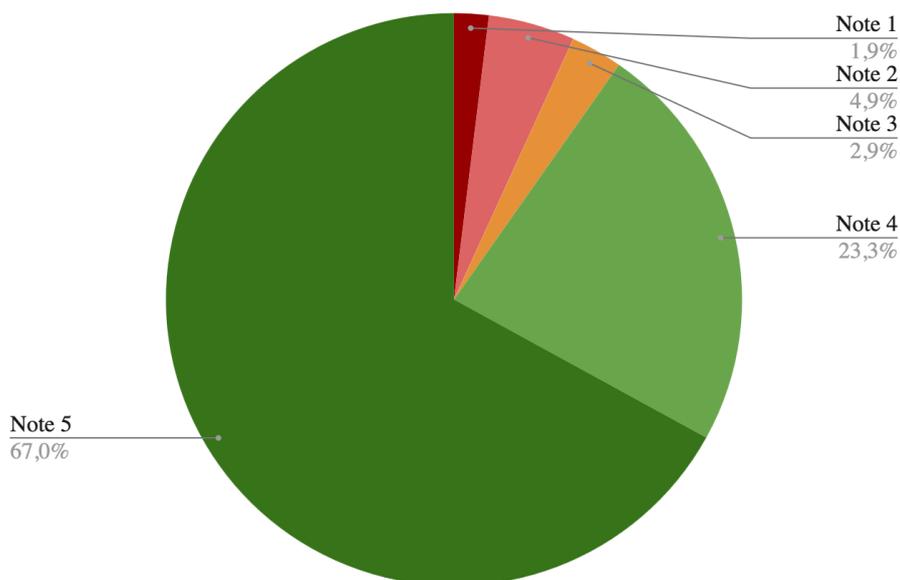
**Ex :** En **mars** 2024, parmi les 13 notations, l'établissement a reçu 8 notes de **5/5**, 4 notes de **4/5** et 1 note de **2/5**.

Comme pour votre établissement, les mois d'avril et mai ont cumulé de mauvaises notations, il s'agit également de deux mois forts en termes de retours clients. On identifie toutefois ici que les mauvaises notes, même isolées, sont également présentes en août, en octobre et en décembre. Cette différence s'explique par un volume de notes plus important chez votre concurrent qui dispose tout de même d'une moyenne de **4,6** sur sa fiche d'établissement.

## Histogramme des notes de 1 à 5 étoiles (2024)



- Analyse des proportions 2024 (% de répartition des avis)



En 2024 votre établissement a reçu **92,6%** de notes comprises entre la note 5 et la note 4 soit un total de **75 notes**.

Sur la même période, votre concurrent a reçu **90,3%** de notes comprises entre la note 5 et la note 4 sur total de **93 notes**.

## Analyse des commentaires

Analyse des 69 commentaires reçus sur l'année 2024.

Points positifs récurrents	Détails
Cadre et ambiance	Décoration cosy, terrasse agréable, musique latine, ambiance chaleureuse.
Cuisine maison et raffinée	Plats faits maison, saveurs raffinées, desserts exceptionnels (cheesecake).
Horaires flexibles	Possibilité de déjeuner à toute heure, même tôt le matin.
Personnalité du personnel	Serveurs attentifs, chaleureux, bons conseils sur les cocktails.
Rapport qualité-prix	Globalement correct selon plusieurs clients, prix compétitifs.
Accessibilité internationale	Serveurs parlant anglais, accueil apprécié des touristes.
Spécialité du quartier	Considéré comme "le meilleur restaurant du quartier" par plusieurs avis.

Points négatifs récurrents	Détails
Terrasse enfumée	Terrasse vitrée et fermée où la fumée de cigarette est omniprésente.
Gestion des modifications de plats	Plats modifiés sans prévenir (exemple : frites au lieu de pommes sautées).
Prix élevés sur certaines boissons	Les cappuccinos et autres boissons chaudes sont jugés trop chers.
Lenteur du service	Service parfois lent, surtout en période d'affluence.
Gestion des clients mécontents	Mauvaise gestion des réclamations (remboursements refusés, attitude).
Qualité variable des plats	Certains plats jugés fades ou mal préparés (tartare, poulet ferme).
Proximité des tables	Tables trop rapprochées, rendant l'espace bruyant et peu intime.

### Positionnement global :

Ce restaurant semble bien implanté et bénéficie d'une solide réputation dans le quartier. Les clients apprécient la qualité des plats, le service courtois, et une ambiance généralement chaleureuse et accueillante. Le restaurant s'adresse à une clientèle variée, allant des familles aux groupes d'amis, en passant par des habitués et des touristes.

## Forces et faiblesses identifiés chez votre concurrent

**Points forts récurrents** : ambiance, qualité globale de la cuisine, service agréable, et une décoration accueillante. Les clients apprécient particulièrement les plats faits maison, la variété des plats, et la convivialité.

**Faiblesses récurrentes** : gestion des attentes des clients lors de soucis (ex. modifications des plats), prix élevés perçus pour certaines prestations, et problématiques liées à la terrasse (enfumée ou bruyante).

**Éléments sous surveillance** : L'expérience client semble dépendre fortement des moments, certains avis font état d'une expérience excellente, d'autres d'un ressenti médiocre.

## Taux de réponse de votre concurrent

L'établissement n'a donné aucune réponse aux commentaires de ses clients en 2024.

## Conclusion de l'analyse de votre concurrent

Ce restaurant est perçu comme une adresse de qualité avec un fort potentiel pour devenir une référence incontournable dans son quartier. Cependant, pour continuer à attirer et fidéliser sa clientèle, il devra se concentrer sur la gestion des retours négatifs récurrents, tels que l'expérience en terrasse, l'inconstance sur certains plats, et les prix jugés élevés pour les boissons.

Concernant votre restaurant, les clients n'ont jamais relevé de problème quant à la terrasse ou encore à l'inconstance des plats, deux facteurs à stabiliser ou à optimiser en 2025 pour continuer d'attirer de nouveaux clients. Par ailleurs, il pourrait être intéressant de vous appuyer sur certaines critiques mentionnées chez votre concurrent, par exemple, est-ce qu'une partie de votre terrasse ne serait pas dédiée aux non fumeurs ? Le problème tarifaire sur les boissons semble constant sur vos deux établissements, il pourrait être intéressant de mieux communiquer sur les horaires des happy hours afin de vous différencier.

Enfin, votre établissement se démarque par des réponses apportées aux avis, signe très positif démontrant à vos clients et potentiels clients une attention toute particulière.

Ici, on note toutefois un volume de notations bien supérieur. Pour rappel, il serait important de déployer sur 2025 une nouvelle stratégie quant à la croissance des avis sur votre établissement pour améliorer sa visibilité et sa notoriété, notamment aux vus des nombreux points forts dont votre restaurant dispose.

## Recommandations pour conserver vos atouts

### 1. Valorisation des points forts existants

- **Conserver et promouvoir les éléments différenciateurs :**

- **Ambiance conviviale et décoration originale** : Continuer à mettre en avant l'ambiance chaleureuse, votre terrasse et la décoration atypique sur les réseaux sociaux et dans la communication.
- **Qualité des plats et cocktails** : Proposer des photos attractives de vos plats et cocktails sur les plateformes en ligne.
- **Exploiter les recommandations clients** : Utiliser les avis enthousiastes dans votre communication (affichages sur site, site web, réseaux sociaux).

## 2. Améliorer les points légèrement perfectibles

- **Prix des boissons (notamment la pression)** :
  - Étudier la faisabilité d'un "happy hour" pour rendre les prix plus attractifs à certains créneaux horaires. (ou mieux le valoriser)
  - Proposer une offre de boisson incluse dans certains menus pour réduire la perception de prix élevés.
- **Acoustique et bruit** :
  - Investir dans des solutions acoustiques (panneaux absorbants) pour améliorer le confort sonore sans altérer l'ambiance.

## 3. Engagement client renforcé

- **Réponses personnalisées et segmentées** :
  - Maintenir un ton chaleureux et authentique dans les réponses. Adapter les messages aux avis pour créer un sentiment d'écoute et de proximité.
  - Reprendre les suggestions dans vos remerciements pour montrer que l'avis a été pris en compte.
- **Encourager les avis en ligne** :
  - Après chaque visite, proposer aux clients de laisser un avis via un QR code ou une mention discrète sur les additions.

## 4. Création d'expériences inédites

- **Soirées à thème et événements** :
  - Organiser des événements autour de vos rhums arrangés (dégustation, atelier découverte).
  - Proposer des brunchs à thème pour attirer un public varié et fidéliser.
- **Menu éphémère** :
  - Mettre en place des suggestions hebdomadaires ou mensuelles (plat ou cocktail).

## 5. Événement & réception

- **Mettre en place de nouvelles offres**
  - Formule de privatisation pour des événements spéciaux : anniversaire, after work etc. pour attirer une nouvelle clientèle.

## 6. Communication et digitalisation

- **Réseaux sociaux actifs** :

- Publier régulièrement des photos des plats, cocktails et moments de convivialité.
- Partager les retours clients les plus enthousiastes.
- **Optimisation de la fiche Google :**
  - Augmenter le taux de réponse aux avis. (*objectif supérieur à 60%*)
  - Ajouter des descriptions engageantes pour vos plats.
  - Mettre à jour les horaires et photos pour refléter l'actualité.

## 7. Formation et motivation de l'équipe

- **Formation continue :**
  - Sensibiliser l'équipe à l'importance de l'accueil et du service client personnalisé.
  - Organiser des sessions de dégustation pour que chaque membre puisse mieux promouvoir les plats et cocktails.
- **Motivation interne :**
  - Mettre en place un programme de reconnaissance interne pour récompenser les efforts du personnel.

## 8. Analyse régulière des retours clients

- **Surveiller les avis :**
  - Identifier les tendances et ajuster les actions en fonction des retours.
- **Sondages ponctuels :**
  - Proposer des mini-sondages à la sortie du restaurant ou via des canaux numériques pour recueillir des idées d'amélioration.

### Objectif global

Transformer une base positive en une expérience client qui fidélise et génère de nouveaux clients grâce au bouche-à-oreille et aux avis en ligne.

## Conclusion Générale

Votre restaurant recueille des avis majoritairement positifs dont 92,6% sont compris entre 4 et 5 étoiles en 2024. Ces notes portent la moyenne globale de votre établissement à 4,3, félicitations !

Afin de vous fournir quelques repères, les notes comprises entre 4,2 et 4,6 sont perçues comme très satisfaisantes par les consommateurs. Une moyenne de 4,7 et + sera considérée comme le palier ultime indiquant une expérience incontournable. Nouvel objectif pour 2025 ?

Votre restaurant se caractérise par son ambiance chaleureuse et conviviale, un service attentionné et sympathique, ainsi qu'une cuisine simple mais efficace. Les rhums arrangés et la décoration vintage et originale ajoutent une touche unique qui séduit la clientèle. Ces points forts sont le fer de lance de votre restaurant et un point de différenciation sans pareil avec vos concurrents.

Pour continuer à séduire et fidéliser sa clientèle, votre restaurant peut concentrer ses efforts sur plusieurs axes d'amélioration. D'abord, assurer une expérience client plus homogène en standardisant la présentation et les quantités des plats, tout en enrichissant les accompagnements des desserts (les rendre plus gourmands, plus généreux). Ensuite, optimiser le confort en réduisant le bruit et en ajoutant des équipements adaptés aux familles avec enfants, notamment aux sanitaires. Côté tarifs, ajuster les prix des boissons et renforcer la communication sur les offres spéciales afin d'améliorer la perception globale et attirer une clientèle nouvelle, telle qu'une cible plus jeune ou encore, des afterworks.

Votre concurrent local présente des atouts que vous pourriez exploiter pour renforcer votre propre établissement, ainsi que des faiblesses que vous pouvez utiliser pour attirer de nouveaux clients. Capitalisez sur ces éléments pour affirmer votre différenciation.

Concernant les réponses aux commentaires, vous avez déployé une stratégie nouvelle en 2024, vous améliorez votre présence digitale et la notoriété de votre restaurant, continuez en adaptant la tonalité de vos réponses pour une stratégie 100% gagnante.

En mettant en œuvre ces ajustements, votre restaurant continuera sur sa belle dynamique et s'affirmera encore davantage comme une adresse incontournable en 2025 !

**SATISPHERE**

ANALYSE | ACTION | RESULTAT

Expert en analyse de données et sémantique,  
au service de la visibilité et de la performance des entreprises.

**Vous avez des questions ou des besoins additionnels ?**

Elliot LAMBOUR

06.25.82.47.49

contact@satisphere.fr

Paris Île de France

## **Pourquoi SATISPHERE ?**

**Achat/Vente de commerces** : obtenez une analyse certifiée pour des décisions éclairées.

**Développez votre entreprise** : valorisez vos points forts pour convaincre et faciliter l'obtention de vos financements grâce à une analyse claire et certifiée.

**Perfectionnez votre stratégie** : obtenez un regard expert pour optimiser la qualité de votre établissement et l'expérience client, avec des informations précises et ciblées pour des décisions stratégiques adaptées.