



Les réseaux sociaux pour doper son activité, l'exemple de la Dolce Vita à Niort

vendredi 5 septembre 2014, par [lpe](#)

Internet est un outil incontournable pour toute activité professionnelle, pourtant, si la quasi totalité des entreprises sont équipées en informatique, elles seraient encore trop peu nombreuses à disposer d'un site web (47%) et encore moins à utiliser les réseaux sociaux pour gagner en visibilité (23%). ([Source ZDNET](#)).

A Niort, Frédéric et Joelle Calvo, qui exploitent depuis dix ans le restaurant [la Dolce Vita](#), situé en centre ville, ont bien compris la nécessité de communiquer autrement pour doper la fréquentation de leur établissement. Avec l'agence locale Zimages, une campagne de communication a été créée sur Facebook à travers [un concours accessible ici](#) avec, à la clé, un repas pour deux personnes à gagner. Une façon de se faire connaître et également de créer un "réseau" de clients potentiels.



Internet est, pour les professionnels, un atout en termes de visibilité, mais, revers de la médaille, cette visibilité nécessite aussi de rester en veille sur l'e-reputation de son établissement face, notamment, aux commentaires d'internautes plus ou moins avisés. Dans le domaine de la restauration, le phénomène prend de l'ampleur avec des plateformes comme [TripAdvisor.fr](#) qui permettent à des clients ou pseudo-clients de laisser un commentaire sur un établissement.

Plus de la moitié des consommateurs consulteraient les avis sur ce genre de site avant de faire leur choix et face à des commentaires parfois agressif, de plus en plus de restaurateurs doivent consacrer chaque jour un peu de leur temps pour répondre à chaque avis, avec un soin particulier pour ceux qui sont négatifs.

Autre conséquence de l'importance des réseaux sociaux pour les restaurateurs : le plus en plus de clients n'hésitent pas à prendre en photo leur assiette avec leur smartphone et à publier le cliché accompagné

d'un commentaire plus ou moins favorable sur leur mur Facebook, Pinterest ou autre. Certains chefs n'apprécient pas que leur créativité, en matière de présentation, soit ainsi dévoilée, surtout à la concurrence. Heureusement, pour le secteur de la restauration, il y a encore un élément clé qu'Internet ne sait pas encore restituer : le goût !

CR