



Trousse pour les médias sociaux

Meilleures pratiques lors de la pandémie de coronavirus COVID-19

- **Introduction et conseils d'affaires**
- **Principes fondamentaux des médias sociaux :**
 - Qu'est-ce qu'un média social?
 - Quels sont les sites qui vous conviennent?
 - Principes fondamentaux d'une entreprise active sur les réseaux sociaux
- **Meilleures pratiques :**
 - Facebook
 - Twitter
 - Instagram
 - Comment publier
 - Idées sur ce que les restaurants peuvent publier
 - Ajout de #mots-clics aux publications
 - Tailles des images et des vidéos
- **Exemples de publications :**
 - Exemple de publication et de texte sur Twitter
 - Exemple de publication et de texte sur Facebook
 - Exemple de publication et de texte sur Instagram
 - Mots-clics suggérés

Cette trousse pour les médias sociaux est conçue pour vous fournir des images, des textes et des meilleures pratiques qui peuvent vous aider à promouvoir et à gérer votre restaurant sur les médias sociaux pendant la pandémie de COVID-19.

Il est important de communiquer avec vos clients où ils se trouvent, et cet endroit est principalement Internet.

Les médias sociaux vous aident à :

- Être réactif et à interagir virtuellement avec des clients nouveaux et existants de manière personnelle et transparente.
- Répondre aux demandes des clients concernant vos activités et le soutien offert.
- Demeurer en contact avec vos employés, et à l'affût des dernières nouvelles.
- Faire en sorte que les clients se sentent en sécurité dans votre établissement et qu'ils apprécient leur expérience.
- Établir un lien de confiance suffisant pour inciter les gens à venir dans votre salle à manger pour savourer leurs aliments préférés.
- Demeurer en contact avec vos clients actuels et susciter l'intérêt de nouveaux clients.
- Partager des photos, des promotions et les dernières nouvelles.
- Présenter vos services supplémentaires comme les plats à emporter et la livraison.
- S'assurer d'être en tête de la liste des clients s'ils décident de manger à l'extérieur.



Principes fondamentaux des médias sociaux





Les sites et applications de médias sociaux permettent aux utilisateurs de se connecter, de partager du contenu et d'interagir en ligne. Bien qu'il existe des dizaines d'options de médias sociaux, ce guide se concentrera sur les trois plus souvent utilisés par les restaurants.

Ce qui est important à retenir est l'objectif de base des médias sociaux :



Communication

Le ton de vos publications doit refléter l'engagement de votre restaurant envers la sécurité de vos clients et votre souhait de les informer en toute transparence et authenticité.



Liens

Utilisez les médias sociaux pour être à l'écoute et aborder les préoccupations. Ne vous arrêtez pas à la diffusion. Il s'agit d'un outil de conversation qui permet d'établir des liens avec vos clients potentiels et existants. Restez fidèle à la voix de votre restaurant.



Communauté

Interagissez avec vos clients, votre communauté et vos partenaires d'affaires. Obtenez leurs commentaires, posez-leur des questions sur leurs attentes et sur ce qu'ils pensent de la situation.

Quels sont les sites qui vous conviennent?



Facebook est le plus grand réseau social au monde.

Si vous n'utilisez qu'un seul site de médias sociaux, Facebook est probablement le meilleur choix.



Étant donné que les gazouillis sont limités à 280 caractères et que le fil est constamment mis à jour, Twitter est idéal pour partager du contenu en temps réel.

Twitter est idéal pour le service à la clientèle et la création d'un réseau dans votre communauté et votre secteur d'activité.



Instagram est une plateforme qui met l'accent sur la narration par le biais d'images et de courtes vidéos.

Instagram est le plus souvent accessible sur les appareils mobiles et les utilisateurs peuvent étiqueter des photos à des emplacements spécifiques.

Des publications régulières sont essentielles. Si vous vous inquiétez du temps nécessaire à la gestion des réseaux sociaux, les applications comme Buffer et HootSuite vous permettent de programmer des publications à l'avance pour que vous puissiez rester pertinent dans les fils de vos abonnés, sans passer toute la journée à consulter vos pages.

Facebook, Twitter et Instagram disposent tous de sites dédiés aux entreprises, qui vous aident à tirer le meilleur parti de vos comptes sur les réseaux sociaux.

Facebook pour les entreprises : <https://www.facebook.com/business/>

Twitter pour les entreprises : <https://business.twitter.com/basics>

Instagram pour les entreprises : <https://business.instagram.com/>

Ces guides vous aident à faire de la publicité. Les publications sponsorisées sont une méthode efficace pour augmenter votre portée et réduire l'encombrement pour entrer en contact avec votre public.



Meilleures pratiques





66,9 % des Américains utilisent régulièrement Facebook. Les États-Unis sont le pays avec le deuxième plus grand nombre d'abonnés à Facebook.

Environ sept adultes américains sur dix (69 %) utilisent cette plateforme.

96 % des utilisateurs de Facebook y ont accédé à l'aide de périphériques mobiles en 2020.

Limite de caractères :

Plus de 400 caractères autorisés avant que Facebook ne coupe le texte et invite le lecteur à cliquer sur « Voir plus » pour continuer la lecture.

Meilleures pratiques sur Facebook :

- Mettez-vous au défi de raconter une histoire en une ou deux phrases simples. Vous ne pouvez pas le faire pour chaque publication, mais quand vous le pouvez, celle-ci se démarquera.
- Inclure un média lorsque c'est possible; les publications comportant des photos ou des vidéos sont plus efficaces.
- Il est recommandé de publier 3 à 5 fois par semaine et pas plus de 2 fois par jour.
- Assurez-vous de disposer de plusieurs administrateurs sur votre page d'entreprise pour effectuer une rotation continue des mises à jour.
- Facebook affiche en premier les publications sponsorisées et limite la portée du contenu d'une page qui n'est pas parrainé. Les publications sponsorisées payantes vous permettent d'atteindre plus de personnes et de cibler des utilisateurs avec des publications en fonction de leur emplacement géographique, de leurs données démographiques et de leurs intérêts.
- Des publications régulières sont essentielles. Si vous vous inquiétez du temps nécessaire à la gestion des réseaux sociaux, les applications comme Buffer et HootSuite vous permettent de programmer des publications à l'avance pour que vous puissiez rester pertinent dans les fils de vos abonnés, sans passer toute la journée à consulter vos pages.
- Selon Facebook, les vidéos sur Facebook Live sont regardées trois fois plus que les vidéos préenregistrées. Votre entreprise peut en profiter en organisant des discussions en direct ou des vidéos d'une visite en coulisses de votre établissement.
- Essayez de mettre en valeur vos meilleurs clients et de répondre aux commentaires.
- Vos clients et vos abonnés recherchent un lien et sont plus susceptibles d'échanger avec une publication qui les touche personnellement.



22 % des adultes américains utilisent Twitter. Il y a 48,35 millions d'utilisateurs actifs sur Twitter chez mois aux États-Unis.

Environ 42 % des utilisateurs de Twitter sont sur la plateforme quotidiennement.
80 % des utilisateurs de Twitter sont des personnes aisées de la génération Y.

Limite de caractères : 280

- Vous pouvez raccourcir et suivre les liens pour vous adapter au nombre de caractères avec un service tel que bit.ly.

Meilleures pratiques sur Tweeter :

- L'engagement sur Tweeter diminue après avoir publié plus de 3 fois par jour.
- Vous pouvez épingler un gazouillis en haut de votre fil pour mettre temporairement en évidence des informations importantes. Des promotions en cours ou des heures prolongées, par exemple.
- Les gazouillis sont faciles à manquer, c'est la nature de Twitter. La force de Twitter est d'interagir avec des clients qui vous mentionnent (avec @) ou qui répondent à vos gazouillis. C'est une ligne directe avec vos clients. Demandez à votre public de partager les gazouillis ou d'indiquer votre publication parmi leurs favorites, vous augmenterez alors votre taux d'engagement.
- Il est prouvé que d'utiliser des mots exploitables tels que « télécharger », « plat d'accompagnement gratuit » et « s'inscrire maintenant » augmentera le nombre de clics que vos gazouillis reçoivent.
- Les lève-tôt sont meilleurs avec les clics, tandis que les gazouillis en soirée tardifs sont plus idéaux pour les favoris et les partages.
- Personnalisez les tendances en fonction de votre position géographique et des personnes que vous suivez. Cela vous aidera à suivre les mises à jour sur la pandémie.
- Partagez du contenu qui inspire la conversation.
- Augmentez la fréquentation de votre site Web en ajoutant des liens vers votre site Web dans vos gazouillis.
- Organisez un TweetChat. Vous devrez choisir un sujet, définir une heure et une date pour la discussion et créer un mot-clic pour la discussion. Vous pouvez partager ces informations avec vos abonnés dans un gazouillis, sur votre site Web ou dans votre biographie Twitter.
- Effectuez des recherches sur Twitter pour trouver plus rapidement les dernières actualités et les événements dans le monde. Trouvez des mots-clics populaires parmi des discussions concernant l'industrie alimentaire.



37 % des adultes américains utilisent Instagram et les États-Unis ont le plus grand nombre d'utilisateurs d'Instagram.

120,7 millions d'utilisateurs Instagram sont des Américains.

73 % des adolescents américains déclarent qu'Instagram est le meilleur moyen pour les marques de leur communiquer de nouveaux produits ou des promotions.

Limite de caractères : 2,200

- Bien que vous puissiez utiliser jusqu'à 2 200 caractères dans vos légendes Instagram, elles seront tronquées après 125.
- Aucun lien n'est autorisé dans les légendes, mais vous pouvez créer un lien vers votre site Web dans votre profil <lien dans la biographie>.
- Limite de mots-clics d'Instagram : 30 mots-clics
- Limite de caractères dans la biographie Instagram : 150 caractères

Meilleures pratiques sur Instagram :

- Les émojis sont un excellent moyen d'ajouter de la personnalité, mais ils ne devraient pas être le contenu principal.
- Une entreprise qui fait des publications chaque jour connaît le niveau d'engagement le plus élevé.
- Partagez le contenu de vos clients. Demandez simplement au client si vous pouvez partager le contenu dans un commentaire ou en lui envoyant un message direct; celui-ci se sentira spécial et vous obtiendrez une photo!
- Les histoires permettent aux marques de partager rapidement des mises à jour pour communiquer rapidement avec leur public sans créer une publication Instagram complète.
- Utilisez les sondages dans les histoires, le cas échéant, pour évaluer les commentaires de votre public.
- Marquez vos histoires avec l'emplacement approprié, et votre publication pourrait être ajoutée à l'histoire de l'endroit.
- Vous pouvez faire croiser toutes les publications de vos histoires Instagram directement avec les histoires de Facebook.
- Créez un sentiment de crainte d'en manquer : partagez des offres en temps limité et des aubaines dans votre histoire Instagram.
- Vous pouvez ajouter des mots-clics à vos histoires Instagram à l'aide de l'autocollant de mot-clic ou en les saisissant dans un autocollant de texte.
- IGTV est l'application Instagram TV; une application d'Instagram exclusivement destinée aux vidéos mobiles en mode portrait ou vertical. Les vidéos doivent durer au moins une minute. La durée maximale de votre vidéo peut être de 15 minutes lors du téléchargement à partir d'un appareil mobile ou de 60 minutes lors du téléchargement à partir du Web.



Choisissez votre plateforme

- Facebook, Twitter ou Instagram.
- Remarque : Facebook et Twitter peuvent être mis à jour sur votre ordinateur de bureau ou votre appareil mobile. Les publications Instagram doivent être effectuées dans l'application mobile.



Sélectionnez le type de contenu

- Vous pouvez diriger les clients vers votre restaurant par le biais d'offres sur les réseaux sociaux et en partageant vos pratiques de désinfection et de manipulation des aliments.
- Les pages suivantes contiennent des suggestions que vous pouvez personnaliser pour votre restaurant. Concentrez-vous sur un message à la fois et incluez des photos ou des vidéos de votre établissement. De plus, l'authenticité du personnel égale crédibilité!



Choisissez votre message

- Choisissez une image et une légende à publier. Nous avons fourni plusieurs options sur les pages suivantes.
- Modifiez votre message pour refléter les opérations de votre entreprise et l'importance que vous accordez à la sécurité et à la tranquillité d'esprit de vos clients.
- Vérifiez à nouveau l'exactitude, l'orthographe, les bons liens, etc.

Idées sur ce que les restaurants peuvent publier :



Partagez les services du restaurant pendant la pandémie

- Jours et heures d'ouverture
- Offres à durée limitée
- Formules de repas/forfaits
- Livraison spéciale et plats à emporter
- Accommodements spéciaux au restaurant
- FAQ
- Consignes de sécurité et avis



Associez-vous à l'engagement local et établissez des partenariats locaux

- Fournissez toutes les informations relatives à votre service de livraison ou de ramassage par un tiers.
- Associez-vous à d'autres entreprises pour faire la promotion du quartier pendant cette période.
- Mettez en évidence les ressources de la communauté.



Mettez en évidence les tendances alimentaires actuelles et les nouvelles options de menu

- Partagez les options de menu saines et les avantages d'un système immunitaire résistant.
- Affichez des aliments qui favorisent le bien-être.



Montrez les coulisses de votre restaurant

- Partagez des photos de vos mesures proactives et de vos pratiques sanitaires.
- Définissez ce que les serveurs et le personnel font pour soutenir ces mesures.

Les mots-clics sont :

- Un moyen rapide d'établir un lien avec d'autre contenu sur un sujet et de participer à des conversations plus vastes.
- Un excellent moyen de bâtir la marque de votre restaurant, de stimuler vos services, vos offres et vos promotions et de rester en contact avec votre public.
- Cliquez ou appuyez sur un mot-clic dans un message pour afficher d'autres gazouillis ou publications incluant ce mot-clic.

#ASTUCES.....

- # Gardez les mots-clics courts, uniques et de manière à pouvoir les associer à vous. Par exemple, en utilisant #nourriture, vous ne seriez pas en mesure de trouver
- # quels gazouillis ont été envoyés par vos clients.
- # L'utilisation de mots-clics dans vos publications sur les réseaux sociaux peut augmenter considérablement la sensibilisation et l'engagement.
- # Les mots-clics transforment les sujets et les phrases en liens cliquables dans vos publications sur votre page Facebook.
- # Faites preuve de prudence lorsque vous utilisez d'autres tendances qui peuvent ne pas correspondre à votre ton ou communiquer un message non intentionnel.
- # Pour afficher un résultat de recherche de mot-clic sur Instagram, appuyez sur l'icône de recherche et saisissez le mot-clic que vous souhaitez rechercher dans la barre de recherche.
- # Pour IGTV, vous pouvez utiliser jusqu'à 30 mots-clics dans la description de votre vidéo.
- # Des mots-clics peuvent être ajoutés dans un commentaire (ou plusieurs commentaires) après publication.
- # Les numéros sont autorisés dans les mots-clics. Cependant, les espaces et les caractères spéciaux, comme \$, - ou %, ne fonctionneront pas.
- # À chaque fois qu'il y a un sujet ou un mot-clic tendance dans le cercle de votre activité sur les réseaux sociaux, prenez-le en note. Vous pouvez également utiliser ce mot-clic pour augmenter la notoriété de votre marque de restaurant.
- # Les mots-clics concernant le coronavirus COVID-19 sont les suivants : [#coronavirus](#) [#covid](#) [#covid19](#) [#virus](#) [#covid_19](#) [#distanciationsociale](#) [#hygiène](#) [#nepastouchersonvisage](#) [#préventiondesmaladies](#) [#sécuritédabord](#)
- # Les mots-clics concernant le coronavirus COVID-19 liés à l'industrie alimentaire sont les suivants : [#platsaemporter](#) [#nourrituresurlepouce](#) [#restaurant](#) [#restaurants](#) [#viedechef](#) [#chefsurinstagram](#) [#chefstagram](#) [#chefsurIG](#) [#viedanslacuisine](#) [#désinfection](#) [#salubritealimentaire](#) [#servicesalimentairesforts](#) [#manipulationdesaliments](#) [#livraison](#) [#menu](#) [#menuinspirations](#) [#offreentempslimite](#) [#plandemenu](#)

Tailles des images et des vidéos



Publication sur Facebook :
940 x 788 px

Publication individuelle sur Facebook :
1080 x 1080 px

Couverture sur Facebook :
820 x 312 px

Publicité sur Facebook :
1200 x 628 px

Vidéo Facebook :
800 x 800 px
Taille maximale de la vidéo : **4 Go**
Durée maximale de la vidéo : **240 min**
Image miniature de la vidéo ne contenant pas plus de **20 % de texte**



Publication sur Twitter :
1024 x 512 px

En-tête sur Twitter :
1500 x 500 px

Vidéo Twitter :
720 x 720 px (carré)
1280 x 720 px (horizontal)
720 x 1280 px (vertical)



Publication sur Instagram :
1080 x 1080 px

Histoire Instagram :
1080 x 1920 px

Durée de la vidéo sur Instagram :
60 sec
Taille maximale de la vidéo :
1080 px de largeur x 920 px de hauteur

#ASTUCES.....

- Vous pouvez publier une image horizontale dans un format d'image de 1,91 à 1, exactement identique à une image d'aperçu de lien sur Facebook. Il existe donc une compatibilité d'une plateforme à l'autre avec les publicités Instagram et Facebook.
- Utilisez des images PNG de haute qualité ou des fichiers JPEG de petite taille.
- Les formats vidéo sont .MP4 ou .MOV.
- Utilisez des outils de médias sociaux comme Canva, Adobe Spark, Venngage, Pablo by Buffer, Desynger, Snappa, Gravit Designer pour utiliser des modèles de médias sociaux.
- Choisissez des photos de plats simples : claires, colorées et appétissantes. Changez le point de vue en prenant des photos du point de vue d'un client dans un restaurant. Les photos de boissons vues de dessus sont également populaires sur Instagram. La lumière naturelle est la meilleure : évitez l'éclairage fluorescent lorsque c'est possible. Activez la grille de votre appareil photo et souvenez-vous de la règle des tiers. N'oubliez pas l'élément humain pour plus d'authenticité.



Exemples de publications



Exemples de publications

Augmentez l'achalandage



Montrez le soutien de votre personnel



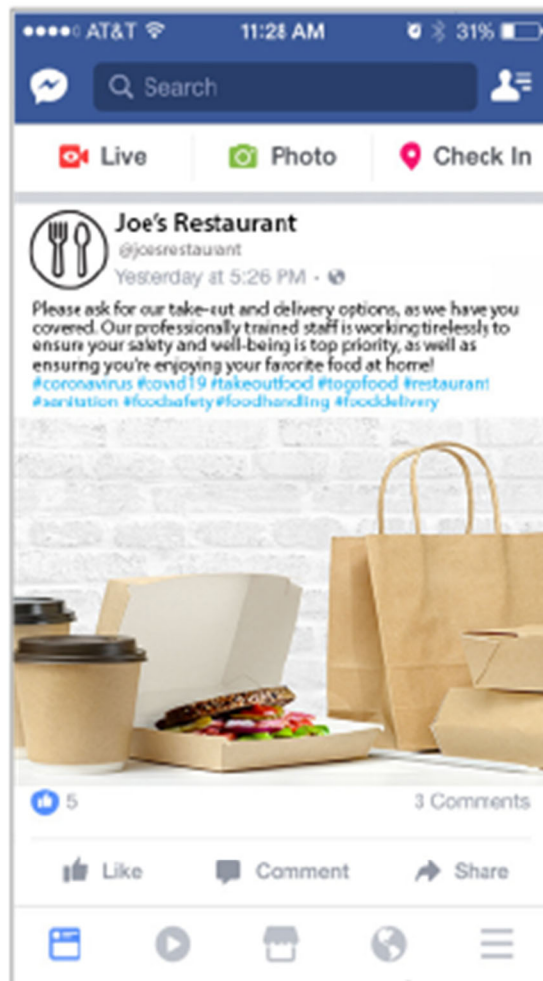
Partagez vos valeurs



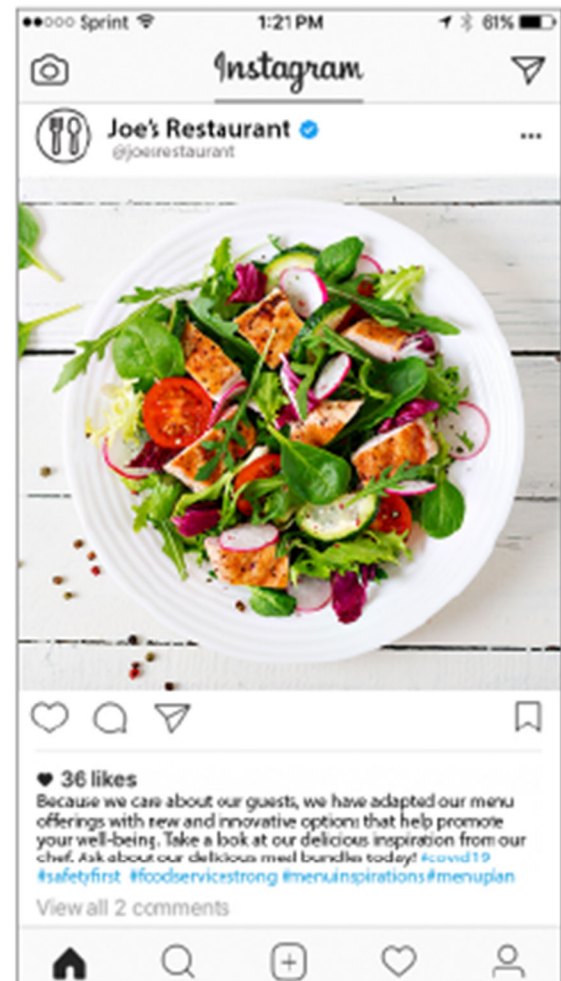
Partagez vos pratiques



Partagez des informations



Faites la promotion d'un nouveau menu



Exemples de publications

Faites la promotion de vos services



Partagez votre engagement



Augmentez l'achalandage



Exemples de publications

Partagez vos pratiques




Montrez votre salle à manger




Partagez vos valeurs




Twitter




Nous comprenons l'inquiétude ressentie par tout le monde en cette période difficile et nous souhaitons vous montrer que nous prenons toutes les mesures nécessaires dans notre restaurant pour vous présenter une expérience sécuritaire. [\[Inclure une vidéo de votre personnel montrant les meilleures pratiques\]](#). [\[204 caractères\]](#)



FAITES UNE COMMANDE EN LIGNE ET RÉCUPÉREZ-LA À UN POINT DE COLLECTE SÉCURITAIRE. La sécurité et le bien-être de nos employés nous tiennent à cœur. Nous offrons la commande en ligne pour un ramassage à distance à un point de collecte prévu. Nous ferons le nécessaire pour traiter votre commande rapidement en nous assurant que votre plat reste chaud! [\[221 caractères\]](#)



Nous prenons la sécurité de nos employés et de nos clients au sérieux. Nous suivons les directives strictes des autorités de santé publique en nettoyant et désinfectant souvent les surfaces et en fournissant des produits de désinfection à nos clients lorsqu'ils sont dans notre restaurant. [\[239 caractères\]](#)



Mangez sur place ou à la maison en toute confiance! Nous avons pris des mesures supplémentaires pour aborder toute préoccupation et tout doute que vous pourriez avoir afin de vous offrir une expérience sécuritaire et confortable. Votre loyauté nous tient à cœur. Merci! [\[236 caractères\]](#)

Facebook



Demandez-nous quelles sont nos options à emporter et pour la livraison, puisque nous y avons pensé. Notre personnel dûment formé travaille sans relâche pour s'assurer que votre sécurité et votre bien-être demeurent des priorités et que vous savourez vos plats préférés à la maison.



Dans des périodes comme celle que nous vivons, nous vous garantissons que notre priorité est votre bien-être lorsque vous êtes dans notre établissement. Nous désinfectons sans cesse les surfaces très touchées, y compris les sièges, les tables, les menus, les claviers de paiement et autres, et nous voulons nous assurer que votre expérience avec nous est sécuritaire.



Dans le cadre de notre engagement envers nos clients, nous nous assurons que les pratiques en matière d'hygiène sont respectées par toute notre équipe, comme en désinfectant souvent les surfaces et les points chauds, les poignées de porte et d'autres endroits très touchés.



Nous avons augmenté la fréquence de nettoyage et nous continuerons à mettre en œuvre les meilleures pratiques en matière d'assainissement et de propreté au sein de nos établissements afin de vous fournir un environnement sain et sécuritaire. Vous pouvez profiter de votre repas en toute confiance.

Fil Instagram



Merci de votre visite! Nous apprécions votre loyauté et votre appui en cette période. [\[Photo de client en train de manger\]](#) Nous avons travaillé fort pour vous offrir un service de haute qualité et nous assurer que nos postes de travail sont désinfectés pour votre sécurité.



Notre priorité absolue est la santé et la sécurité de nos clients en renforçant les normes et les procédures d'exploitation en matière de salubrité alimentaire et d'hygiène personnelle afin de garantir à nos clients une expérience culinaire en toute sécurité!



Puisque nous nous soucions de nos clients, nous avons adapté notre menu en y ajoutant de nouvelles options novatrices qui favoriseront votre bien-être. Découvrez les idées géniales de notre chef. Informez-vous sur nos délicieux repas complets dès aujourd'hui!



Notre priorité absolue est, et a toujours été, la santé et la sécurité de notre équipe et de notre communauté de clients. Pour que vous vous sentiez à l'aise lors de votre visite, nous avons mis en place des mesures supplémentaires pour que vous puissiez continuer à déguster vos plats préférés!

Exemple de texte d'histoire : partagez du contenu en direct



Histoire Instagram



[LIVRAISON LOCALE GRATUITE] Visitez-nous et renseignez-vous sur nos offres spéciales à durée limitée! En réponse à la récente pandémie, nous avons pris des mesures supplémentaires pour garantir la sécurité de nos clients et de nos employés. Nous nous soucions du bien-être de nos clients et de notre communauté.



[IDÉE DE MENU] Associez un poulet grillé à une salade pour un coup de pouce sain. Venez nous rendre visite aujourd'hui, la santé de nos clients est notre priorité numéro un!



[RESTEZ CALME ET AIMEZ LA NOURRITURE] Afin d'appuyer notre communauté, nous n'avons pas augmenté les prix, donc vous pouvez continuer à déguster les plats que vous aimez réellement!



[LIVRAISON LOCALE GRATUITE] Nous offrons la livraison locale gratuitement jusqu'à la fin de mars afin que vous et vos proches puissiez continuer à commander vos plats préférés! Visitez notre site Web pour plus de détails.

Mots-clics suggérés (Twitter, Facebook, IG) : [#coronavirus](#) [#covid](#) [#covid19](#) [#virus](#) [#covid_19](#) [#distanciationsociale](#) [#hygiène](#) [#nepastouchersonvisage](#) [#préventiondesmaladies](#) [#sécuritédabord](#) [#syscofoodie](#) [#Platsaemporter](#) [#nourrituresurlepouce](#) [#restaurant](#) [#restaurants](#) [#viedechef](#) [#chefsurinstagram](#) [#chefstagram](#) [#chefsurIG](#) [#viedanslacuisine](#) [#désinfection](#) [#salubritealimentaire](#) [#servicesalimentairesforts](#) [#manipulationdesaliments](#) [#livraison](#) [#menu](#) [#menuinspirations](#) [#offreentempslimite](#) [#plandemenu](#)