

## « Un Avatar pour mon Restaurant : c'est quoi ce film ? »

Plat de résistance

de JeF

« Le service client n'est pas un département de l'entreprise, c'est le job de chacun. »  
Anonyme

### **Que répondez-vous à la question : « Qui sont vos clients ? »**

Si vous répondez « Tout le monde ».

Alors je ne viendrai pas dans votre restaurant, car je ne veux pas être traité comme « tout le monde ».

Et si vous cherchez à convaincre ce Monsieur Toutlemonde de venir chez vous, il y a fort à parier que vous ne convaincrez pas grand monde... Votre communication tombera tout simplement à côté de la plaque.

Par contre si vous parlez aux employés de bureau de 30 à 45 ans, pour le repas du midi et aux familles avec enfants le soir, vous allez déjà commencer à parler à « quelqu'un ». Mais on peut aller beaucoup plus loin.



\*Un avatar client, ce n'est pas un extra-terrestre, c'est le portrait-robot de votre client idéal !

Vous commencez à comprendre à quoi sert **un avatar client**. C'est en quelque sorte le portrait robot de votre client idéal.

Et en fait vous aurez plusieurs portraits-robots.

**Le B.A.ba de l'avatar client passe par :**

- la démographie (sexe, catégories d'âge, situation sociale, niveau de revenu, situation familiale...)
- la géographie (périmètre de quelques minutes à pied ou en voiture)
- la « psychographie » (intérêts, styles de vie, valeurs et opinions...)

Idéalement vous devriez donc décrire votre client type de l'extérieur (qui il est, où il se trouve...) et de l'intérieur (ses centres d'intérêt).

Cela peut vous sembler un peu rébarbatif ou même un peu trop « théorique »... Mais si vous réalisez cet exercice, vous allez ensuite répondre plus facilement aux questions suivantes :

**Où se trouve mon client type ?**

**Où puis-je le trouver sur internet et dans la vie réelle ?**

**Que lit-il / elle ?**

**Quels sites a-t-il le plus de chance de visiter quand il cherche un restaurant ?**

**Ou bien : à qui va-t-il demander conseil ?**

Vous pouvez encore approfondir, si, si...

Le timing : quand fait-il (ou elle) son choix ?

Ses motivations : quel est son critère principal pour choisir un endroit où déjeuner en semaine ? Et pour dîner ? Et en week end ?

A ce stade, vous devriez être capable d'établir une petite « fiche technique » par avatar client : Les marketeurs en font même des fiches avec une photo et [un scénario type](#). (page en anglais)

**Pouvez-vous identifier dans ces différents profils clients, le type de client qui génère le plus d'activité dans votre restaurant ?**

**Ce serait utile d'augmenter vos efforts de communication dans sa direction, qu'en pensez-vous ?**

Et bien sûr votre clientèle évolue avec le temps et votre connaissance de vos clients s'améliore aussi.

Cette construction de l'avatar client est un travail à faire en équipe, car en portant tous votre attention dans cette direction, vous allez naturellement découvrir des caractéristiques chez vos clients que vous n'aviez pas relevées auparavant.

**Au final même votre accueil client va en être amélioré, juste par ce simple exercice, essayez-le !**

**Pour aller plus loin, recevez immédiatement le modèle de fiche gratuit pour définir vos avatars client, c'est prêt à remplir dans quelques secondes :**

[Accédez à la fiche à la fin de l'article sur le blog.](#)