



# eBook pour les restaurateurs

---

Outils et conseils pratiques  
adaptés à la réalité COVID-19

## Introduction

La pandémie de la COVID-19 a eu des répercussions significatives sur de nombreux secteurs d'activités.

En effet, une grande majorité d'entre nous a été touchée par la fermeture des écoles, des commerces et des entreprises, ainsi que par les défis inhérents à la distanciation physique et aux mesures sanitaires.



Plus particulièrement, les **restaurateurs** ont eu à relever des défis de taille dans l'exploitation de leur entreprise tout au long de l'année : les fermetures fréquentes, les changements rapides des précautions sanitaires à instaurer ainsi que l'incertitude à laquelle ils font face ne leur ont pas rendu la tâche facile. C'est pourquoi nous avons élaboré ce guide gratuit **pour vous aider à assurer le maintien de vos activités et de vos ventes, tout en protégeant votre personnel.**

Dans ce guide, DEL met différents outils à votre disposition ainsi que plusieurs conseils et sources informatives pour que vous puissiez prendre les meilleures décisions possibles en cette période de relance économique.

En espérant pouvoir vous aider pendant cette période hors de l'ordinaire, n'hésitez pas à communiquer avec nous pour toute question.

**L'équipe DEL**  
[delagglo.ca](https://delagglo.ca)



## Table des matières

### **La réactivité de votre restaurant ..... 4**

Les contacts clés ..... 4

Besoin d'une aide/prêt financier? ..... 5

### **Préparez votre restaurant à la relance des activités ..... 6**

Formations gratuites - webinaires ..... 6

Les bonnes pratiques du commerce de détail – boîte à outils ..... 6

L'importance de la livraison : trouver des livreurs locaux..... 7

    Livraison interne..... 7

    Livraison par un tiers..... 8

Le virage numérique au sein de votre plan d'affaires ..... 9

    Mettez en place un site transactionnel !..... 9

    Améliorez votre référencement naturel (SEO) ..... 10

    Mettez à jour votre présence en ligne..... 11

    Créer un menu attractif en ligne ..... 12

    La crédibilité de votre restaurant : Trip Advisor/Yelp ..... 13

    Mettez en place une communication omnicanale ..... 13

Mesures sanitaires à mettre en place..... 14

### **Assurez la continuité de votre restaurant en adoptant des bonnes pratiques ..... 15**

Comment réduire vos coûts en adoptant des mesures éco-responsables?..... 15

Les bonnes pratiques RH à suivre ..... 16

    Comment procéder aux recrutements lors de la crise sanitaire?..... 16

Innovation/Robotisation/Transformation digitale de votre restaurant ..... 18

    Les robots ..... 18

    Les kiosques/bornes de commande..... 19

## La réactivité de votre restaurant

À la suite des mesures sanitaires chocs mises en place pour freiner la propagation de la COVID-19, plusieurs commerces ont dû réagir rapidement et s'adapter au nouveau contexte pour conduire leurs affaires. Dans cette section du guide, vous trouverez les différentes ressources mises à votre disposition, telles que les contacts clés et les différentes aides financières du gouvernement, ainsi que plusieurs conseils pour vous aider à réagir efficacement aux nouveaux défis auxquels vous faites face pendant cette pandémie.

### Les contacts clés

Voici quelques ressources pertinentes qui pourront vous assister et vous guider pour réagir efficacement face à cette crise sanitaire :



- **Mentorat d'affaires d'urgence sans frais** : les bénévoles de **SAGE Mentorat d'affaires** ont mis en place un service gratuit de mentorat d'urgence en ligne pour offrir un accompagnement et un suivi à tous les commerces faisant face à cette crise. Échangez avec un mentor du lundi au vendredi de **8 h à 17 h** en composant le **581 814-2001**.
  
- **Association des restaurateurs du Québec**  
Trouvez les outils suivants sur leur [site Web](#) :
  - Tableau récapitulatif des mesures et restrictions en fonction des permis d'alcool et des paliers d'alerte
  - Mesures d'aide en place
  - Guide pratique Subvention d'urgence du Canada pour le loyer (SUCL)
  - Carte et tableau des paliers d'alerte COVID-19 (gouvernement du Québec)
  - Guide ARQ des directives sanitaires (CNESST et Santé publique) Fév. 21
  - Affiches d'information (clients) des mesures sanitaires mises en place dans votre établissement

## Besoin d'une aide/prêt financier ?

DEL met à votre disposition différents programmes d'aide financière vous permettant d'assurer vos besoins en termes de liquidités :



- **Aide d'urgence aux petites et moyennes entreprises (PAUMPE)** : cette aide vise les entreprises établies dans l'agglomération de Longueuil (Longueuil, Brossard, Boucherville, Saint-Bruno-de-Montarville, Saint-Lambert) et favorise l'accès à des capitaux pour maintenir, consolider ou relancer vos activités impactées par la pandémie.
- **Aide aux entreprises en régions en alerte maximale (AERAM)** : cette aide est un volet du PACTE et permet de soutenir les entreprises devant cesser en totalité ou en partie leurs activités parce qu'elles sont situées dans les zones en alerte maximale et fermées par décret ministériel. Les entreprises admissibles pourront voir convertir en pardon l'équivalent de 80 % (jusqu'à un maximum de 15 000 \$ par mois de fermeture) de leur prêt octroyé selon certaines conditions.
- **Prêt COVID-19 — DEL** : cette aide financière est conçue spécialement par DEL et pourra servir à assumer les frais d'exploitation de l'entreprise. Accédez aux fonds supplémentaires dont vous avez besoin pour surmonter la crise actuelle ! Montant maximum jusqu'à 100 000 \$. Ce prêt peut être jumelé à une aide financière non remboursable sous conditions pouvant rembourser 50 % des honoraires professionnels externes liés au projet.

Consultez le [tableau récapitulatif des aides financières](#) disponible sur le site Web de DEL.



## Préparez votre restaurant à la relance des activités

Une fois les premiers impacts de la pandémie maîtrisés, il est maintenant temps de se préparer à relancer vos activités tout en vous adaptant aux nouvelles mesures sanitaires en place dans votre région. Cette section du guide vous aidera à trouver les outils et ressources nécessaires pour accomplir cette tâche, tels que nos webinaires gratuits, notre boîte à outils et plusieurs autres ressources informatives. Ainsi, vous pourrez prendre les meilleures décisions pour votre restaurant et assurez votre succès en cette période de relance économique.

### Formations gratuites — webinaires

En collaboration avec Détail Québec, DEL organise des webinaires et ateliers gratuits fournissant différents conseils et outils adaptés à la situation actuelle dans plusieurs domaines : commerce électronique, stratégies sur les réseaux sociaux, amélioration des pratiques de vente, leadership et plusieurs autres.

Prochain webinar :

- [Référencement local : augmenter sa visibilité auprès d'acheteurs locaux](#)  
28 mai de 9 h à 11 h

Consultez la liste complète des événements de DEL [ici](#).

### Les bonnes pratiques du commerce de détail — boîte à outils

Afin de vous accompagner dans la relance, nous avons mis en place une [boîte à outils](#) contenant des guides de meilleures pratiques à adopter :

- Guide de marketing/communication
- Guide RH
- Guide de commerce électronique
- Guide de mesures sanitaires
- Mentorat d'affaires d'urgence gratuite

## L'importance de la livraison : trouver des livreurs locaux



De nombreux restaurants vivent des moments difficiles depuis le début de la pandémie. En effet, des adaptations importantes et soudaines sont nécessaires pour faire face à cette réalité et pour continuer de desservir les clients rapidement et efficacement.

En contexte de confinement, les consommateurs ont davantage recours à la livraison puisqu'ils ne peuvent s'attabler au restaurant. Un dilemme

difficile s'impose alors aux restaurateurs : celui de choisir entre un service de livraison à l'interne ou d'opter pour l'utilisation d'une plateforme externe, telle qu'Uber Eats, DoorDash ou Skip The Dishes.

La section suivante vous présentera les avantages et les inconvénients de chacune de ces méthodes, dans le but de vous aider à prendre la meilleure décision pour votre restaurant.

### Livraison interne

- **Contrôle total de votre réputation :** garder le service de livraison à l'interne vous permet de garder un œil sur toutes les étapes du processus de chacune des commandes, de sa création jusqu'à son arrivée. Cette méthode vous permet de choisir vos livreurs et votre plateforme de commande et la façon dont votre marque est représentée sur la route, en plus de pouvoir surveiller de près la satisfaction de chaque client.
- **Liquidités instantanées :** la livraison interne permet de garder la totalité des profits de chacune des commandes, plutôt que de devoir en verser une partie à l'entreprise externe qui serait responsable de la livraison. Ceci représente un avantage astronomique permettant de garder de bonnes marges, et dans certains cas de rester profitables. Également, lors du paiement de la facture, l'argent passe directement des clients entre vos mains, sans que vous ayez à attendre un paiement hebdomadaire ou mensuel, permettant d'obtenir des liquidités instantanément.
- **Responsabilités additionnelles :** la livraison interne vient toutefois avec son lot de désavantages, notamment toutes les responsabilités liées à la gestion de ce service de livraison. En tant que gestionnaire, vous devrez payer vos chauffeurs, souscrire à une assurance et rembourser l'essence, mettre en place des protocoles sanitaires, former de nouveaux employés et gérer les commandes et les plaintes. Ceci peut évidemment engendrer des coûts importants et beaucoup de temps.



## Livraison par un tiers

- **Bénéficier du service clé en main :** le service de livraison clé en main offert par un tiers est rapide et facile. En effet, l'entreprise tierce se charge d'engager des chauffeurs, de mettre en place la plateforme de commande en ligne, d'ajouter du personnel à votre effectif ou de gérer les opérations associées au service. Il s'agit donc d'importantes économies de temps, vous permettant de vous concentrer sur d'autres aspects de la gestion de votre restaurant.
- **Plus de visibilité :** la notoriété des applications de livraison les plus populaires telles qu'Uber Eats, Skip The Dishes et Door Dash vous donne la possibilité d'atteindre un large bassin de consommateurs potentiels. Certains arrangements additionnels peuvent également être pris sur ces plateformes pour assurer une visibilité de votre restaurant en tête de liste.
- **Diminution des marges de profit :** tout comme la livraison à l'interne, les livraisons par un tiers viennent à un prix, soit de devoir verser une partie des profits de chaque facture (entre 10 % et 40 %) à l'entreprise qui fournit le service, en plus des frais de démarrage lors de l'inscription. Il faut donc considérer ces coûts avant de décider si cette option est la meilleure pour votre restaurant.

Finalement, le choix de la plateforme de livraison externe est aussi un élément important à considérer. Certaines d'entre elles offrent des avantages et services uniques qu'il faut prendre la peine de considérer. Par exemple, [PIZZLI](#) est une plateforme locale aidant à gérer les commandes de livraison et celles à emporter, en ne prenant que 3 % du montant de chaque transaction. Le principe est simple : les restaurants participants se retrouvent tous sur la même plateforme et c'est à cet endroit que le client fait sa commande pour emporter ou pour la livraison. Le tout est directement acheminé dans le système de chacun des établissements. À noter toutefois que [PIZZLI](#) n'offre pas de service de livraison.

## Le virage numérique au sein de votre plan d'affaires

Cette section vous offre plus d'informations concernant la mise en place d'un site transactionnel, le référencement naturel, les stratégies du marketing digital, la crédibilité et la communication omnicanale de votre restaurant.



### Mettez en place un site transactionnel !

De nos jours, dû à l'évolution rapide des nouvelles technologies, le comportement des consommateurs et des marchés change. De plus, depuis le début de la pandémie, les entreprises ont dû adapter leur modèle d'affaires à l'environnement actuel en passant d'une approche de vente physique à une approche de vente en ligne au moyen d'un site transactionnel. La mise en place d'un site transactionnel pourrait éventuellement aider à augmenter vos ventes et plus encore. Voici quelques exemples :

- **Sauvez des coûts :** le site transactionnel vous donne une multitude de données qui vous permettront de les diagnostiquer et de faire un tri des clients/prospects potentiels. En ayant une meilleure visibilité des différentes cibles, vous serez donc en mesure d'être entreprenant en évitant des erreurs qui se transforment en coûts d'acquisitions.
- **Réduction des erreurs :** le côté transactionnel fait parvenir une interface où les clients peuvent choisir les produits et les quantités de leurs choix. Cela évite des confusions linguistiques et des conflits liés à la communication entre votre restaurant et le client.
- **Affichez ce que vous souhaitez :** grâce au site transactionnel, vous êtes capable d'afficher le contenu de votre choix ce qui permettra aux clients de visualiser ce que vous commercialisez ou ce que vous avez en stock.
- **Transactions rapides :** comme vous pouvez le constater, le site transactionnel vous permet d'effectuer des activités financières/commerciales où le client peut régler le paiement directement en ligne.



Il est important pour votre restaurant d'adopter des pratiques de commerce en ligne. Pour cela, il existe différentes agences spécialisées dans le domaine du commerce électronique lesquelles pourraient vous aider à implanter un site transactionnel.

### Améliorez votre référencement naturel (SEO)

L'optimisation des moteurs de recherche sur la page est l'ensemble des actions qui visent à maximiser le nombre de visiteurs d'un site Web, en veillant à ce qu'il figure en tête de liste pour toutes les recherches, en redéfinissant constamment le site Web. Les actions sur la page comprennent le placement de mots-clés sur l'ensemble du site Web, les articles de blogue, les options de partage social dans le contenu pour obtenir plus de partages, etc.

Lors de la conception et de la construction d'un site Web, commencez par comprendre que ces pages ne sont plus un hub d'information bien conçu, mais un portail pour toute l'activité Web de votre restaurant et un outil qui façonne et projette l'identité et l'image de la marque (par exemple, une page d'accueil principale crée la première impression que les utilisateurs auront de la marque).

Toutefois, il faut tenir compte du fait que le site Web aura également de nombreux autres points d'entrée ou pages de renvoi pour les visiteurs provenant d'activités spécifiques, comme les réseaux sociaux, les moteurs de recherche, les concours en ligne et les loteries, les offres spécifiques, les liens dirigés vers un formulaire pour s'inscrire à un événement ou télécharger un document, entre autres. Chacune de ces pages de renvoi est essentielle et doit permettre aux visiteurs de revenir facilement à la page d'accueil ou au menu général.

Voici quelques recommandations afin d'optimiser/améliorer votre SEO :

- **Fournissez un plan du site :** moins les liens à parcourir pour trouver un contenu pertinent sont nombreux pour un moteur de recherche, plus le classement de votre site sera élevé. Un plan de site bien conçu réduit le parcours du moteur de recherche à deux liens seulement. Un site Web de grande taille doit disposer d'une page distincte pour son plan du site, tandis que les sites plus simples peuvent placer le plan du site dans une barre de navigation visible à partir de chaque page.
- **Communiquez directement avec les clients pour générer du trafic :** les moteurs de recherche tiennent compte du trafic lorsqu'ils classent les pages. Tout ce qui est fait par le biais d'une communication directe avec les clients pour augmenter le trafic peut donc être utile, par exemple en proposant un contenu informatif, divertissant ou gratuit que les consommateurs voudront consulter et télécharger.
- **Incluez des liens vers des sites connexes :** améliorez votre classement en insérant un onglet ou un bouton sur la page d'accueil. Pour trouver des sites vers lesquels créer des liens, effectuez des recherches et analysez les sites qui figurent dans les dix

premières positions. Vous devez ensuite visiter chacun d'entre eux et déterminer si vous pouvez trouver des sites appropriés et des moyens de les relier à partir de la page d'accueil.

- **Créez une famille de réseaux sociaux autour du site Web de la marque** : Des pages à usage unique et à thème unique peuvent être incluses. Les balises méta de ces pages doivent être optimisées de manière à ce qu'elles soient mieux classées que le site Web principal dans les recherches spécifiques à ces sujets.



- **Développez une publicité suffisamment stable pour augmenter le trafic des moteurs de recherche** : le trafic augmente le classement dans la plupart des moteurs de recherche, de sorte qu'une promotion qui génère du trafic vers le site Web est augmentée par le trafic de suivi qui provient de la visibilité dans les moteurs de recherche, ce qui crée à son tour plus de visibilité.
- **Développez un contenu de qualité** : le contenu est donc le facteur qui permet le mieux d'attirer le public cible d'une marque et de la présenter comme un expert sur un sujet particulier. L'objectif est de fournir des informations objectives qui mettent de l'avant les aspects positifs d'une marque et qui sont perçues comme une entreprise de confiance. Pour ce faire, les entreprises doivent utiliser différents canaux et outils de communication pour présenter les informations de manière objective.
- **Les stratégies du marketing digital** : les médias sociaux sont devenus l'enjeu de tous les secteurs d'activité, en particulier les restaurants. Vos clients les utilisent, les adorent et y partagent leurs photos de plats préférés. Au cours des deux dernières décennies, les médias sociaux sont passés du statut de nouveauté numérique à celui de moteur du commerce et de l'économie.

## Mettez à jour votre présence en ligne

De nombreux clients cherchent à s'habituer et à trouver une nouvelle routine en matière de restauration. Que vous proposiez des plats à emporter ou que vous planifiez votre



réouverture, faites-le savoir ! Ne laissez pas votre public dans l'incertitude — informez-le à chaque étape de la façon dont il peut soutenir votre entreprise et apprécier votre cuisine.

Si vous êtes en phase de réouverture : rendez-vous sur Instagram pour commencer à diffuser des photos et des promotions afin d'inciter vos clients à visiter votre restaurant dès son ouverture.

- Mettez à jour votre site Web, vos médias sociaux, vos menus en ligne et votre message téléphonique en indiquant ce que vous offrez actuellement; les différents plats à emporter, la livraison et le ramassage à domicile.
- Affichez des aperçus de votre personnel en train de préparer le restaurant avec des descriptions comme « bientôt ! » et « restez à l'écoute ! »
- Affichez des comptes à rebours jusqu'à votre grande réouverture pour rappeler à votre public et le rendre enthousiaste pour le grand jour.
- Envisagez d'organiser un concours Instagram ou un jeu-concours pour un repas gratuit une fois que vous aurez rouvert afin de créer un engouement.

Source : <https://modernrestaurantmanagement.com/how-to-market-your-restaurant-during-and-after-covid-19/>

## Créer un menu attractif en ligne

Ne laissez aucun élément au hasard dans la conception de votre menu. Les photos, les couleurs, la police, les descriptions : ces éléments font la différence d'un restaurant à l'autre. Il est donc très important de se tourner vers quelqu'un qui saura refléter l'identité de votre restaurant sur votre menu.

C'est tout aussi vrai en ligne, voire plus, car le client ne peut pas sentir ou voir ce qui se passe sur les autres tables du restaurant pour faire son choix. Ces photos pourront servir pour le menu de votre restaurant, mais aussi pour des posts Instagram, Facebook, qui donneront envie de commander au plus vite.

Avoir de belles photos est primordial sur un menu, c'est l'élément qui capte l'attention du lecteur. Pour cela, nous vous conseillons de créer votre menu sur le site [Canva](#), où il vous est possible d'ajouter le contenu de votre menu ainsi que des images illustrant vos plats. Vous aurez à votre disposition de nombreux outils de création pour rendre votre menu attrayant aux yeux de votre clientèle.



## La crédibilité de votre restaurant : Trip Advisor/Yelp

Les clients ont tendance à se fier aux commentaires sur les plateformes de critiques en ligne telles que Trip Advisor et Yelp. Il ne faut donc pas sous-estimer leur influence sur vos activités. Grâce à ces plateformes, les clients potentiels pourront avoir un premier aperçu des services et des produits que vous proposez. Le fait de recevoir des impressions positives renforce la crédibilité de l'entreprise, l'attraction de nouveaux clients et le développement d'une bonne réputation.

De plus, voici ce que vous pouvez faire sur [TripAdvisor](#) et [Yelp](#) pour que vos clients puissent vous soutenir dans cette période difficile :

- Si votre restaurant est temporairement fermé, il est important d'en informer vos clients sur votre page Trip Advisor et Yelp.
- Si vous proposez des plats à emporter ou la livraison, ajoutez un avis sur votre page Trip Advisor pour en informer vos clients.

## Mettez en place une communication omnicanale

La communication omnicanale correspond au fait d'intégrer absolument tous les canaux de communications pour faciliter l'interaction avec le client. L'utilisation de l'internet et d'autres médias numériques a conduit à la coexistence de différentes formes de présence en ligne d'une entreprise, telles que des sites Web et des pages de médias sociaux, avec des lieux de vente traditionnels, c'est-à-dire des magasins physiques. Pour que l'entreprise réussisse, il est nécessaire d'intégrer les deux types de canaux, traditionnels (physiques) et numériques (électroniques), car les clients peuvent entrer et acheter par l'un ou l'autre.

Une entreprise omnicanale met en œuvre des stratégies qui favorisent la construction d'expériences apportant une valeur ajoutée à la marque. Il s'agit d'offrir une expérience de qualité quelle que soit l'alternative de contact choisi par le client, d'offrir la transparence et de s'adapter aux demandes des clients. Les entreprises qui commercialisent leurs produits par plusieurs canaux doivent transmettre les mêmes informations à tous ces canaux pour fournir le service de manière identique.

Les points clés suivants peuvent être établis pour votre restaurant afin de mettre en œuvre une stratégie omnicanale :

- Identifier les besoins du client
- Optimiser votre base de données client pour en créer une seule
- Personnaliser la prise de contact
- Inclure leurs partenaires dans la stratégie omnicanale
- Reconnaître qu'une stratégie omnicanale réussie nécessite un changement profond
- Intégrer tous les canaux ensemble

## Mesures sanitaires à mettre en place

Au moment de la réouverture des restaurants, vos employés et vos clients doivent suivre certaines mesures sanitaires exigées par le gouvernement afin de prévenir et de contrôler la propagation de la COVID-19. Il est important de savoir que ces mesures changent constamment et peuvent varier selon la zone où votre restaurant se situe.

Assurez-vous que votre restaurant respecte la nouvelle réglementation en suivant les étapes suivantes :

- Identifier la zone où se trouve votre restaurant (rouge, orange, vert) et vérifier constamment les mesures sanitaires sur le site de [l'ARQ \(Association Restauration Québec\)](#)
- [Télécharger le document](#) qui explique les différents critères à respecter pendant les heures d'ouvertures
- Informer vos employés des nouvelles mesures sanitaires pour mener une meilleure organisation à l'interne avant la réouverture du restaurant
- Une fois la réouverture de votre restaurant, informer vos clients des mesures sanitaires à respecter



## Assurez la continuité de votre restaurant en adoptant de bonnes pratiques

Dans cette section vous trouverez les différents outils et conseils pour l'adoption des meilleures pratiques qui assureront le maintien de votre activité commerciale.

### Comment réduire vos coûts en adoptant des mesures écoresponsables ?

Un comportement écoresponsable consiste à mettre en place différents principes de développement durable afin de diminuer votre impact sur l'environnement.

De nos jours, une nouvelle tendance s'est ajoutée au domaine de la restauration : l'aspect écologie/eco-friendly. Pour ce faire, en tant que restaurateurs, vous pouvez réduire votre empreinte carbone en appliquant les mesures/recommandations suivantes :



- Acheter vos produits auprès de fournisseurs locaux et s'assurer qu'il s'agit de commerce équitable
- Éviter le gaspillage
- Mettre en place une zone de recyclage et de compostage
- Implanter des dispositifs d'économie d'eau : la mise en place de systèmes de filtrage pour éviter de servir des bouteilles d'eau
- Utiliser des produits de nettoyages écoresponsables et sans composants chimiques
- S'inscrire régulièrement aux événements écologiques et former votre personnel

De plus, en implantant des mesures écoresponsables, non seulement vous aidez l'environnement, mais vous pouvez également réduire vos coûts d'énergie et d'exploitation. Nous vous invitons à prendre connaissance de la **certification Leaf**. Cette certification a pour but de vous former et vous guider vers les bonnes pratiques à suivre pour devenir un restaurant vert afin d'offrir à votre clientèle une expérience culinaire durable.

La certification Leaf :

- [Comment ça fonctionne ?](#)
- [Commencez dès maintenant votre certification](#)



## Les bonnes pratiques RH à suivre

Veiller au bien-être de ses employés consiste notamment à créer un environnement de travail professionnel où il fait aussi bon vivre. Concrètement, il s'agit de bâtir une culture de transparence et d'efficacité au sein de l'entreprise pour s'assurer du bien-être de tous. Dans cette section du guide, nous vous présenterons une série de conseils pour mener un recrutement efficace, remonter et maintenir la motivation de vos employés, ainsi qu'assurer la conciliation travail et vie personnelle.

### Comment procéder aux recrutements lors de la crise sanitaire ?

#### Les recommandations :

Encouragez vos employés à vous recommander une personne de leur entourage à la recherche d'un emploi. Ce système intègre automatiquement la responsabilisation, car un bon employé voudra recommander une personne en qui il a confiance pour faire le travail correctement, ce qui permet au candidat d'avoir une longueur d'avance dans le processus de vérification et d'embauche.

#### Publication des offres d'emploi :

Affichez les postes vacants sur des sites d'offres d'emploi spécifiques aux restaurants. Bien que les sites d'emploi généraux comme Craigslist et Indeed puissent être utilisés, vous obtiendrez de meilleurs résultats et plus rapidement en publiant vos offres sur des sites d'emploi spécifiques aux restaurants. (Pages Facebook, restojobs.ca)

Dans le contexte actuel, les propriétaires doivent former leur équipe concernant les informations fournies aux clients sur les nouvelles méthodes de commande sur un site Web ou une application mobile.

Votre première étape dans l'implémentation de ces nouveaux outils serait d'en informer l'équipe. Il faut s'assurer que le message est clair. N'en parlez pas pendant que vous êtes à la course, mais plutôt lors d'une réunion. Il faut rassurer votre personnel en leur rappelant que le système est là pour les aider.

Une fois que les membres de votre équipe savent pourquoi vous envisagez de mettre en place un nouveau système de commandes en ligne et quels sont les avantages qui en découlent, il sera suggéré de mentionner l'importance de ces outils pour l'avenir de votre restaurant, afin que le personnel comprenne bien les enjeux auxquels vous faites face.



Il est très important que vous informiez vos employés de l'évolution de vos actions. S'ils ne voient pas de résultats, ils penseront que leurs efforts ont été vains. Si vous n'êtes pas satisfait des résultats, réunissez votre équipe pour réfléchir à ce qui peut être amélioré.

Nous vous invitons à consulter [ce guide](#) qui traite des grandes lignes des enjeux RH liés à la pandémie.

Malgré le stress important amené par la pandémie et les nombreuses adaptations nécessaires à la relance de votre restaurant, il demeure toutefois primordial pour vous et vos employés de maintenir un équilibre entre votre vie professionnelle et personnelle. Cette prochaine section du guide vous suggérera donc des initiatives pour assurer la conciliation travail-vie au sein de votre entreprise.

La **conciliation travail-famille** (ou travail-vie) consiste en la recherche de l'équilibre entre les exigences et les responsabilités liées à la vie professionnelle et à la vie personnelle. L'objectif est évidemment d'assouplir ou d'aplanir certaines contraintes et exigences du monde du travail, en vue d'une gestion plus équilibrée du temps dédié à vos activités personnelles.

Pour aider vos employés à concilier le travail et leur vie personnelle, vous pouvez mettre en place différentes mesures visant le mieux-être du personnel. Ces initiatives de conciliation englobent tout avantage, toute politique ou tout programme contribuant à trouver un meilleur équilibre entre les exigences du travail et le mieux-être (ou la pleine jouissance de la vie) en dehors du travail.

Les initiatives de conciliation travail-vie peuvent prendre plusieurs formes, par exemple :

- Services à l'enfance sur place
- Services de garde d'urgence
- Programme d'orientation vers des services de soins, des organisations locales, etc.
- Conditions de travail souples
- Congés pour affaires familiales
- Politiques différentes en matière de congés (congés pour études ou service communautaire, congés autofinancés, congés sabbatiques, etc.)
- Programmes d'aide aux employés (PAE)
- Tenue, en milieu de travail, de conférences et d'ateliers portant sur des sujets comme le stress, l'alimentation, le tabagisme, la communication, etc.
- Services internes et/ou externes d'éducation ou de formation
- Installations de conditionnement physique ou aide (financière) à la participation à des programmes de conditionnement



En tant qu'employeur, il est à votre avantage de participer à la conciliation travail-vie de vos employés pour de nombreuses raisons, notamment pour attirer de nouveaux employés, contribuer à maintenir les employés actuels, améliorer le moral et réduire les cas de maladie et d'absentéisme. Également, ces mesures pourraient aider à diversifier les compétences et le personnel, améliorer les rapports entre collègues et favoriser le travail d'équipe et les initiatives. Il s'agit donc d'une situation gagnant-gagnant pour vous et vos employés.

## **Innovation/Robotisation/Transformation digitale de votre restaurant**

Aujourd'hui, en raison de l'évolution rapide des technologies, les entreprises ont constamment adapté leur modèle d'entreprise. Ainsi, depuis l'arrivée de la pandémie — Covid-19, les entreprises se retrouvent dans une position où il leur est difficile de réagir adéquatement à cette situation et elles ont été amenées à modifier leurs activités en innovant et en les adaptant au nouvel environnement. Cette nouvelle réalité a accéléré le processus de transformation numérique des entreprises et celles-ci doivent s'adapter de manière agile pour assurer leur continuité et leur survie.

La meilleure stratégie que vous pouvez mettre en place pour assurer la continuité de votre restaurant est celle de l'innovation.

- Votre restaurant sera plus compétitif : avantage concurrentiel
- Vous adaptez votre modèle d'affaires à l'actualité
- Vous offrez une meilleure expérience aux clients
- Vous connectez votre restaurant au monde entier grâce aux réseaux sociaux
- Vous vous différenciez avec l'innovation

Afin d'innover dans le domaine de la restauration, plusieurs technologies émergentes apparaissent afin de faciliter les procédures pour vos employés et pour vos clients :

### **Les robots**

**Pudu Robotics** vous offre une gamme de robots qui ont pour objectif d'améliorer le service client et qui permettent aux serveurs de gagner du temps et de l'énergie pour offrir aux clients un meilleur service. Les fonctionnalités du robot sont les suivantes :

- Effectuer des modes de livraisons multiples selon les besoins de la clientèle (service sur place, service à emporter, etc.)

- Collecter des plats avec une application développée et intelligente
- Fournir un service sans contact pour éviter la transmission de toute maladie future
- Pouvoir réaliser 400 fois la livraison de nourriture par jour. Libérez vos employés des tâches répétitives

### Les kiosques/bornes de commande



Le kiosque de commande en libre-service est une station automatisée qui simplifie les achats des clients tout en maximisant leur expérience. Il vous permet également de regrouper vos informations pour améliorer votre efficacité. Le kiosque libre-service peut s'adapter comme vous le souhaitez afin de s'intégrer à votre environnement. Ces outils peuvent être configurés selon vos besoins en collaboration avec différents logiciels. Avec la

borne de commande en libre-service, vous pouvez accélérer la prise de commande et réduire les temps d'attente. Vos consommateurs peuvent prendre connaissance du menu, commander par eux-mêmes ce qu'ils souhaitent à l'aide de l'écran tactile. De plus, il s'agit d'une méthode pour faciliter la procédure de paiement, car ils peuvent payer immédiatement.

### Installez votre borne de commande dès maintenant !

Par ailleurs, nous avons mis en place quelques idées auxquelles vous pouvez vous inspirer pour innover au sein de votre restaurant :

- Mettre en place un système de commande par texte
- Effectuer une méthode de paie électronique : ceci permet d'économiser des chèques et de faire un suivi simple pour l'aspect comptable
- Automatiser vos médias sociaux afin de planifier des publications
- Automatiser vos campagnes de messages électroniques
- Offrir des formulaires de réservation en ligne pour mieux gérer les commandes
- Proposer un service de tablettes électroniques plutôt que les menus en papier
- Mettre en place des programmes de planification à l'interne pour gérer les horaires et les vacances des employés

## Conclusion

Ce n'est pas un secret pour personne que le secteur de la restauration a été gravement touché par les répercussions de la COVID-19. En attendant la grande réouverture, les restaurateurs se doivent d'agir en continu et d'utiliser les solutions disponibles pour fonctionner et se développer avec succès. Les commandes de nourriture en ligne sont aujourd'hui devenues la nouvelle norme. En suivant ces étapes, nous espérons que les propriétaires pourront conserver leurs activités quotidiennes en marche, communiquer du mieux possible avec leur clientèle et être prêts à rouvrir complètement dans un avenir proche.

## Bibliographie

- ARQ – Association restauration Québec (2021). *Covid19 Information — Prévention - Ressources*. ARQ. Récupéré de : <https://restauration.org/covid19>
- Gouvernement du Canada (2016). *Fiche d'information Réponses SST*, Centre canadien d'hygiène et de sécurité au travail. Récupéré de : [https://www.cchst.ca/oshanswers/psychosocial/worklife\\_balance.html](https://www.cchst.ca/oshanswers/psychosocial/worklife_balance.html)
- Meneu, Gildas (2020). *Les applications de livraison au banc d'essai*. Récupéré de : <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1516689/applications-livraison-resto-banc-essai-epicerie>
- Gouvernement du Québec. *La conciliation travail-famille, qu'est-ce que c'est ?* Ministère de la famille du Québec, Récupéré de : <https://www.mfa.gouv.qc.ca/fr/publication/Documents/ctf-fiche-1.pdf>
- DEL — Développement économique de l'agglomération de Longueuil (2021). *Aide aux entreprises en régions en alerte maximale (AERAM)*. DEL. Récupéré de : <https://www.delagglo.ca/fr/services/financement/47/aide-aux-entreprises-en-regions-en-alerte-maximale-aeram>
- DEL — Développement économique de l'agglomération de Longueuil (2021). *Prêt Covid19*. DEL. Récupéré de <https://www.delagglo.ca/fr/services/financement/39/pre-covid-19>
- Saputo Services alimentaires (2021). *Adapter son menu pour la livraison*. Récupéré de : <https://www.saputofoodservice.ca/fr-ca/ressources/menu-pour-la-livraison#:~:text=Songez%20%C3%A0%20faire%20appel%20%C3%A0,pour%20attirer%20plus%20de%20clients.&text=Avec%20notre%20vaste%20%C3%A9lection%20de,tous%20les%20menus%20de%20livraison>
- Sir Steward (2021). *Self service ordering kiosk*. Récupéré de : <https://sirsteward.com/products/self-service-ordering-kiosk>
- Shenzhen Pudu Technology Co. LTD (2021). *What can Pudubot do?* Pudu Robotics. Récupéré de : [https://www.pudurobotics.com/ads/pudubot/en/n?gclid=EAlaIqObChMImOnRtKHv7wIVBRLnCh3RMQWoEAAySAAEgKNQ\\_D\\_BwE](https://www.pudurobotics.com/ads/pudubot/en/n?gclid=EAlaIqObChMImOnRtKHv7wIVBRLnCh3RMQWoEAAySAAEgKNQ_D_BwE)