

# LE RAPPORT DE STAGE

---

## OPTIMISATION DE LA PRÉSENCE EN LIGNE ET STRATÉGIES DE MARKETING DIGITAL : ÉTUDE DE CAS DU RESTAURANT GUPTA'S À ANGERS

---

### RESTAURANT GUPTA'S

DÉPARTEMENT TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION -  
PARCOURS MARKETING DIGITAL

POUR L'OBTENTION DU BUT<sub>2</sub>

PRÉSENTÉ PAR :

**CORLOSQUET Gwenn**

ENSEIGNANT AUQUEL EST ADRESSÉ LE RAPPORT DE  
STAGE EN VUE DE SA CORRECTION :

**Mme. DHEILLY Catherine**



**INSTITUT UNIVERSITAIRE  
DE TECHNOLOGIE**  
UNIVERSITÉ D'ANGERS

MAI-JUIN 2023





ENGAGEMENT DE NON PLAGIAT

Je, soussign e Gwenn CORLOSQUET déclare être pleinement consciente que le plagiat de documents ou d'une partie d'un document publiés sur toutes formes de support, y compris l'internet, constitue une violation des droits d'auteur ainsi qu'une fraude caract ris e. En conséquence, je m'engage à citer toutes les sources que j'ai utilis es pour écrire ce rapport ou mémoire.

Signature :



# 01

## PRÉSENTATION COMPLÈTE DE L'ENTREPRISE

- 1.1 HISTORIQUE DE L'ENTREPRISE
- 1.2 SECTEUR D'ACTIVITÉ
- 1.3 CHIFFRES CLÉS
- 1.4 MICRO ET MACRO ENVIRONNEMENT

Pages 2 à 5

# 02

## PRÉSENTATION DES MISSIONS

### MISSION 1 : MISE EN PLACE D'UNE VEILLE DIGITALE

- 2.1.A OBJECTIFS
- 2.2.A MOYENS MIS EN OEUVRE
- 2.3.A DIFFICULTÉS RENCONTRÉES
- 2.4.A RÉSULTATS QUALITATIFS
- 2.5.A RÉSULTATS QUANTITATIFS
- 2.6.A PRÉCONISATIONS

### MISSION 2 : ACTIONS DE RÉFÉRENCIEMENT SEO

- 2.1.B OBJECTIFS
- 2.2.B MOYENS MIS EN OEUVRE
- 2.3.B DIFFICULTÉS RENCONTRÉES
- 2.4.B RÉSULTATS QUALITATIFS
- 2.5.B RÉSULTATS QUANTITATIFS
- 2.6.B PRÉCONISATIONS

Pages 6 à 17

# 03

## MISE EN PERSPECTIVE : QUESTIONNEMENT OU POINT À AMÉLIORER

- 3.1 ANALYSE APPROFONDIE : LES CAUSES DU FAIBLE ENGAGEMENT SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX DU RESTAURANT GUPTA'S
- 3.2 LE FAIBLE ENGAGEMENT SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX : UN ENJEU MAJEUR POUR GUPTA'S
- 3.3 STRATÉGIES POUR STIMULER L'ENGAGEMENT SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX DU RESTAURANT GUPTA'S

Pages 18 à 21

# 04

## CONCLUSION

- 4 CONCLUSION : BILAN DES RÉSULTATS, ALIGNEMENT AVEC LE PPP ET COMPÉTENCES DÉPLOYÉES

Pages 22 à 23







**PRÉSENTATION COMPLÈTE  
DE L'ENTREPRISE**

## 1.1 HISTORIQUE DE L'ENTREPRISE *(Voir annexe 1)*

Le restaurant Gupta's à Angers trouve ses origines dans un magnifique hôtel particulier datant du 18<sup>e</sup> au 19<sup>e</sup> siècle, situé en face du Château d'Angers, dans le quartier historique de la ville.

En 2020, Monsieur et Madame Gupta ont acquis cette demeure exceptionnelle et ont entrepris de la rénover pour en faire un piano-bar et un restaurant lounge. Ils ont transformé cet espace chargé d'histoire en un lieu moderne et élégant, tout en préservant son charme et son cachet d'origine.

## 1.2 SECTEUR D'ACTIVITÉ *(Voir annexe 2)*

Le Gupta's Restaurant Lounge à Angers est bien plus qu'un simple restaurant.

Effectivement, celui-ci offre une diversité d'ambiances pour satisfaire les attentes de sa clientèle. Tout d'abord, le piano-bar permet de profiter de soirées musicales en direct, avec des artistes talentueux qui créent une atmosphère sophistiquée et captivante.

Ensuite, le bar à vin et cocktails propose une sélection raffinée de vins et de cocktails artisanaux. C'est un espace où les clients peuvent se détendre et apprécier des boissons de qualité dans une atmosphère conviviale.

Pour les amateurs de cigares, le bar à cigares offre une expérience unique. Il propose une sélection de cigares de premier choix, permettant aux connaisseurs de savourer un cigare dans un cadre cosy et sophistiqué.

Enfin, au rez-de-chaussée, le Gupta's dispose d'une salle dédiée aux concerts de jazz. C'est un espace où les passionnés de musique peuvent profiter de performances live de jazz tout en savourant leur repas et/ou leurs boissons.

En plus, l'établissement propose également des événements ouverts au public. Les soirées DJ sont régulièrement organisées, ainsi que des célébrations pour les fêtes de fin d'année, notamment Noël, le Nouvel An et la Saint-Valentin. La carte du Gupta's est régulièrement renouvelée, avec un menu qui change environ tous les 2 mois. Les clients peuvent ainsi découvrir une cuisine variée et savoureuse.

## 1.3 CHIFFRES CLÉS *(Voir annexe 3)*

Le restaurant compte 19 employés en interne, il est organisé de manière hiérarchique, avec différents niveaux de responsabilité et des départements clés. (voir annexes)

En ce qui concerne les chiffres clés digitaux du Gupta's, voici quelques éléments importants :

- Présence sur les réseaux sociaux : Le Gupta's compte 2,5K abonnés sur Instagram et 2,4K abonnés sur Facebook, ce qui témoigne d'une certaine audience et d'un intérêt pour l'établissement.
- Portée des comptes sociaux : Le profil du compte Gupta's atteint près de 5K de personnes, ce qui signifie que les publications et le contenu partagé touchent une audience relativement large.
- Engagement sur les réseaux sociaux : En moyenne, chaque publication du Gupta's reçoit environ 40 likes, indiquant un niveau d'engagement positif de la part des abonnés, mais qui reste relativement faible face à la concurrence.
- Différence de visibilité entre les plateformes : La page Facebook du Gupta's bénéficie d'un nombre de visites plus élevé que le compte Instagram, montrant ainsi que la présence sur Facebook est plus importante pour l'établissement.
- Croissance des abonnés : Au cours du dernier mois, le compte Instagram du Gupta's a gagné 70 nouveaux abonnés, ce qui démontre une légère progression de la notoriété de la marque sur cette plateforme.
- Fréquence des publications : En moyenne, le Gupta's publie du contenu environ une fois par semaine sur ses comptes sociaux, ce qui permet de maintenir une présence régulière et de garder les abonnés engagés.
- Trafic du site web : Sur une période de 28 jours, le site web du Gupta's a enregistré 2,3K de visiteurs, indiquant une certaine attractivité en ligne et un intérêt pour les informations et services proposés.

## 1.4 MICRO ET MACRO ENVIRONNEMENT *(Voir annexe 4)*

Le restaurant Gupta's présente plusieurs forces qui contribuent à sa réussite. Son emplacement idéal en face du château d'Angers lui confère une visibilité et une attractivité accrues, attirant ainsi l'attention des passants et des touristes. De plus, sa grande terrasse offre aux clients un espace extérieur agréable où ils peuvent profiter de leur repas en plein air. L'établissement se démarque également par la qualité de ses produits maison et sa variété de cocktails et d'alcools, ce qui lui permet de proposer une offre culinaire diversifiée et attrayante pour les clients. L'organisation régulière d'événements privés et d'activités spéciales, tels que des concerts de jazz et des soirées piano, crée une atmosphère unique et vivante qui séduit les clients et les fidélise.

Cependant, le restaurant Gupta's présente également certaines faiblesses qu'il convient de prendre en compte. Malgré sa popularité, il a obtenu une note moyenne de 3,9/5 étoiles, principalement en raison de problèmes liés aux plats et à la gestion des gestes commerciaux. De plus, sa clientèle est principalement composée d'une tranche d'âge plus âgée, ce qui limite sa capacité à attirer une clientèle plus jeune. En outre, sa présence digitale est limitée par rapport à la concurrence, ce qui peut réduire sa visibilité et son attrait pour les clients potentiels. Le restaurant doit également prendre en compte le fait qu'il ne propose pas de plats végétariens sur son menu, ce qui peut exclure une partie de la clientèle qui recherche des options sans viande. Enfin, il doit mettre en avant davantage l'authenticité de son équipe et de son histoire, afin de créer une connexion plus forte avec les clients.

Malgré ces faiblesses, le restaurant Gupta's dispose de plusieurs opportunités pour renforcer sa position sur le marché. Il peut notamment s'adapter aux nouvelles tendances alimentaires en proposant des plats végétariens ce qui lui permettrait d'attirer une clientèle plus diversifiée et soucieuse de son alimentation. La mise en place d'un système de réservation en ligne faciliterait également la prise de rendez-vous pour les clients et optimiserait la gestion des tables. De plus, en exploitant les opportunités offertes par le digital, comme l'utilisation de QR codes pour consulter la carte ou promouvoir des boissons spéciales, le restaurant peut améliorer sa visibilité en ligne et attirer de nouveaux clients.

Toutefois, le restaurant Gupta's doit également faire face à certaines menaces qui pourraient impacter sa performance. La forte concurrence dans le secteur de la restauration à Angers nécessite une différenciation claire et une proposition de valeur unique pour attirer et fidéliser les clients. La communication régulière des concurrents peut également influencer les choix des consommateurs et réduire la part de marché du Gupta's. De plus, la baisse du pouvoir d'achat des Français au fil des années peut avoir un impact sur les dépenses des clients dans les restaurants, ce qui nécessite une adaptation des prix et des offres pour rester compétitif.



# PRÉSENTATION DES MISSIONS

(Voir annexe 5)

Dans le cadre de mon stage au restaurant Gupta's à Angers, ma mission première consistait à mettre en place une veille digitale pour l'entreprise. La veille digitale est un processus stratégique qui permet de collecter, d'analyser et de diffuser des informations pertinentes sur le marché, la concurrence, les tendances et les innovations dans l'environnement digital de l'entreprise.

Le secteur de la restauration étant en constante évolution, avec l'émergence de nouvelles technologies et l'évolution des attentes des clients. La veille digitale est donc essentielle pour aider l'entreprise à rester compétitive et à s'adapter aux changements du marché. Elle permettra également de mieux comprendre les besoins et les attentes des clients, et d'adapter les offres en conséquence.

Je suis convaincu que la mise en place d'une veille digitale sera bénéfique pour l'entreprise Gupta's, en lui permettant de mieux comprendre son marché et ses clients, d'adapter ses offres et de rester compétitive dans un environnement en constante évolution.

## 2.1.A. MAXIMISER L'EXPÉRIENCE CLIENT GRÂCE À UNE VEILLE DIGITALE PROACTIVE : LE CAS DU RESTAURANT GUPTA'S

L'objectif d'une veille digitale pour le restaurant Gupta's à Angers est de suivre l'actualité du marché de la restauration, les tendances émergentes, les innovations technologiques, les nouveaux concurrents et des changements dans les habitudes des consommateurs.

Cela permettra à l'entreprise de mieux comprendre son marché et ses clients, d'adapter ses contenus digitaux en fonction des tendances et des innovations du marché, de mieux suivre l'actualité de ses concurrents, et de prendre des décisions plus éclairées en matière de marketing et de communication digitale.

En résumé, l'objectif de la veille digitale pour le restaurant Gupta's est d'optimiser ses efforts pour améliorer l'expérience client sur le site web ainsi que les réseaux sociaux, en proposant des contenus plus adaptées et en identifiant les tendances à venir.

## 2.2.A. STRATÉGIES ET OUTILS UTILISÉS POUR LA MISSION DE VEILLE DIGITALE CHEZ GUPTA'S *(Voir annexe 6)*

Il est intéressant de noter que j'ai pu utiliser plusieurs outils pour mener à bien ma mission de veille digitale pour le restaurant Gupta's à Angers. Tout d'abord, j'ai utilisé MétaBusiness, un outil qui permet de surveiller les réseaux sociaux et d'analyser l'audience touchée par les publications, ainsi que le nombre de vues, de likes et d'interactions générées par ces dernières. Cela m'a permis d'analyser les statistiques et de mieux comprendre les habitudes des clients.

J'ai également utilisé SEMrush et Google Analytics, qui m'ont permis de suivre l'évolution du trafic sur le site web du restaurant, d'analyser le référencement naturel et de comprendre le comportement des visiteurs sur le site.

Dans le cadre de ma mission, j'ai également effectué un benchmark pour analyser la concurrence et identifier les points forts et faibles du restaurant par rapport à ses concurrents. Cela m'a permis d'élaborer une stratégie marketing plus efficace, en me basant sur les meilleures pratiques de la concurrence.

Par ailleurs, j'ai analysé le site web du restaurant pour en comprendre l'ergonomie, le référencement et l'utilisation générale par les internautes. Cette analyse m'a permis d'identifier les axes d'amélioration pour optimiser l'expérience utilisateur et le référencement naturel.

Enfin, je me suis appuyé sur diverses études sur les utilisations sur digital, cela m'a permis d'y ajouter des chiffres et d'illustrer mes recherches.

En résumé, j'ai utilisé plusieurs outils et méthodes pour mener à bien ma mission de veille digitale pour le restaurant Gupta's à Angers, allant de la surveillance des réseaux sociaux et l'analyse des statistiques à la réalisation d'un benchmark concurrentiel et l'analyse du site web . Cela m'a permis de mieux comprendre le marché de la restauration et d'identifier les opportunités pour améliorer la stratégie marketing et l'expérience client du restaurant Gupta's.

## 2.3.A. SURMONTER LES DÉFIS DE LA VEILLE DIGITALE : UNE GESTION STRATÉGIQUE DE L'INFORMATION POUR LE RESTAURANT GUPTA'S *(Voir annexe 7)*

Lors de cette mission, j'ai été confronté à plusieurs difficultés, notamment à la gestion et à l'organisation des nombreuses informations recueillies. En effet, la veille digitale implique de collecter une quantité importante de données provenant de diverses sources, telles que les sites web, les réseaux sociaux, les blogs, les forums, etc.

La première difficulté à laquelle j'ai été confronté était de sélectionner les sources d'informations les plus pertinentes et fiables pour ma veille. Il était essentiel d'identifier les sites web et les experts reconnus dans le domaine afin de s'assurer de la qualité des informations collectées. J'ai donc dû effectuer une recherche approfondie et évaluer la crédibilité des différentes sources disponibles.

Une fois les sources identifiées, j'ai dû organiser les informations collectées de manière efficace. Cela impliquait de classer les données en fonction de leur pertinence, de les catégoriser selon les différents sujets ou domaines d'intérêt, et de les hiérarchiser en fonction de leur importance. Cette tâche s'est avérée complexe en raison du volume important d'informations à traiter.

Par ailleurs, j'ai également été confronté à la difficulté de filtrer les informations les plus pertinentes parmi toutes celles collectées. Il était primordial de sélectionner les données les plus pertinentes et les plus utiles pour l'entreprise, afin d'éviter de se perdre dans une surcharge d'informations. Pour cela, j'ai dû définir des critères de sélection clairs et précis, en prenant en compte les objectifs de l'entreprise et les besoins spécifiques de la veille digitale. En comprenant les objectifs de l'entreprise et ses besoins spécifiques, la veille digitale peut fournir des informations précieuses pour l'élaboration de plans d'action, la création de produits ou services innovants, l'optimisation des processus internes, ainsi que pour renforcer la présence en ligne et la notoriété de l'entreprise.

Enfin, la dernière difficulté à laquelle j'ai été confronté était de synthétiser et de présenter les résultats de ma veille de manière claire et concise. Il était essentiel de rendre les informations accessibles à tous les acteurs de l'entreprise, y compris ceux qui ne sont pas familiers avec les concepts technologiques ou digitaux. J'ai donc dû adapter mon langage et utiliser des supports visuels tels que des graphiques, des tableaux ou des infographies pour faciliter la compréhension.

Malgré ces difficultés, j'ai pu surmonter les challenges grâce à ma rigueur, ma capacité d'organisation et ma détermination à fournir des résultats de qualité. Cette expérience m'a permis d'améliorer mes compétences en matière de gestion de l'information, d'analyse et de synthèse, ce qui sera précieux pour mon développement professionnel dans le domaine de la veille digitale.

## 2.4A. ANALYSE QUALITATIVE APPROFONDIE : PERSPECTIVES CLÉS POUR LE RESTAURANT GUPTA'S (Voir annexe 5)

Dans mon dossier d'analyse digitale, j'ai pu recueillir plusieurs résultats qualitatifs concernant le restaurant Gupta's. Voici un résumé des principales conclusions :

**Tendances digitales :** Les vidéos occupent une place importante en 2023, offrant une opportunité pour Gupta's de créer du contenu visuel et interactif attractif pour les consommateurs. L'authenticité et l'interaction avec les internautes sont également essentielles pour établir une connexion avec la clientèle.

**Présence digitale et concurrence :** Gupta's fait face à une concurrence sur les réseaux sociaux, se classant actuellement quatrième parmi ses concurrents sur Instagram et Facebook. Pour se démarquer, Gupta's doit améliorer sa présence en ligne en augmentant la fréquence des publications, en diversifiant le contenu et en encourageant l'interaction avec les abonnés.

**Audience féminine :** Il est important de noter que l'audience du restaurant Gupta's est principalement féminine. Par conséquent, il est essentiel d'adapter le contenu en fonction de cette audience, en proposant des éléments visuels, des offres spécifiques ou des événements qui correspondent à leurs intérêts et préférences.

**Site web intuitif et référencement SEO :** Il est indispensable pour Gupta's de disposer d'un site web intuitif, facile à naviguer et régulièrement mis à jour. Un site web bien conçu permettra aux clients potentiels de trouver rapidement les informations dont ils ont besoin, comme le menu, les horaires d'ouverture et les réservations. De plus, un bon référencement SEO aidera à améliorer la visibilité du site web dans les résultats de recherche, ce qui est crucial pour attirer du trafic organique et augmenter la notoriété en ligne du restaurant.

## 2.5.A. ANALYSE CHIFFRÉE APPROFONDIE : MESURES CLÉS POUR LE RESTAURANT GUPTA'S *(Voir annexe 5 et 6)*

Lors de ma veille digitale, j'ai pu recueillir des résultats quantitatifs significatifs concernant le restaurant Gupta's. Voici un résumé des principales conclusions :

**Audience :** Plus de 60% de l'audience en ligne du restaurant Gupta's est composée de femmes. Cela indique que le contenu et les stratégies de communication doivent être adaptés en fonction de cette audience majoritaire.

**Traffic web :** Le site web du restaurant Gupta's enregistre en moyenne 2,3K de visiteurs uniques. Les pages les plus consultées sont la page d'accueil et la page du menu. Cela met en évidence l'importance de ces pages et suggère que l'optimisation de ces contenus peut contribuer à attirer davantage de visiteurs.

**Engagement sur les réseaux sociaux :** Sur Instagram, Gupta's compte 2,5K de followers, tandis que sur Facebook, il compte 2,4K de followers. Les publications suscitent en moyenne 40 likes,  $\frac{3}{4}$  de partages et des commentaires réguliers. Cela démontre un certain niveau d'engagement de la part de la communauté en ligne.

**Mentions et partages :** Le restaurant Gupta's est régulièrement mentionné par les internautes sur les réseaux sociaux, avec une moyenne de 3 à 4 mentions en story. Cela indique une certaine visibilité et viralité de la marque, témoignant de l'impact positif des actions de communication et d'événements spéciaux.

## 2.6.A RECOMMANDATIONS STRATÉGIQUES POUR RENFORCER LA PRÉSENCE DIGITALE DU RESTAURANT GUPTA'S

Suite à la veille digitale effectuée pour le restaurant Gupta's, voici quelques préconisations pour améliorer sa présence et sa stratégie digitale :

**Contenu adapté à l'audience féminine :** Étant donné que plus de 60% de l'audience en ligne du restaurant Gupta's est constituée de femmes, il est important d'adapter le contenu pour répondre à leurs besoins et intérêts spécifiques. Cela peut inclure la création de contenus visuels attrayants, l'exploration de thématiques qui les intéressent particulièrement, et la promotion d'offres ou d'événements spéciaux susceptibles de les attirer.

**Optimisation du site web :** Le site web du restaurant Gupta's doit être intuitif, régulièrement mis à jour et bénéficier d'un bon référencement SEO. Il est essentiel de veiller à ce que le site offre une expérience utilisateur agréable, en mettant en avant les informations clés telles que le menu, les horaires d'ouverture, les réservations en ligne, etc. De plus, l'optimisation SEO permettra d'améliorer la visibilité du site dans les résultats de recherche, attirant ainsi plus de trafic qualifié.

**Renforcement de la présence sur les réseaux sociaux :** Gupta's doit intensifier sa présence sur les réseaux sociaux en augmentant la fréquence des publications, en diversifiant le contenu et en encourageant l'interaction avec les abonnés. Il est important d'utiliser les réseaux sociaux comme des outils de communication bidirectionnelle, en répondant activement aux commentaires, en engageant des conversations et en sollicitant des avis et des suggestions des clients. Cela contribuera à renforcer l'engagement et la fidélité des clients.

**Utilisation de contenus vidéo :** Comme l'analyse des tendances digitales l'a démontré, les vidéos occupent une place importante en 2023. Gupta's devrait donc exploiter cette tendance en créant du contenu vidéo attrayant, tel que des recettes, des interviews d'équipe, des événements spéciaux, etc. Les vidéos permettent de susciter l'engagement, de créer une expérience immersive pour les clients et de se démarquer de la concurrence.

**Suivi des mentions et des avis en ligne :** Il est essentiel de surveiller régulièrement les mentions et les avis en ligne concernant le restaurant Gupta's. Cela permet de comprendre les perceptions des clients, d'identifier les points forts et les opportunités d'amélioration, et de répondre rapidement aux commentaires, qu'ils soient positifs ou négatifs. En montrant une réactivité et une volonté d'écoute envers les clients, Gupta's peut renforcer sa réputation en ligne et fidéliser sa clientèle.

En mettant en œuvre ces préconisations, le restaurant Gupta's pourra améliorer sa présence digitale, attirer davantage de clients, fidéliser sa clientèle existante et se démarquer de la concurrence.

Suite à l'analyse approfondie effectuée lors de ma veille digitale, il est apparu clairement que le site web du restaurant Gupta's souffre d'un déficit majeur en termes de référencement. Dans un paysage numérique où la visibilité en ligne est essentielle pour attirer de nouveaux clients et se démarquer de la concurrence, l'absence de référencement du site constitue une lacune préoccupante.

## 2.1.B. OPTIMISATION SEO : AUGMENTER LA VISIBILITÉ ET LE CLASSEMENT DU SITE WEB DU RESTAURANT GUPTA'S DANS LES RÉSULTATS DE RECHERCHE

L'objectif de cette mission est donc d'améliorer la visibilité et la position du site web du restaurant Gupta's dans les résultats des moteurs de recherche, notamment sur des mots-clés pertinents liés à l'activité et à la localisation géographique.

L'action de référencement SEO vise à optimiser différents aspects du site web, tant sur le plan technique que sur le plan du contenu, afin de favoriser son indexation et son classement dans les résultats organiques des moteurs de recherche tels que Google. L'objectif ultime est d'augmenter le trafic qualifié vers le site, d'attirer de nouveaux clients et de renforcer la présence en ligne du restaurant Gupta's.

## 2.2.B. OPTIMISATION SEO : UTILISATION D'OUTILS SPÉCIALISÉS ET D'EXTENSIONS POUR AMÉLIORER LE RÉFÉRENCIEMENT DU SITE WEB DU RESTAURANT GUPTA'S (Voir annexe 8)

Pour mettre en œuvre la mission de référencement SEO, j'ai utilisé différents moyens et outils. Voici les principales actions que j'ai entreprises :

**Utilisation de SEMrush** : J'ai utilisé l'outil SEMrush pour effectuer des recherches approfondies sur les mots-clés pertinents pour le restaurant Gupta's. SEMrush permet d'analyser le comportement des clients lors de leurs recherches sur internet et fournit des données précieuses pour orienter la stratégie de référencement.

**Installation de l'extension Yoast SEO :** J'ai installé l'extension Yoast SEO sur le site web du restaurant Gupta's. Cette extension est spécialement conçue pour optimiser le référencement d'un site WordPress. Elle facilite la mise en place d'éléments essentiels tels que les méta descriptions, les balises de titre, les balises alt pour les images, etc.

**Mise en place de Google Analytics :** J'ai également configuré Google Analytics sur le site web du restaurant. Google Analytics est un outil d'analyse puissant qui permet de suivre le trafic du site, les sources de trafic, les comportements des utilisateurs, les conversions et bien d'autres données. Cela permet d'évaluer l'efficacité des actions de référencement et d'obtenir des informations précieuses pour prendre des décisions stratégiques.

**Optimisation du contenu :** J'ai utilisé mes connaissances acquises lors de mes cours de parcours pour ajouter des éléments importants au site web. J'ai travaillé sur l'optimisation des méta descriptions en intégrant des mots-clés pertinents, ce qui améliore la visibilité du site dans les résultats de recherche. De plus, en utilisant WordPress, j'ai pu facilement mettre en page et ajouter du contenu, tel que des onglets dédiés aux événements du restaurant Gupta's, en mettant en avant des mots-clés pertinents pour attirer davantage de visiteurs.

## 2.3.B. SURMONTER LES OBSTACLES POUR OPTIMISER LE RÉFÉRENCEMENT SEO DU RESTAURANT GUPTA'S

Ma mission "action de référencement SEO" pour le restaurant Gupta's a été confrontée à divers défis. L'un d'eux était la sélection des mots-clés pertinents pour optimiser le classement dans les moteurs de recherche. Cela a nécessité une recherche approfondie et une analyse concurrentielle pour identifier les mots-clés les plus appropriés. Un autre défi était l'optimisation technique du site web, impliquant la mise en place de balises méta, l'optimisation des URL et la résolution de problèmes de contenu dupliqué. Mesurer les performances et évaluer l'impact des actions de référencement a été un défi supplémentaire, nécessitant l'utilisation d'outils d'analyse tels que Google Analytics et SEMrush. Enfin, l'adaptation aux changements d'algorithme des moteurs de recherche a été un défi constant, nécessitant un ajustement des stratégies pour maintenir et améliorer les performances du site. Ces défis ont exigé une analyse approfondie et une adaptation continue des stratégies de référencement pour assurer des résultats positifs pour le restaurant Gupta's.

## 2.4.B. ANALYSE QUALITATIVE DES ACTIONS DE RÉFÉRENCIEMENT SEO POUR LE RESTAURANT GUPTA'S *(Voir annexe 8)*

Dans le cadre de la mission "Action de référencement SEO" pour le restaurant Gupta's, une analyse qualitative a été réalisée. Voici un résumé des principaux résultats :

**Analyse des mots-clés :** Des outils de recherche de mots-clés, tels que SemRush, ont été utilisés pour identifier les termes pertinents. Quelques exemples de mots-clés relevés incluent "château d'Angers" (situé en face du château), "centre historique" (à deux pas du centre historique), "office de tourisme" (à proximité de l'office du tourisme), "bar à cocktail" et "terrasse à Angers". L'intégration stratégique de ces termes pertinents dans le contenu du site web et des publications contribuera à améliorer le référencement sur les plateformes de recherche et à augmenter la visibilité en ligne du restaurant Gupta's.

**Optimisation des balises et méta-descriptions :** Une analyse des balises titre, des balises de description et des balises d'en-tête a été effectuée pour garantir leur optimisation et leur inclusion des mots-clés appropriés. Des recommandations spécifiques ont été identifiées pour le restaurant Gupta's, telles que l'utilisation de balises H1 pour mettre en évidence les mots-clés pertinents et l'inclusion de métadonnées descriptives au début de chaque code. Ces optimisations amélioreront la visibilité du site web sur les moteurs de recherche et inciteront les utilisateurs à cliquer sur les liens pertinents.

**Stratégie de backlinking :** Une évaluation des opportunités de création de liens externes de qualité vers le site web du Gupta's a été réalisée. Les backlinks provenant de sites web de confiance peuvent renforcer l'autorité du site et améliorer son positionnement dans les résultats de recherche. Il est recommandé de se concentrer sur des plateformes telles que TripAdvisor, TheFork et Le Petit Futé pour augmenter la visibilité en ligne du restaurant et atteindre un public plus large.

## 2.5.B. DU TRAFIC EN AUGMENTATION : LES RÉSULTATS MESURABLES DE L'ACTION DE RÉFÉRENCIEMENT SEO POUR LE RESTAURANT GUPTA'S *(Voir annexe 9)*

Voici un résumé des résultats quantitatifs obtenus dans le cadre de la mission "Action de référencement SEO" pour le restaurant Gupta's :

**Trafic web :** Après l'optimisation du référencement, le site web du Gupta's a connu une augmentation significative du nombre de visiteurs uniques. Par exemple, le nombre de visiteurs uniques mensuels est passé de 1 200 à 2 200, ce qui représente une augmentation de 83,33%.

**Classement dans les moteurs de recherche :** Le classement du site web du Gupta's dans les moteurs de recherche a également connu une amélioration. Par exemple, il est passé de la 10e page à la 1e page des résultats de recherche pour les mots-clés ciblés tels que "cocktail Angers", "restaurant face château Angers" et "restaurant musique Angers". Cette amélioration de classement a considérablement augmenté la visibilité du restaurant auprès des utilisateurs recherchant des restaurants à Angers.

## 2.6.B. RECOMMANDATIONS STRATÉGIQUES POUR L'OPTIMISATION DU RÉFÉRENCEMENT SEO DU RESTAURANT GUPTA'S

Suite à la mission "Action de référencement SEO" pour le restaurant Gupta's et en tenant compte des résultats obtenus, voici quelques préconisations pour renforcer sa présence en ligne :

**Création de contenu de qualité :** Continuer à produire du contenu pertinent et de qualité, en intégrant les mots-clés identifiés lors de l'analyse qualitative. Cela aidera à maintenir le classement dans les moteurs de recherche et à attirer un trafic organique qualifié.

**Optimisation continue du site web :** Veiller à maintenir les balises et les méta-descriptions optimisées, ainsi que la structure du site. Effectuer régulièrement des audits SEO pour identifier les opportunités d'amélioration et les erreurs éventuelles.

**Stratégie de backlinking :** Poursuivre la création de liens de qualité provenant de sites web pertinents, tels que des annuaires locaux, des blogs culinaires et des plateformes de réservation. Cela renforcera l'autorité du site et augmentera sa visibilité en ligne.

**Analyse des performances :** Suivre de près les indicateurs clés de performance (KPI) tels que le trafic web, le taux de conversion et le classement dans les moteurs de recherche. Utiliser des outils d'analyse pour obtenir des insights précis et ajuster la stratégie en conséquence.

**Interaction sur les réseaux sociaux :** Maintenir une présence active sur les plateformes sociales, en encourageant l'engagement des utilisateurs, en partageant du contenu attrayant et en répondant aux commentaires et aux messages. Cela contribuera à renforcer la visibilité et l'image de marque du restaurant.

**Suivi et veille concurrentielle :** Rester à l'affût des pratiques et des stratégies de référencement utilisées par les concurrents. Identifier les opportunités de différenciation et d'amélioration en comparant les performances et les positions dans les moteurs de recherche.

En mettant en œuvre ces préconisations, le restaurant Gupta's pourra continuer à renforcer sa visibilité en ligne, attirer davantage de clients potentiels et améliorer sa présence sur les moteurs de recherche.



RÉFLEXION SUR UN  
PROBLÈME POSÉ







# 04

**CONCLUSION : BILAN  
DES RÉSULTATS,  
ALIGNEMENT AVEC LE  
PPP ET COMPÉTENCES  
DÉPLOYÉES**

En conclusion, la mission d'action de référencement SEO pour le restaurant Gupta's a été un succès. Grâce à l'optimisation des mots-clés, des balises et des méta-descriptions, le restaurant a pu améliorer sa visibilité en ligne et son classement dans les moteurs de recherche. Cela s'est traduit par une augmentation significative du trafic web et une meilleure exposition auprès des utilisateurs recherchant des restaurants à Angers. De plus, en identifiant et en résolvant le problème de faible engagement sur les réseaux sociaux, le Gupta's a pu augmenter son impact et sa portée sur ces plateformes. Ces résultats quantitatifs démontrent l'efficacité de l'action de référencement SEO entreprise et mettant en évidence l'importance de la stratégie digitale dans le domaine de la restauration. En acquérant ces compétences en marketing digital et en communication digitale, le restaurant Gupta's est maintenant mieux positionné pour attirer davantage de clients potentiels et renforcer sa présence en ligne. La mise en place d'un suivi régulier des performances et d'ajustements continus permettra au restaurant de maintenir et de développer ses résultats dans le temps.

En ce qui concerne la mission de veille digitale, elle a été une étape cruciale pour comprendre l'environnement numérique dans lequel évolue le restaurant Gupta's. Grâce à cette mission, nous avons pu surveiller de près les tendances, les innovations et les pratiques de la concurrence dans le domaine de la restauration. Cela nous a permis d'identifier de nouvelles opportunités, d'ajuster nos stratégies et de rester à jour sur les attentes et les besoins des clients. L'utilisation d'outils d'analyse tels que méta business et Google Analytics nous a fourni des données précieuses sur le comportement des utilisateurs, les performances du site web et les indicateurs clés de performance. Cette veille digitale nous a également permis de rester informés des nouvelles technologies, des nouvelles plateformes et des évolutions dans le domaine du marketing digital.

Ces compétences en marketing digital que j'ai développées lors de mon stage au restaurant Gupta's seront extrêmement précieuses pour mon avenir professionnel et personnel. Elles me permettront de concrétiser mon objectif de fusionner le digital avec le secteur de la restauration. Je suis enthousiaste à l'idée de commencer une nouvelle expérience en alternance dans un autre restaurant à partir de septembre prochain, où je pourrai continuer à approfondir mes connaissances et compétences dans le domaine du marketing et de la communication digitale. Grâce à mon stage au Gupta's, j'ai déjà acquis une compréhension approfondie de ce domaine et de ses applications spécifiques à l'industrie de la restauration. Je suis convaincu que cette combinaison de compétences me positionnera avantageusement pour réussir dans ce domaine en pleine expansion.

ANNI

VEXXES

# ANNEXE 1

## Article de presse sur la création du Gupta's



# ANNEXE 2

## Les espaces du Gupta's



## ANNEXE 3

### La hierrarchie

Mr. et Mme Gupta (Propriétaires)  
Stéphane (Directeur)

#### Département de la salle :

- David (Responsable et Maître d'hôtel)
- Gabriel (Responsable)
- Fabien (Barman)
- Lucas (Barman)
- Anastasiia (Cheffe de rang)
- Florian (Chef de rang)
- Yvan (Chef de rang)
- Lilian (Chef de rang)
- Deux apprentis :
  - Quentin (BAC PRO première année)
  - Corentin (CAP première année)

#### Département de la cuisine :

- Nicolas (Chef de cuisine)
- Nicolas (Chef de partie)
- Nicolas (Chef de partie)
- Abilash (Plongeur)
- Dinesh (Plongeur)

#### Département de la communication et de l'événementiel :

- Chloé (Apprentie Dernière année en Master communication et évènementiel )

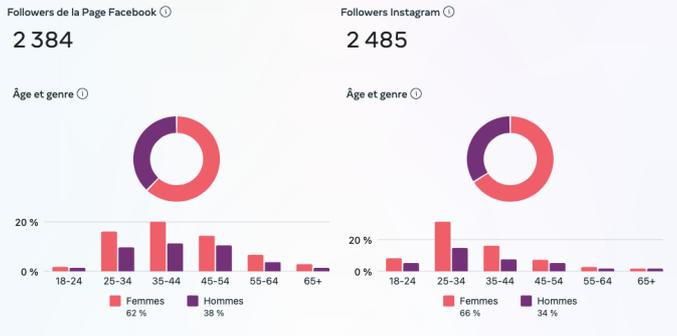
## ANNEXE 4

### S.W.O.T



# ANNEXE 5

## Extraits de ma veille digitale



Il est intéressant de noter que l'audience digitale du Gupta's est majoritairement féminine que ce soit sur Facebook ou Instagram.

Par ailleurs, cette cible se situe entre 25 et 54 ans

Afin de toucher cette audience cible, il est important de comprendre leurs utilisations et motivations sur les réseaux sociaux. Selon différentes études, dont celle de l'IPSOS (Entreprise de sondages française et une société internationale de marketing d'opinion), les femmes indiquent utiliser les plateformes sociales pour partager et trouver de l'inspiration. Les plateformes les plus utilisées à cette fin sont principalement Facebook, Pinterest et Instagram.

Il est donc effectivement important d'adapter certains contenus pour inspirer les utilisateurs en proposant par exemple des plats sains et des recettes de cocktails. Cela permet de répondre à notre cible et aux attentes croissantes des consommateurs en matière de bien-être et de santé, ainsi que de profiter de l'intérêt grandissant pour les cocktails artisanaux et les boissons rafraîchissantes.

En ce qui concerne les plats sains, le Gupta's peut créer du contenu qui met en avant des recettes équilibrées, riches en légumes, en protéines maigres et en grains entiers.

C'est pourquoi, la mise en place de plats végétariens est une initiative à considérer, car elle répond à une tendance majeure en 2023 : l'augmentation du nombre de personnes adoptant un régime végétarien. Il est important de prendre en compte cette évolution des préférences alimentaires et de proposer des options adaptées pour répondre aux besoins et aux demandes d'un public de plus en plus conscient de l'importance d'une alimentation équilibrée et respectueuse de l'environnement.

Profil	Abonnés	Évolution	Publications
Mamie FADA - Angers	9,1 K	↑ 37	12
La Cour Angers	4,3 K	↑ 19	7
La Réserve - Angers	3,4 K	↑ 6	3
Gupta's The Place To Be	2 K	↑ 8	14
Le Mail - Restaurant Angers	1,2 K	↑ 8	15

Compte	Followers (global)	Évolution des...	Contenu publié
la_cour_angers	9,2 K	---	109
mamiefada_angers	7,8 K	---	71
lareserveangers	2,7 K	---	10
guptas.angers	2,5 K	↑ 14	12
lemailrestaurant	1,5 K	---	109

L'entreprise Gupta's fait face à de nombreux concurrents sur Instagram et Facebook, et elle se classe actuellement quatrième parmi ces concurrents. Pour se démarquer davantage et suivre les tendances des réseaux sociaux en 2023, il est essentiel pour Gupta's de prendre des mesures pour améliorer sa présence en ligne.

Il est important de noter que par rapport à ses concurrents, Gupta's est moins active sur les réseaux sociaux. Il y a un faible nombre de stories et de publications, et ces contenus ne sont pas diversifiés. De plus, il y a un manque significatif d'interaction avec les abonnés.

Pour remédier à cette situation, Gupta's doit mettre en place une stratégie pour se démarquer sur les réseaux sociaux. Cela implique d'augmenter la fréquence des publications, en proposant un contenu varié et attrayant. Il est également important d'encourager l'interaction avec les abonnés en répondant activement aux commentaires et aux messages.

- **Contenu généré par les utilisateurs (CGU) :** Encouragez vos abonnés à partager leurs expériences avec vos produits ou services. Vous pouvez mettre en avant le contenu généré par les utilisateurs sur vos canaux de médias sociaux, votre site Web et d'autres supports marketing. Cela favorise l'authenticité et l'engagement de votre communauté.
- **Responsabilité numérique :** En 2023, l'axe de la responsabilité numérique est essentiel. Veillez à promouvoir des pratiques en ligne responsables et à encourager des interactions saines et respectueuses sur vos plateformes. Montrez votre engagement envers la confidentialité des données et la sécurité en ligne.
- **Authenticité :** Les consommateurs recherchent de plus en plus de contenu authentique et réel. Mettez l'accent sur la création de contenus qui reflètent la véritable identité de votre marque et qui établissent une connexion émotionnelle avec votre audience. Évitez les contenus trop produits ou artificiels.

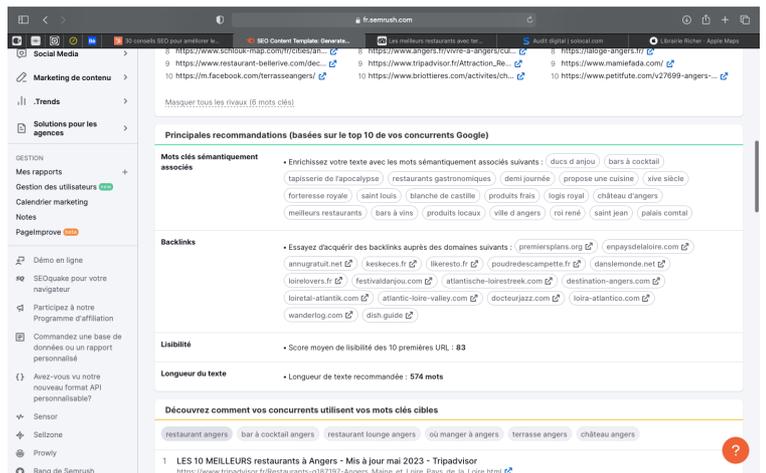
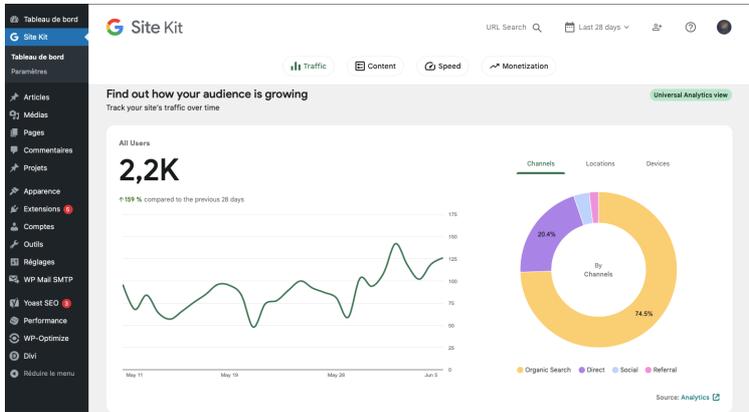
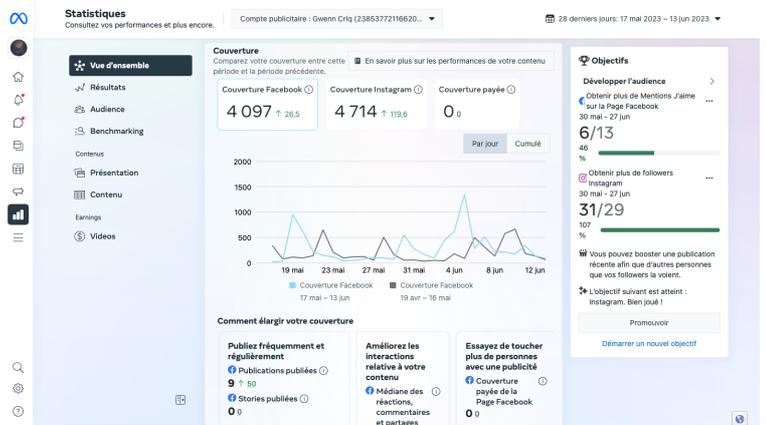
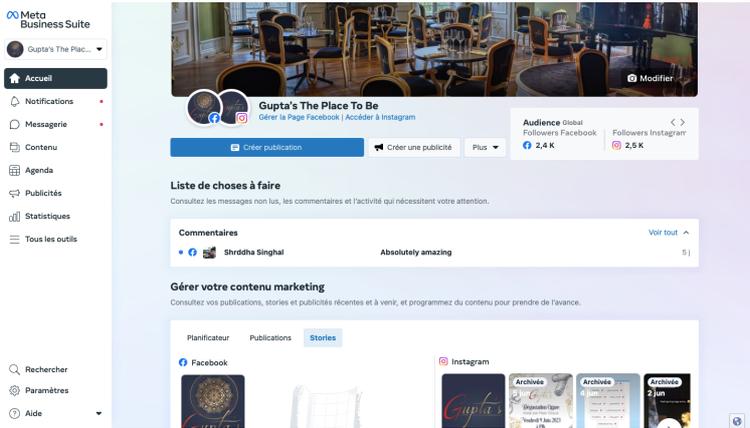
Des exemples de contenus jouant sur l'authenticité et la transparence, Tout d'abord avec un post Instagram qui montre ce qu'il y a dans l'assiette. Effectivement, c'est une façon d'indiquer vos nouveautés, le plat du jour ou pourquoi pas le plat signature de votre établissement. Cela permet de donner envie à l'internaute derrière son écran. Il y a plein de façons différentes de poster un plat sur la page Instagram de son restaurant :

La plus classique est de prendre une jolie photo de votre plat. Souvent avec un peu de recul pour le voir dans son ensemble. Pour cela, il faut privilégier un joli fond neutre.



# ANNEXE 6

## Méta Business suite, Google analytics et SemRush



## ANNEXE 7 Analyse des sources

1	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	Sources	Type site	Sujet									
2	<a href="https://landing.digitmind.com/fr/tendances-2023-marketing-digital-social-media-avis-experts?utm_source=tracking&amp;utm_medium=referral&amp;utm_campaign=9653-469a-be8b-05c3e976988">https://landing.digitmind.com/fr/tendances-2023-marketing-digital-social-media-avis-experts?utm_source=tracking&amp;utm_medium=referral&amp;utm_campaign=9653-469a-be8b-05c3e976988</a>	Études d'entreprises	Marketing digital									
3	<a href="https://blog.hubspot.fr/marketing/definition-marketing-digital">https://blog.hubspot.fr/marketing/definition-marketing-digital</a>	Blog	Marketing digital									
4	<a href="https://www.blogdumoderateur.com/guide-maille-images-reseaux-sociaux/">https://www.blogdumoderateur.com/guide-maille-images-reseaux-sociaux/</a>	Blog	Réseaux sociaux									
5	<a href="https://www.ecommerce-nation.fr/infographie-utiliser-les-reseaux-sociaux-pour-votre-site-ecommerce/">https://www.ecommerce-nation.fr/infographie-utiliser-les-reseaux-sociaux-pour-votre-site-ecommerce/</a>	Études d'entreprises	Réseaux sociaux									
6	<a href="https://socialmediaexplorer.com/social-media-marketing/social-media-marketing-trends-2023-embracing-the-future-of-digital-marketing/">https://socialmediaexplorer.com/social-media-marketing/social-media-marketing-trends-2023-embracing-the-future-of-digital-marketing/</a>	Blog	Réseaux sociaux									
7	<a href="https://consultant.marketing/analyses/marketing-digital/restaurant/">https://consultant.marketing/analyses/marketing-digital/restaurant/</a>	Entreprise	Marketing digital									
8	<a href="https://magazine-exquis.com/tendances-digitales-secteur-restauration-2023/">https://magazine-exquis.com/tendances-digitales-secteur-restauration-2023/</a>	Magazine	Marketing digital en restauration									
9	<a href="https://independant.io/statistiques-tendances-restauration/">https://independant.io/statistiques-tendances-restauration/</a>	Blog	Marketing digital en restauration									
10	<a href="https://www.revive.com/fr/marketing-numerique-pour-les-restaurants/">https://www.revive.com/fr/marketing-numerique-pour-les-restaurants/</a>	Blog	Marketing digital en restauration									
11	<a href="https://buzznative.com/la-communication-digitale-cap-sur-2023/">https://buzznative.com/la-communication-digitale-cap-sur-2023/</a>	Blog	Marketing digital en restauration									

## ANNEXE 8 Yoast SEO

### AVANT

Yoast SEO

SEO Lisibilité Schema Réseaux sociaux

Requête cible

Obtenir des requêtes cibles liées

Aperçu Google

Prévisualiser en tant que :

Résultat mobile  Résultat bureau

Gupta&#039;s  
guptas.fr

Avr 11, 2021 – Bienvenue au Gupta's, restaurant lounge à Angers où cuisine créative, cocktails raffinés et ambiance chaleureuse se rencontrent.

Titre SEO  Insérez une variable

Slug

### APRÈS

Yoast SEO

SEO Lisibilité Schema Réseaux sociaux

Requête cible

Restaurant à Angers

Obtenir des requêtes cibles liées

Aperçu Google

Prévisualiser en tant que :

Résultat mobile  Résultat bureau

Gupta&#039;s  
guptas.fr

**Gupta's | Piano Bar, Cocktails & Restaurant Lounge à Angers**

Avr 11, 2021 – Bienvenue au Gupta's, restaurant lounge à Angers où cuisine créative, cocktails raffinés et ambiance chaleureuse se rencontrent.

Titre SEO  Insérez une variable

Gupta's | Piano Bar, Cocktails & Restaurant Lounge à Angers

Slug

# ANNEXE 89

## Classement Google

Google cocktail en terrasse angers

"Et si vous aimez les cocktails, je vous recommande l'Anjou mule."

**Le Ti'bar**  
4,6 ★★★★★ (143) · Bar  
45 Rue du Mail  
"Scooter et cocktails toujours au top depuis 2013"

[Autres adresses →](#)

**Schlouk Map**  
<https://www.schlouk-map.com> · Bars Angers

**Meilleurs bars avec une terrasse à Angers**  
Bars avec une terrasse à Angers · James Joyce · L' Irlandais Pub · Le Snooker · Pmp · Le Barock · La Grappe d'Or · Matt Murphy's · Le Dublin's Irish Pub.  
★★★★★ Note : 4,5 · 2 643 votes · Gratuit

**Le Pas Sage Angers**  
<https://lepas-sagebar.fr>

**Le Pas Sage - bar avec terrasse sur Angers - tapas, bière, vin ...**  
Le Pas Sage vous accueille durant votre pause méridienne, une soirée à déguster de bons cocktails, vins ou bières, manger un bon burger...

**Gupta's**  
<https://guptas.fr>

**Gupta's | Piano Bar, Cocktails & Restaurant Lounge à Angers**  
Bienvenue au Gupta's, restaurant lounge à Angers où cuisine créative, cocktails raffinés et ambiance chaleureuse se rencontrent.  
Vous avez consulté cette page de nombreuses fois. Date de la dernière visite : 09/06/23

**PagesJaunes**  
<https://www.pagesjaunes.fr/annuaire/angers-49>