

Interview Aurélien Benoits et Thomas Fall pour le Petit Journal de GastroNeuchâtel.

Lundi 9 septembre 2024 :

Nous avons rencontré pour le Petit Journal de GastroNeuchâtel Aurélien Benoits et Thomas Fall, respectivement patron et chef de cuisine de la Brasserie de l'Hôtel de Ville à la Chaux-de-Fonds. Ensemble, ils ont une vision très dynamique de la gestion d'entreprise : adaptation des heures de travail, formation en interne pour le management et utilisation des réseaux sociaux pour la promotion. Nous leur avons posé plusieurs questions concernant la communication, les repas dits « exceptionnels », la rentabilité et les circuits-courts.

- Quand vous préparez une publication sur les réseaux, quel est votre « marche à suivre » ?

Nous nous réunissons une fois par semaine, et nous consacrons une demi-journée pour la préparation d'un post. Cela comprend aussi le tournage, le montage et la publication sur les réseaux.

Nous avons engagé Adri qui est employé à 20% pour la création de contenu. Nous nous réunissons avec lui pour discuter du scénario, du contenu, des tendances.

Le but est de créer, une page de divertissement sur l'établissement en utilisant les réseaux comme Instagram et Tik-Tok.

Ces vidéos ont pour but d'élargir la clientèle et nous remarquons que nous touchons une clientèle plus jeune le week-end grâce à Tik-Tok.

Cela a un coût évidemment mais nous pensons sincèrement que cela nous apporte plus de client, que cela influence notre fréquentation. Nous investissons des milliers de francs par année pour notre communication.

- Comment gérez-vous les périodes de repas exceptionnels comme la chasse et les repas de fin d'année ?

Nous avons mis en place un système de mailing auprès des entreprises de la Chaux-de-Fonds.

Nous envoyons, par mail ou par courrier postal, de la promotion (par exemple la date de la réouverture après la saison estivale) et passons aussi des annonces dans la presse et sur une radio locale.

Concernant les réservations, pour les tables de plus de 5 personnes nous rappelons automatiquement les clients, le jour J. Cela évite les No-Show. Nous pratiquons aussi une gestion des réservations à flux tendu, surtout le week-end pour éviter d'avoir des tables vides. Tous les employés reçoivent des notifications quand une réservation est prise en ligne.

La Chasse et les repas de fin d'année étant une période de forte affluence, nous veillons à ce que notre système de réservation soit le plus efficace possible.

- Pour la rentabilité de ces repas « exceptionnels », quel est votre démarche ?

Le calcul des coefficients est soigneusement évalué. Bien que les plats de chasse nécessitent beaucoup de produits, nous nous devons de maintenir des marges sans augmenter les prix.

Pour les repas de fin d'année, nous avons déjà beaucoup de réservations. Certaines entreprises privatisent même l'établissement. Nos menus sont soigneusement préparés, évalués et calculés.

- Afin de satisfaire vos clients « exigeants » sur la durabilité, utilisez-vous des circuits courts pour votre approvisionnement ?

Nous travaillons avec des producteurs locaux, comme La Meute, la bière qui est brassée en face du restaurant. Nous nous rendons deux fois par semaine au marché de la Chaux-de-Fond pour nos légumes, notre boucher est dans la même rue que la Brasserie.

Nous avons indiqué sur notre site internet tous les produits que l'on trouve chez nous. Ceci est un gage de qualité que nos clients apprécient.

Nous remercions chaleureusement Aurélien et Thomas d'avoir pris le temps de nous recevoir et d'avoir partagé avec nous leur dynamisme et leur engouement.