



La transformation numérique a commencé pour toutes les entreprises, l'hôtellerie depuis plusieurs années déjà, et maintenant, c'est au tour de la restauration ...

- La réservation en ligne,
- l'accès Internet pour les clients (Wifi),
- les nouveaux outils techniques (La vidéo surveillance, les commandes directes sur smartphones et tablettes, l'affichage dynamique, la commande par Internet, ...),
- les outils de gestion (Caisses tactiles standardisées, Bases de connaissances, formation en ligne, Statistiques et tableaux de bord en temps réel, ...), ...

Nous avons sélectionné des pistes de réflexion, que nous sommes ravis de partager avec vous et à discuter lors d'un prochain entretien :

✓ **Quand le mobile s'invite au restaurant**

A la différence des restaurateurs, les clients des restaurants sont de plus en plus adeptes du numérique : c'est l'un des enseignements de l'enquête menée par GIRA Conseil en 2014 pour la 5ème édition de l'opération [Tous au restaurant](#). On y trouve en effet ces chiffres :

- 46% des Français déclarent s'informer sur Internet pour choisir un restaurant
- 43% des Français utilisent leur smartphone au restaurant (pour des photos, pour la géolocalisation ou le partage)
- 61,5% des Français commentent leur expérience culinaire sur les réseaux sociaux (dont un tiers de façon quasi-systématique)

Aux Etats-Unis, l'association professionnelle [NRA](#) a mené également une enquête fin 2014 sur les usages numériques des clients de la restauration. Sans surprise, il en ressort que les Américains sont comme les Français de plus en plus connectés et communiquent avec leur restaurant via leur smartphone. Toutefois selon cette enquête les consommateurs américains sont encore relativement nombreux à préférer la relation directe avec le personnel du restaurant plutôt qu'une relation via un outil numérique. Ce constat reste valable pour les clients de la jeune génération.

✓ **Le numérique au service de l'expérience client**

Quelles sont les solutions numériques à la disposition des consommateurs et des professionnels? A Paris le [Digitalfoodlab](#) réunit des start-up travaillant dans l'alimentation et le numérique. L'annuaire de l'association comporte cinq catégories de services qui correspondent au cycle du repas, côté consommateur: acheter, préparer, cuisiner, manger et partager.

Du point de vue du restaurateur, les solutions numériques spécifiques au secteur de la restauration peuvent être regroupées en grandes familles :

- **Visibilité** : disposer de son propre site Internet ou être présent sur les sites apporteurs d'audience (ex. [1001menus](#), [Marmiton](#), [Michelin](#), [La fourchette.com](#), ...)
- **Communication et réputation** : affirmer son image, jouer la proximité avec la clientèle et créer une communauté grâce aux réseaux sociaux, personnaliser la relation client (ex. fil Twitter du chef [Alain Passard](#) (restaurant L'Arpège), page Facebook de [La Mare aux Oiseaux](#), blog [Itinéraire gourmand](#) du groupe Frères Blanc...)
- **Statistiques et tableaux de bord** : Consommations clients, Performance de la carte, rentabilité peuvent être analysés automatiquement: ex [Cartoun](#), [Bittle](#) ,



- **Outils de gestion** : réservation, commande en ligne, livraison à domicile, paiement via mobile ou titre restaurant numérique (ex. [TCPOS](#), [Calcmenu](#), [Resto Flash](#), [Take Eat Easy](#), [Resto-in](#), [Wysifood](#), [Laddition.com](#), ...)
- **Fidélisation** par des opérations de e-marketing ou couponing (ex. [Vazee](#), agence [Nomads](#) pour Flunch...)
- **Aménagement de la salle** : mettre à disposition le wifi gratuit et sécurisé, un affichage digital, des menus interactifs et des bornes de prise de commande (ex. [Wynd](#), [Acrelec](#), [Apycat](#), [Menu Touch](#), écran tactile pour composer son burger personnalisé chez [McDonald's](#)...)
- **Equipped de la cuisine et traçabilité** : système de cuisson intelligent, suivi des normes d'hygiène (ex. [EGS F&B Control](#), [Self Cooking Center](#), [Aidomenu](#), [Datameal](#), [e-pack Hygiène](#)...)

Sur tous ces aspects, et bien d'autres car les champs d'innovation sont immenses, des solutions technologiques existent: les plus performantes et les plus innovantes contribuent à **renouveler l'expérience client**. Elles apportent plus de confort, plus de souplesse au consommateur et lui font gagner du temps. Cette notion de temps est particulièrement importante sur le créneau de midi, compte-tenu du raccourcissement de la pause-déjeuner.

Le numérique peut aussi donner à certains établissements une image de modernité : c'est le cas par exemple des brasseries confrontées à un vieillissement de leur clientèle. Image de modernité qui s'adresse également aux futurs employés, alors que le secteur de la restauration peine à recruter. Enfin le numérique permet au professionnel d'**optimiser organisation du travail et processus**, d'économiser son temps et de gérer plus efficacement.

Attention toutefois à l'effet gadget : une solution numérique ne se justifie que si elle apporte une véritable **valeur ajoutée** au client ou au professionnel qui en fait usage.

Enfin n'oublions pas le principal : la **qualité de la cuisine** reste le premier critère selon lequel un client juge un restaurant, et plus généralement la notion de **rapport qualité/prix** (La perception de celui-ci par les clients est mesurable grâce à l'outil [Cartoun](#)).

En revanche ces solutions pourront offrir aux restaurateurs des relais de croissance et des outils de différenciation, au moment où la concurrence s'intensifie et où le marché de la restauration connaît une croissance ralentie.

Ascot, consultant spécialiste des processus métiers pour l'hôtellerie et la restauration est à votre écoute pour vous accompagner dans ces démarches.

AGENCE EN STRATEGIE CONSEIL ET ORGANISATION TECHNOLOGIQUES
Membre du GPMI (Chambre Syndicale des sociétés de services informatiques, Internet et multimédia)

38 RUE RENNEQUIN – 75017 PARIS - TEL. : 01 44 29 19 35 - FAX : 01 44 29 19 39
 SITE WEB : WWW.ASCOT.EU - EMAIL : INFO@ASCOT.EU