

Alerte Presse

#Fidélisation # Inflation

#restaurateur

#Restauration : défis de la fidélisation en période d'inflation.

Obypay partage ses conseils clés pour optimiser sa fidélisation client et augmenter ses revenus

Paris le 29 avril 2024. Selon Revenue Management Solutions (RMS), spécialiste de l'analyse de la clientèle des opérateurs de restaurants, les Français déclarent avoir réduit leur fréquentation des restaurants, et près de la moitié d'entre eux (42 %) y dépense une moindre proportion de leur revenu disponible par rapport à 2023. Alors comment fidéliser ses clients en période d'inflation ? Pourquoi cela constitue l'un des défis majeurs pour les restaurateurs ?

L'inflation impacte directement les coûts des matières premières et opérationnels, ce qui oblige les restaurateurs à relever le prix des menus sans pour autant compromettre la qualité ou le service. Dans ce contexte, il est indispensable de mettre en place une stratégie de fidélisation efficace qui incite les clients à revenir malgré l'augmentation de l'addition. Les clients fidèles contribuent à un flux de revenus plus prévisible, essentiel pour gérer efficacement les dépenses et les investissements. Voici quelques conseils clés pour implémenter une stratégie de fidélisation efficace :

4 points importants en matière de stratégies de fidélisation

- Mise en place d'un programme de fidélité digital :

Il y a quelques années, les restaurateurs n'avaient pas d'autres solutions que de proposer un programme de fidélité sous la forme de cartes à tamponner. Mais les nouvelles solutions disponibles sur le marché ont largement facilité la tâche des restaurateurs : un programme de fidélité digital peut être paramétré en ligne en quelques minutes.

Les restaurateurs peuvent proposer des cartes de fidélité dématérialisées, enregistrées directement sur le smartphone des clients. À chaque passage dans le restaurant, les clients peuvent collecter des points ou des euros et les dépenser lors de leur prochain passage.

Les systèmes de gamification et de récompenses sont des solutions efficaces pour fidéliser les clients. En effet, intégrer des éléments de jeu comme des paliers de récompenses incite les clients à augmenter leur fréquence de visite pour obtenir des avantages exclusifs et même à augmenter leur panier moyen pour débloquer des produits gratuits ou des remises. La technologie facilite ainsi la gestion des récompenses et la personnalisation des offres pour les clients réguliers et elle permet aussi aux restaurateurs de mieux analyser les habitudes de consommation de la clientèle.

- Cartes prépayées / cashless :

La mise en place de systèmes de cartes prépayées et sans contact constitue également un solide levier de fidélisation. Ces cartes dématérialisées peuvent être enregistrées sur les smartphones des clients, facilitant également le règlement de l'addition. Ces systèmes permettent aux restaurateurs de recevoir des paiements anticipés, améliorant ainsi la trésorerie. Ils peuvent encourager la consommation régulière par l'attribution de crédits supplémentaires sur ces cartes en proposant par exemple 60 euros de crédit au lieu de 50 euros. De plus, certaines entreprises et comités sociaux et économiques offrent des cartes prépayées à leurs employés (en plus des traditionnels tickets-restaurants) comme avantage, leur permettant de se restaurer dans des établissements partenaires. Cette pratique est d'ailleurs très largement utilisée lors d'évènements d'entreprise.

- Collecte et utilisation des avis clients :

9 Français sur 10 consultent les avis sur un restaurant avant de s'y rendre (étude IFOP 2016). C'est dire l'importance des avis clients pour la fréquentation d'un restaurant. Les clients les plus fidèles sont souvent les meilleurs ambassadeurs d'un établissement et la collecte d'avis clients est devenue incontournable pour le secteur de la restauration.

La collecte d'avis clients peut être automatisée après chaque passage au restaurant en s'appuyant sur des solutions intégrées au parcours d'achat; lors du paiement sur smartphone par exemple. Ce système permet d'améliorer l'expérience client et de renforcer la visibilité en ligne de l'établissement. En recueillant les avis à la fin de chaque visite, les restaurateurs peuvent aussi adapter leurs menus et services pour mieux répondre aux attentes des clients et améliorer leur satisfaction.

En augmentant sa visibilité en ligne, le restaurant ressort plus facilement dans les résultats sur les moteurs de recherche, ce qui permet d'attirer une nouvelle clientèle.

- Mise en place de campagnes de marketing ciblées et valorisation des engagements éthiques

Grâce aux solutions de marketing intégrées, le restaurateur peut utiliser les données collectées pour mener des campagnes d'e-mailing et de SMS de manière automatisée. Cela lui permet de cibler ses meilleurs clients, de leur proposer leurs produits préférés à prix réduit, d'identifier les clients qui n'ont pas visité le restaurant depuis un certain temps, et plus encore. Par exemple, un client qui choisit uniquement des produits végétariens pourrait être contacté pour lui faire connaître les initiatives du restaurant en faveur de cette alimentation ou lui proposer des produits similaires.

Les campagnes marketing permettent aussi au restaurant de communiquer sur ses valeurs et ses engagements. Les clients sont de plus en plus sensibles aux pratiques éthiques et durables des entreprises qu'ils soutiennent. Mettre en avant ses engagements en matière de durabilité, de soutien aux producteurs locaux ou de réduction du gaspillage alimentaire peut renforcer le lien avec les clients et encourager leur fidélité.

Fidéliser sa clientèle en période d'inflation nécessite une combinaison stratégique de solutions financièrement avantageuses, d'investissements dans la technologie, d'un engagement pour la qualité, et d'une communication transparente sur les valeurs du restaurant. Le recours aux services d'un acteur spécialisé comme Obypay peut s'avérer crucial. Ces experts peuvent aider à optimiser l'application de ces stratégies, en offrant

des insights personnalisés et en guidant les restaurateurs dans la mise en place de pratiques innovantes et efficaces pour non seulement fidéliser leur clientèle existante, mais aussi attirer de nouveaux clients. En mettant en œuvre ces conseils avec l'appui professionnel adéquat, les restaurateurs peuvent tirer le meilleur parti de leurs efforts de fidélisation.

À propos d'Obypay :

Obypay est une start-up spécialisée dans la Foodtech créée en 2018, qui a développé la seule solution digitale du marché all-inclusive pour la restauration. La startup propose une plateforme de solutions digitales tout-en-un, connectée au logiciel de caisse du restaurateur, pour booster l'expérience client : elle inclut le click and collect, la livraison, le menu digital, la commande et le paiement à table, la borne de commande ainsi que la fidélité digitale. À ce jour, Obypay compte 20 salariés et accompagne près de 1500 points de vente de restauration notamment en France, en Italie et en Suisse, Allemagne, Belgique.