

DOOD, la solution digitale all-in-one du Food & Beverage et de l'Hospitality, intègre le service de livraison en marque blanche Uber Direct à sa plateforme digitale.

- Disponible dans +300 villes en France
- Intégration complète dans le parcours DOOD
- Livraison en marque blanche, prix fixe à la livraison



DOOD est fier d'annoncer l'intégration du service Uber Direct (Uber eats) à sa plateforme pour proposer la livraison du dernier Km en marque blanche aux enseignes Food & Beverage et Hospitality.

Classant ainsi DOOD dans les premières solutions foodtech à proposer ce service aux restaurateurs et aux hôteliers en France.

Le service est déjà live chez certains de ses clients et beaucoup d'autres à venir, tant le service fait écho aux enjeux de la livraison dans le secteur. C'est le cas du réseau Jour, entreprise à mission pionnière du fast casual healthy, qui a choisi DOOD pour l'accompagner dans sa stratégie de digitalisation de ses 33 points de vente en France, Suisse et Luxembourg. DOOD équipe les établissements de sa solution de click and collect et de livraison en marque blanche en partenariat avec Uber Direct.

L'enjeu de la livraison en direct

A l'instar de l'hôtellerie, la livraison en direct devient un nouvel enjeu pour l'optimisation de la rentabilité de ce canal et plus globalement, le développement du CA d'un établissement Food & Beverage.

Alors, ce nouveau service intégré représente l'opportunité pour les réseaux et les indépendants de proposer la livraison de plats en direct à leurs consommateurs. Cette activité qui peut venir en

complément de la présence sur les plateformes de livraison, permet de toucher une autre clientèle et d'offrir un service de livraison sur son site web en direct.

Un partenariat aux multiples avantages pour le F&B

Disponible dans plus de 300 villes en France, Uber Direct s'appuie sur la force de son réseau de livreurs Uber Eats. Le service est à destination des acteurs disposant de leur propre canal de distribution via la solution DOOD et en recherche d'un partenaire pour avoir accès à une livraison rapide et suivie. L'intégration à la plateforme DOOD est complète, de la prise de commande au suivi de la livraison via SMS pour le client.

Les avantages sont nombreux puisque cela permet de capitaliser sur les commandes en livraison, qui représentent aujourd'hui 60% de part de CA en restauration avec le click and collect (source Food Service Vision). Diminué des commissions prises par les plateformes de livraison, ce canal de vente, très bon levier business, perd en rentabilité et donc en attrait autant pour le restaurateur que pour le consommateur, quand il est activé uniquement via les plateformes. La livraison en direct quant à elle s'opère sur un business model différent, avec des prix fixes à la livraison.

Les commandes en livraison en direct permet surtout de mettre en place une expérience omnicanale vertueuse, puisque le commerçant a accès à la donnée de ses clients. Et s'il intègre en plus un programme de fidélité, cette donnée est valorisée et génératrice de croissance.

Webinar « Livraison en direct : le nouvel enjeu de la restauration »

A l'occasion de ce lancement, DOOD organise un webinar où elle reçoit Marion Roger, General Manager Uber Direct France, pour discuter des enjeux de la livraison en direct et de l'intégration du nouveau service Uber Direct à sa solution.

Jeudi 30 mars à 8h30,
inscription : <https://dood.clickmeeting.com/713892973/register>



A propos de DOOD <https://www.dood.com/>

DOOD, entreprise française labellisée French Tech, accompagne le Food & Beverage, l'Hospitality et l'Event dans la digitalisation des parcours clients. La société est née en 2018 du souhait de ses 4 fondateurs, Xavier Marchese, Antoine Rabin, Xavier Debasch et Eric Guichard, d'accélérer la digitalisation du Food Service. Précurseur du click and collect dans la restauration en France, depuis 5 ans, elle édite une solution SaaS all-in-one qui permet aux franchises/groupes et aux indépendants de créer simplement une expérience client 100% digitale et d'unifier leurs datas dans une approche omnicanale. Sa plateforme connecte la salle, le room service, la cuisine, les bornes de commande, le delivery et le click & collect sur tous les modes de consommation pour créer de la valeur, de la prise de commande à la fidélisation client. Pour cela, DOOD est connectée à plus de 100 partenaires technologiques, et est utilisée par plus de 2500 lieux de restauration dans 5 pays.