

LES HALLES METRO DEVOILE UN NOUVEAU LIVRE BLANC POUR LES RESTAURATEURS : L'ABONNEMENT EN RESTAURATION, COMMENT LE METTRE EN PLACE ?

Toujours soucieux d'accompagner au mieux les restaurateurs dans leur quotidien, les Halles METRO France proposent un nouveau guide en ligne gratuit pour aider les professionnels à mettre en place un abonnement dans leurs restaurants, service permettant d'accroître la fréquentation et le chiffre d'affaires. Ce livre blanc complet de 20 pages pour tout connaître sur le principe de l'abonnement, vient compléter une collection de guides pratiques édités par le premier fournisseur de la restauration indépendante en France.

Mettre en place l'abonnement en restauration est un vrai levier à considérer pour tous les professionnels de la restauration. Ce système est une solution gagnant-gagnant à la fois pour le consommateur et le restaurateur. Côté consommateur, il lui offre la possibilité de réaliser des économies, de fréquenter plus régulièrement les restaurants et de bénéficier d'autres avantages spécifiques. Côté restaurateur, il présente une belle opportunité de garantir un niveau de fréquentation et un chiffre d'affaires minimum.

Qu'est-ce l'abonnement en restauration ? Pour quel profil de restaurant ? Quels sont ses avantages ? Quels sont les conseils et pratiques pour mettre en place cet abonnement ? Autant de questions que ce livret traite de manière simple, facile et pédagogique en 4 chapitres.

La première partie analyse le fonctionnement de l'abonnement en restauration : son historique répondant à un contexte de crise (augmentation des coûts des matières premières, de l'énergie et des frais fixes), ses clients ciblés, son concept basé sur différents critères (la durée, la consommation et le bénéfice).

Le second chapitre est centré sur des retours d'expériences réussies de chaînes et d'indépendants, en France et à l'étranger.

La troisième partie de ce livre blanc présente les six avantages de l'abonnement pour un restaurant : un chiffre d'affaires sécurisé, l'acquisition de nouveaux clients, la fidélisation, l'augmentation des ventes additionnelles, la création d'une communauté et une manière de se différencier de la concurrence.

Enfin, le quatrième et dernier chapitre explique les conseils pratiques pour imaginer une offre, cibler la clientèle et gérer l'abonnement : réalisation d'une étude de marché, identification de son produit d'appel, détermination des conditions de l'abonnement, organisation en interne, test de l'abonnement et surtout réalisation d'une campagne de communication pour parler de cette nouveauté.

Pour télécharger le livre blanc « L'abonnement en restauration » :

<https://www.metro.fr/inspiration/conseil-gestion/guide-abonnement-restaurant>

Tous les guides sont à retrouver ici : <https://www.metro.fr/inspiration/ressources-publications>



A propos de METRO France

METRO est le premier fournisseur de la restauration en France. Avec 99 Halles réparties sur l'ensemble du territoire, offrant la possibilité de venir sur site ou de se faire livrer, METRO France propose à tous les restaurateurs et commerçants une offre globale alliant l'approvisionnement en produits alimentaires allant de l'ultra frais au sec, et leurs compléments en équipements et en services. Ses 9 000 collaborateurs mettent chaque jour leur expertise au service de 400 000 professionnels. Avec 50 000 références, dont 10 000 en produits locaux et régionaux, et plus de 100 000 sur metro.fr, l'enseigne est la seule à proposer tous les jours la plus grande offre sur le marché, et s'engage auprès des professionnels, qu'ils soient producteurs, restaurateurs ou artisans, notamment avec la Charte Origine France qui valorise l'agriculture française auprès de la restauration indépendante. METRO soutient également les grands événements de la profession tels que le Bocuse d'Or, le Trophée du Maître d'Hôtel, le concours de la Meilleure Brigade de France ou le lancement du guide Michelin. Certifié ISO 22000 pour le management de la sécurité des denrées alimentaires, METRO France intègre pleinement la Responsabilité Sociétale et Environnementale à sa stratégie en adoptant les lignes directrices de la norme ISO 26000. Fidèle à ses valeurs, l'enseigne accompagne ses collaborateurs et ses clients avec des solutions clés en main pour un comportement socialement responsable et respectueux de l'environnement, afin d'améliorer leurs empreintes carbone et tendre vers plus de durable. www.metro.fr