

LES 10 CHALLENGES DE LA RESTAURATION À TABLE

à la reprise

#1

SE BRANCHER SUR LE BON CANAL

La restauration assiste à attendre un client ou un coup de fil de réservation n'est plus ! Le développement des activités complémentaires, des réseaux sociaux, des événements organisés dans le restaurant appellent à l'évaluation des services et de l'image de son point de vente. Comment personnaliser ce constat en fonction de son établissement ?



#2

ENCORE ET TOUJOURS PLUS HEALTHY

Le végétal s'est invité à tous les instants du repas. La transparence accompagne la dynamique healthy attendue par le consommateur avec pour figure de proue le local. Tous les messages, toutes les propositions, toutes les décisions prises par le restaurateur doivent pointer dans cette direction.

#3

DES PROPOSITIONS INDÉCENTES ALIMENTAIRES

Pour rappel, lâcher prise et plaisir restent les maîtres mots de la fréquentation en restauration. Il faut surfer sur cette réalité pour aller satisfaire un client et le faire plonger dans ses derniers retronchements gastronomiques.



#4

RENDRE SON OFFRE PLUS RATIONNELLE

Le développement d'une vente à emporter ou d'une activité de livraison impose d'avoir une offre dédiée, facile à transporter, maintenir en température... mais c'est aussi la reprise progressive de l'activité, l'emboîtement potentiel des commandes, l'accélération des coups de feu qui imposent une révision substantielle de la carte (moins d'items, rapidement exécutable, etc.).

#5

BRISER LES FRONTIÈRES ENTRE RESTAURATION RAPIDE ET À TABLE

En fonction de sa localisation et de ses clients, il peut y avoir un restaurant rapide, un coffee shop, un caviste, une épicerie fine, un traiteur qui s'inscrivent dans chaque établissement.



#6

MAINTENIR SON TITRE DE CHAMPION DE L'EXPÉRIENCE CLIENTS

L'offre alimentaire ne remplit plus que 50% de la satisfaction. Les autres 50% sont exécutés par le cadre, l'atmosphère, etc., donc l'expérience clients. La restauration à table a su faire preuve d'une grande ingénierie pour aller créer cette expérience et séduire. À l'heure du grand retour dans les points de vente, cet aspect doit être étudié avec minutie pour ne pas perdre son titre.

#7

METTRE AU STAFF AU RÉGIME

Il ne s'agit pas d'un régime nutritionnel, même si les mois de confinement ont probablement rouillés les équipes, mais plutôt d'un régime anti stress, d'une thérapie du bien-être et bien travailler ensemble en profitant de cette reprise et des enseignements du confinement pour assouplir les relations. Cela peut également passer par une révision des plannings de travail.



#8

INTÉGRER L'OPTION PLANIFICATION POUR VOTRE CLIENT

Entre les outils digitaux, toutes les solutions de livraison, le nouveau programme d'un consommateur qui bascule entre le télétravail et la reprise, on peut s'attendre à un consommateur qui anticipe plus. Il faut l'aider dans cette nouvelle dynamique : promotions, outils, animations...

#9

FAITES LE PLEIN DE TAUX DE PRISE

Beaucoup de catégories et d'instantanés de consommation sont en berne et doivent être relancés. Dans le monde de demain, les consommateurs ne vont pas plus aller en livraison et moins sur place, ils doivent aller plus en livraison ET sur place, et donc moins à la maison.



#10

RECONFIGURER SES ESPACES

Une salle reconfigurée, un nouvel espace dédié à l'accueil ou à l'achat de produits d'épicerie, une cuisine qui tourne en sous régime ou qui est orientée sur la vente à emporter... sont autant d'enseignements pour repenser la disposition et l'organisation de son établissement. Le confinement fut une période pauvre en plaisir mais riche en enseignements.