CCI DORDOGNE

# Le restaurant numérique

# Etat des lieux

# Evolutions et tendances, prochaines étapes…

Alcantis

*Experts en systèmes d'informations pour l'hôtellerie et la restauration*

**Thierry LONGEAU - 4 novembre 2014**

www.alcantis.fr

# Etat des lieux

**Sondage rapide**

# Evolution et tendances

**Les outils pour le restaurateur**

Les applications dans le Cloud
La maitrise des  ventes et encaissements
La maitrise du coût matière
La maitrise du risque sanitaire
La maitrise des coûts de personnel,
La dématérialisation (TR, fidélité, ….)
Les écrans, tablettes, smartphones,
La mobilité

**Les services pour vos clients**

Le Wi-Fi
La mobilité
Les sites internet
Les systèmes de réservations de table
La pré commande
La fidélité et les promotions
Les réseaux sociaux
Les relations producteurs, restaurateurs, consommateurs.

# Prochaines étapes

**Encore plus pour vos clients**

Plus d’informations, les allergènes, les nutriments…
Les objets connectés…
La géolocalisation
Les informations et offres poussées vers le client
La connaissance et reconnaissance de vos clients
Le Big Data

**Thierry LONGEAU**
**Consultant**

**Experts en systèmes d'informations**
**Pour l'hôtellerie et la restauration**

**+ 30 années d'expérience en hôtellerie et restauration**

**1er job en hôtellerie UK en 1980**
**Restauration et hébergement, Queens Hôtel, Hasting UK**

**Groupe ACCOR 1982-1986**
**Restauration et hébergement, Novotel, Cergy France**

**DAC Systèmes 1986-1994**
**VAR et revendeur de solutions IT pour la restauration et l'hôtellerie, Suresnes France**

**Micros Fidelio France 1994-2004**
**Editeur et intégrateur de solutions pour la restauration et l'hôtellerie, Nanterre France**

**ALCANTIS depuis 2005**
**Consulting et expertise pour la restauration et l'hôtellerie, Cergy France**

**Diplômé de ESSEC Business School**

## Sondage

## Des outils pour le restaurateur….

Combien d'entre vous sont équipés d'un système de facturation / encaissement ?

Combien d'entre vous sont équipés d'un logiciel de gestion des achats, des stocks ?

Combien d'entre vous sont équipés d'un logiciel de gestion du personnel, planification ?

Combien d'entre vous sont équipés d'un logiciel de gestion du Plan Maitrise Sanitaire ?

Combien d'entre vous acceptent les titres restaurants dématérialisés ?

Combien d'entre vous peuvent consulter leur activité (résultats) en dehors du point de vente ?

## Sondage

## Des services pour vos clients ….

Combien d’entre vous ont un site internet ?

Combien d’entre vous proposent de la réservation de table sur internet ?

Combien d’entre vous sont présent sur les réseaux sociaux ?

Combien d’entre vous proposent une carte de fidélité ?

Combien d’entre vous proposent un canal de commande autre que le restaurant ?

Combien d’entre vous proposent du wifi  à leur client ?

Combien d’entre vous utilisent des écrans, tablettes, applications sur smartphone pour leurs clients ?

## Sondage - Résultats

Réponses suivant panel en présence

| Questions | % Taux équipement |
|---|---|
| Logiciel encaissement | **100%** |
| Logiciel achat stocks | **10%** |
| Logiciel RH, planification | **5%** |
| Logiciel Plan Maitrise Sanitaire | **0%** |
| Dématérialisation TR | **0%** |
| Suivi activité à distance | **5%** |
| Site internet | **40%** |
| Réservation de table | **25%** |
| Présence réseaux sociaux | **60 %** |
| Système de fidélité | **5%** |
| Autre canal de commande que restaurant | **5%** |
| Wifi client | **50%** |
| Borne, écran, tablette, apps | **0%** |

# Evolutions et tendances

# Outils pour les restaurateurs

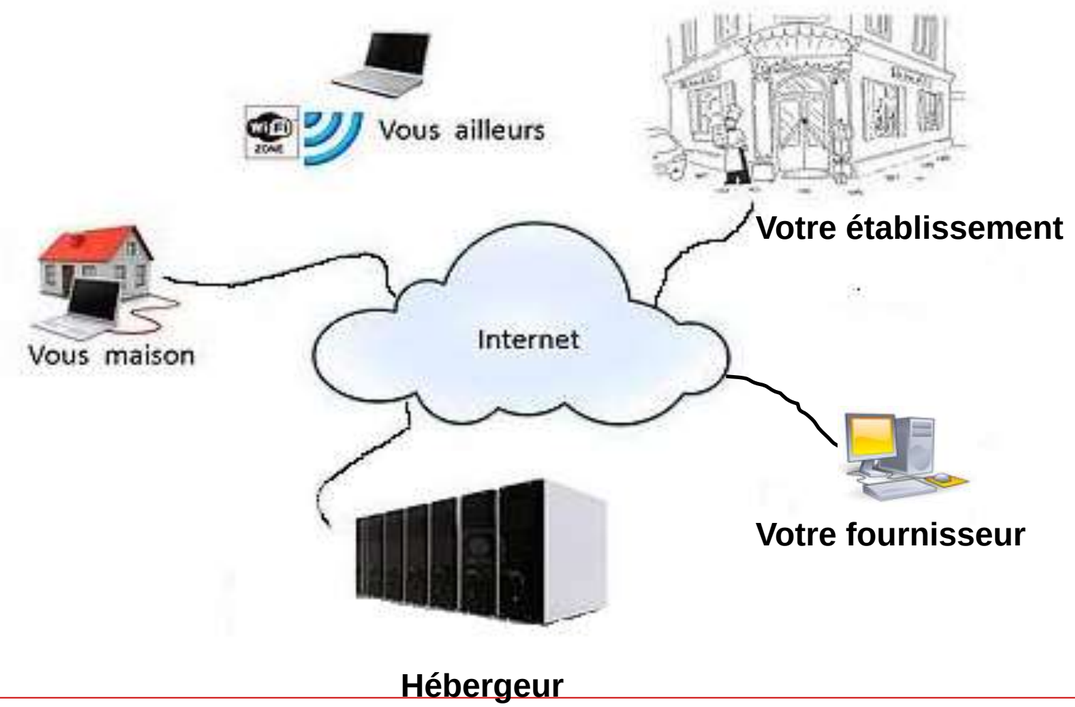
## L’informatique dans le nuage - révolution des pratiques et des usages

❑ Définition de l’informatique dans le nuage:

«**Le Cloud Computing** est une nouvelle manière de fournir et d'utiliser les ressources informatiques. C’est l’exploitation de ressources informatiques distantes permettant d’exploiter des services en ligne à la demande via l'internet…

Permet de s’affranchir des contraintes de l’outil informatique traditionnel (installation, mise à jour des logiciels, espace de stockage, sauvegarde et , portabilité des données…)

**SaaS (pour Software As A Service)** modèle économique pour commercialiser un logiciel, non pas sous la forme d'un produit, que le restaurateur achèterai et installerait en interne sur ses machines, mais en tant qu'application accessible à distance, par abonnement, comme un service, par le biais d'Internet.



## La maitrise des ventes et encaissements

### ❑ Des nouvelles générations de terminaux point de vente

- ✓ Terminaux fixes, terminaux portables, mobiles, imprimantes, écrans tactiles
- ✓ Des efforts sur l'esthétique, la consommation d'énergie, l'encombrement, le recyclage, la fiabilité, les prix…

### ❑ Des nouvelles générations d'applications de facturation et encaissement

- ✓ Nouvelle ergonomie, recherche d'intuitivité, effort de design des écrans, applications ludiques…
- ✓ Ecrans sur les lieux de production, portabilité, mobilité des applications
- ✓ Intégration du cloud: tableaux de bord graphiques temps réel pour les managers (CA, Couverts, Prix moyen, meilleurs ventes, météo….)
- ✓ Intégration: commande en ligne, paiement en ligne et sur mobile, réservation en ligne, satisfaction client….

## La maitrise des ventes et encaissements

❑ Evolution de la législation - article 20 de la Loi n° 2013-1117 du 6 décembre 2013

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Objectif empêcher la modification ou la suppression de données (recettes) enregistrées par les systèmes d'encaissement.

✓ **Autorise l'administration fiscale** à exercer un droit de communication auprès des entreprises ou opérateurs qui conçoivent ou éditent des logiciels de comptabilité ou de gestion ou des systèmes de caisse ou interviennent techniquement sur les fonctionnalités de ces produits, affectant la tenue du livre-journal. Ce nouveau droit de communication, codifié à l'article L. 96 J du livre des procédures fiscales (LPF), concerne tous les codes, données, traitements ou documentation qui se rattachent à ces logiciels ou systèmes de caisse.

✓ **Sanctionne les personnes** soumises à ces obligations de conservation et de communication qui mettent à disposition des logiciels ou systèmes de caisse lorsque les caractéristiques de ces logiciels ou systèmes de caisse ou l'intervention opérée dessus ont permis à l'entreprise utilisatrice de ces logiciels ou systèmes de caisse, par des manœuvres frauduleuses, d'effacer ou de modifier une partie des recettes enregistrées au moyen de ces produits, sans en préserver les données originales. Ces personnes, ainsi que les distributeurs de ces produits qui savaient ou ne pouvaient ignorer leurs caractéristiques frauduleuses, sont soumis à deux sanctions prévues à l'article 1770 undecies du CGI :

❑ Norme NF 525 Certification des systèmes NF 525 concernant:

PAR AFNOR CERTIFICATION
NF
LOGICIEL DE GESTION D'ENCAISSEMENT

✓ A : « Caisse enregistreuse autonome »
✓ B : « Système d'encaissement logiciel »
✓ C : « Système de gestion de l'encaissement et de comptabilité »

❖ Fin des premiers audits de certification 24 octobre 2014

# Le restaurant numérique – Evolutions et tendances

## La maitrise du coût matière

❑ De nouvelles générations d'applications, modulaires,

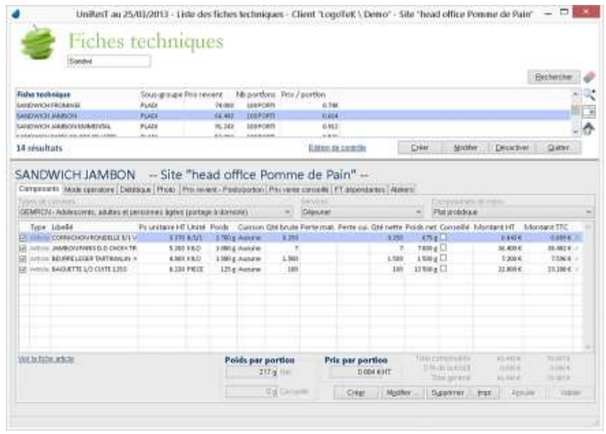
Interfaces utilisateurs intuitives, applications ludiques, web, mobiles

✓ **Gestion des achats**: Commande, réception, facture/avoir, rapprochement BL /Fact, alertes, indicateurs…

✓ **Gestion des stocks:** Tracer tous les mouvements de stocks, gérer et valoriser vos inventaires..

✓ **Gestion de la production:** Elaboration des fiches techniques et calculs de consommation théorique / consommation réelle, D.I…

Plus de données sur votre restaurant, plus d'achat de logiciel, plus d'investissement matériel, un abonnement et une connection internet suffisent…



## La maitrise du risque sanitaire

❑ Des nouvelles générations d'applications - Plan de Maitrise Sanitaire

- ✓ **Contrôle à réception des marchandises:** : Archivage des procédures de contrôles (points vérifiés, fréquence de contrôle), enregistrement des données relevées lors de ces contrôles, des motifs de refus et des actions correctives mises en place
- ✓ **Maîtrise des températures:** Enregistrement de la température des réfrigérateurs et congélateurs, enregistrement des durées de refroidissement et de remise en température des aliments, enregistrement des actions correctives mises en place lorsqu'une anomalie est constatée
- ✓ **Nettoyage désinfection :** Suivi du plan de nettoyage et enregistrement des opérations effectuées au jour le jour.
- ✓ **Qualité des huiles de friture :** Enregistrement des opérations de changement d'huile.
- ✓ **Traçabilité:** Archivage informatique de vos étiquettes alimentaires garantissant une parfaite traçabilité amont et aval de vos produits, impression des étiquettes de traçabilité interne (matières premières entamées, fabrications).

Plus de données sur votre restaurant, plus d'achat de logiciel, plus d'investissement matériel… un abonnement et une connection internet suffissent…

## La maitrise des coût de personnel

❑ De nouvelles générations d'applications

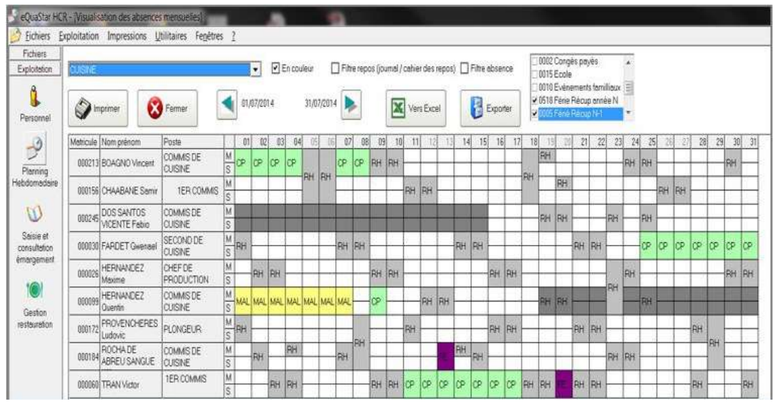
✓ **Gestion du personnel:** Fiche personnel, registre du personnel, archivages des documents, carte séjour, N° sécu, contrats, avenants, courriers..

✓ **Planification:** Planning du personnel, valorisation des coûts de main d'œuvre, indicateurs sur prévisionnel et réalisé, émargement…

✓ **Suivi chiffre d'affaire et productivité:** Par rapport au budgété, estimé, réalisé

✓ **Reporting et exports de données:** Export des variables de paye vers votre comptabilité pour générer les bulletins de paie

Plus de données sur votre restaurant, plus d'achat de logiciel, plus d'investissement matériel… un abonnement et une connection internet suffisent…



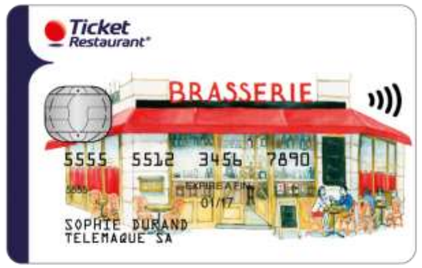
## La dématérialisation

### ❑ La dématérialisation des titres restaurants

L'ancien dispositif et les nouveaux dispositifs cohabitent

#### ✓ Les émetteurs historiques

**Ticket-Restaurant (Edenred France)**




**Sodexho**

**Cheque déjeuner**

**Apetiz (Natixis Intertitre)**

#### ✓ Les nouveaux entrants

**Moneo Resto (Moneo Applicam)**

**Resto Flash (application mobile)**

## La dématérialisation

❑ Autres exemples de dématérialisation

✓ **Les cartes de fidélité**

La carte dématérialisée, un dispositif qui permet d'enrichir la connaissance client afin de développer des actions de marketing direct plus ciblées**.**
Il est demandé au client de **personnaliser son profil sur le web : http://www.monetablissement.fr**. Il doit indiquer au minimum **: Nom, Prénom, Mail, numéro de mobile, ses préférences**.

✓ **Le paiement sur mobile**
La carte bancaire embarquée dans son mobile, QR code, NFC, RFID, Beacon…..

✓ **SIRH: Le registre unique du personnel**

**Un support informatique de substitution** peut être utilisé par l'employeur pour remplacer le registre unique du personnel, à condition que des garanties de contrôle équivalentes à celles relatives au registre unique sur support papier soient maintenues. À cette fin, le support de substitution doit être « conçu et tenu de façon à obtenir, sans difficulté d'utilisation et de compréhension et sans risque d'altération, toutes les mentions obligatoires » (art. D.8113-2 C.trav.)**.**

Carte papier

Cartes de fidélité numériques

## La mobilité

❑ Doper la productivité de l'entreprise par les usages mobiles des PDAs, tablettes, smartphones…

**Tous les domaines de l'entreprise sont concernés, les ventes, la production, le contrôle, la RH, le pilotage, la finance..**

2 types d'applications: **Connecté versus Synchronisé**

### ✓ Les applications mobiles connectées

L'application est déportée sur un appareil mobile mais nécessite une connexion temps réel sans fil (WiFi, GPRS 3G, 4G…) pour recevoir et envoyer des données.

- ❖ Terminaux de commande portable,
- ❖ TPE portable GPRS,
- ❖ Applications web (réservation de table, portails de services.., messagerie, banque

### ✓ Les applications mobiles synchronisées

L'application est déportée sur un appareil mobile et peut être utilisée sans connexion au réseau, la mise à jour des données se fera lors de la synchronisation quand le réseau sera disponible.

- ❖ Messagerie en mode déconnecté
- ❖ Applications de traçabilité, réception marchandise, saisie d'inventaire…

# Le restaurant numérique – Evolutions et tendances

## Les écrans: Tv, tablettes,  tables, smartphones

### ❑ Les écrans, les bornes, les tables

- ✓ **PLV dynamique:** affichage des prix , affichage des produits, informations, animations…
- ✓ **Tables tactiles, interactives …**

Max à table

Pizza Hut

E- Table

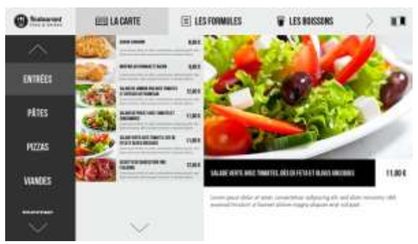
Yzkaya

Touch in Paris

IRT

### ❑ Les tablettes

- ✓ **Carte sur  tablette, autres contenus, affichage des produits, informations nutritionnelles, allergènes**
- ✓ **Autres services, presse, réseaux sociaux, météo, jeux, publicité…**



# Evolutions et tendances

## Services pour vos clients

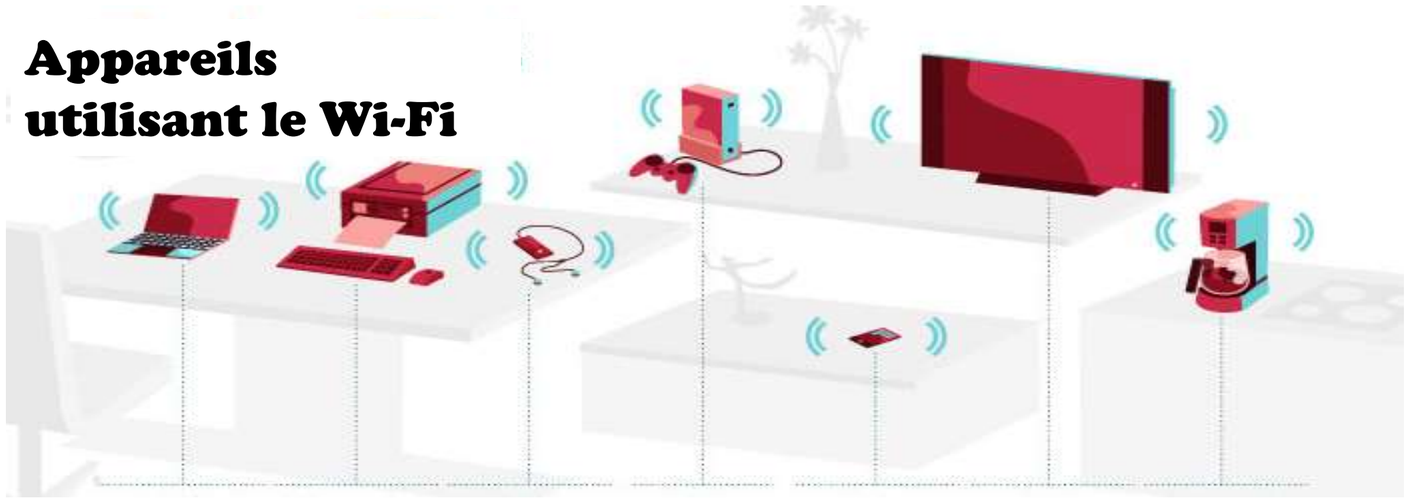
## Connexion sans fil- Wifi

- ❑ l'ADSL classique ne suffit plus…

  - ✓ De plus en plus d'appareils connectés, de plus en plus d'appareils par personne
  - ✓ Différents modes de connexion (ordinateurs, smartphones, tablettes…)

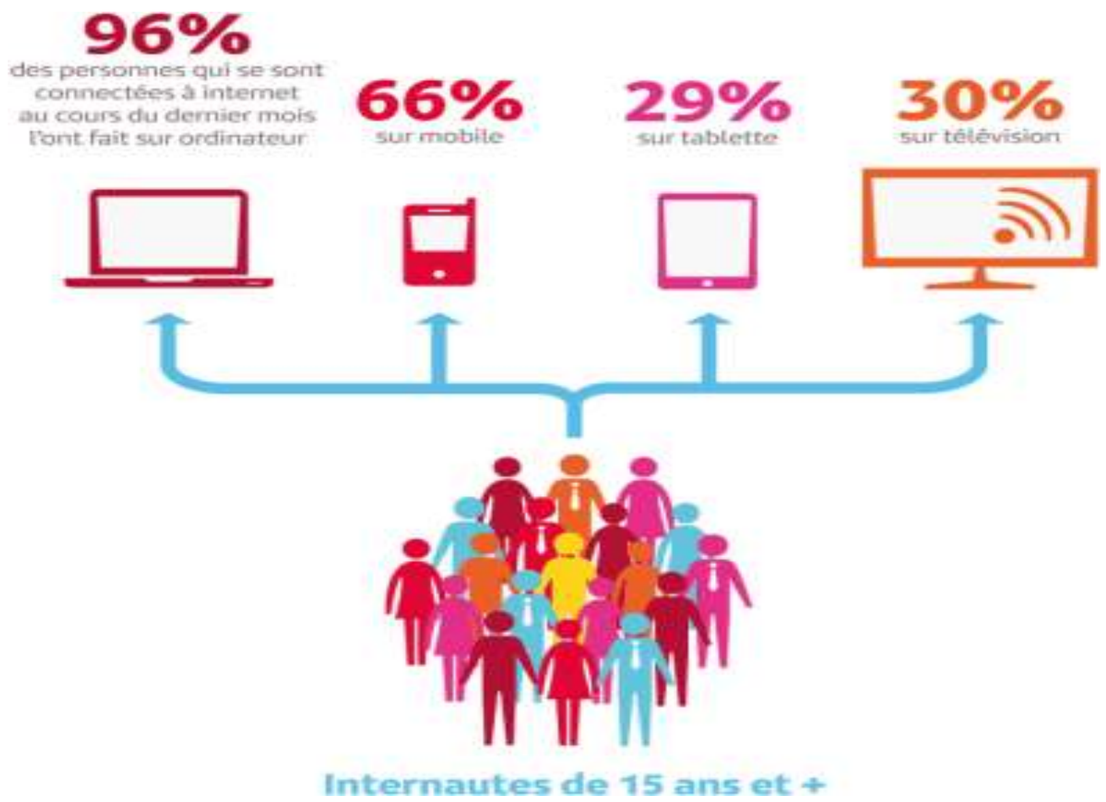
- ❑ Solutions: doubler sa ligne ADSL pour doubler son débit, basculer sur le VDSL2 ou la fibre (là où c'est possible !)

- ❑ Attendre la prochaine génération Wi-Fi Norme 802.11AC (3 x plus rapide que 802.11n prévue pour 2015)



## La mobilité

- 43,2 millions d'internautes en France (Médiamétrie)
- 73.1 millions de cartes SIM en 2014 en France (ARCEP)
- 40% du trafic des sites internet provient des smartphones et des tablettes (Médiamétrie)



Source Médiamétrie
Web observatoire 1er trimestre 2014

# Le restaurant numérique – Evolutions et tendances

## Les écrans, les tablettes, les smartphones

❑ Faites participez vos clients

- ✓ Informations sur votre restaurant, animations, informations allergènes, informations nutritionnelle…
- ✓ Questionnaires, avis..
- ✓ Ma fidélité, mes points, mes coupons…

Les QR codes permettent de mettre en place des dispositifs d'écoute clients dans de nombreuses circonstances

Sur le ticket client, sur le bon de livraison, ….

Scanner un QR code permet au client d'accéder à un mini questionnaire adapté à un événement ou un lieu.

Comment juger vous l'accueil qui vous a été réservé ?

## Les sites internet

### ❑ L'évolution du Web

- ✓ W**eb 1.0 Web statique**, centré sur la distribution d'informations. Il se caractérise par des sites orientés produits, qui sollicitent peu l'intervention des utilisateurs.

- ✓ **Web 2.0 Web intelligent** voit l'émergence des réseaux sociaux, des blogs et des smartphones . Le web se démocratise et se dynamise. L'avis du consommateur est sollicité en permanence et il prend goût à cette socialisation virtuelle.

- ✓ **Web 3.0 Web sémantique et internet des objets,** vise à organiser la masse d'informations disponibles en fonction du contexte et des besoins de chaque utilisateur, en tenant compte de sa localisation, de ses préférences, etc. C'est un web qui tente de donner sens aux données. Il fait le lien entre monde réel et monde virtuel. Il répond aux besoins d'utilisateurs mobiles, toujours connectés à travers une multitude de supports. Ce sera la fusion de l'internet classique, l'internet mobile, l'internet des objets…

### ❑ Enjeux pour les sites internet

- ✓ **Mobilité:** indépendant de tous types de support (taille écran, imprimante)
- ✓ **Universalité:** indépendante de tous systèmes d'exploitation et de tout matériel (fabricant, marque, logiciel, plugin..)
- ✓ **Accessibilité;** strictement en conformité avec le W3C, ce qui permet de rendre d'autres logiciels accessibles

## La réservation de table

### ❑ Evolutions des systèmes de réservations de tables

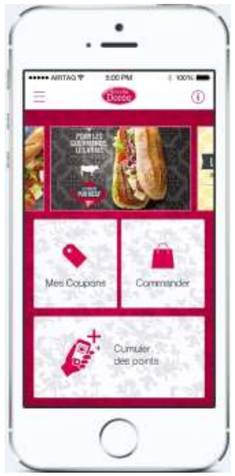
- ✓ **Gestion des réservations** (cahier de réservation numérique) temps réel
- ✓ **Gestion des tables** (gestion du plan de salle et optimisation du remplissage)
- ✓ **Connection avec réseaux sociaux** Facebook, Twitter, Google+, YouTube…
- ✓ **Localisation,** connection Google maps
- ✓ **Géolocalisation** depuis votre position connection Google maps et guidage
- ✓ **Gestion de la file d'attente (**envoi d'un SMS dès que votre table est prête)
- ✓ **Avis clients** (uniquement accessibles aux consommateurs du restaurant) norme volontaire NF Z74-501 du 4/07/2013
- ✓ **Fidélité, promotions** (points, coupons, coffrets cadeaux…)
- ✓ **Carte de membre**
- ✓ **Constitution de votre fichier client**
- ✓ **Gestion de la relation client** (actions depuis votre fichier client)
- ✓ **Application pour smartphone**

## La pré commande (click & collect) en restauration

❑ J'achète ou je réserve en ligne et je viens chercher sur le point de vente

✓ **Nouvelle opportunité, nouveau canal de vente**

- ❖ Réduction du temps d'attente de sa commande
- ❖ Etalement de la période de commande pour le restaurant (hors rush)
- ❖ Préparation des commandes en amont du service midi ou soir
- ❖ Sécurisation de la commande (je paye versus je réserve)
- ❖ Confort de commande pour le client
- ❖ Fluidité en caisse
- ❖ Augmentation du ticket moyen
- ❖ Une autre cible de clients le midi, le soir
- ❖ Connaissance du client, identité pour commander
- ❖ Collecte de données, habitudes alimentaires et autres…
- ❖ Fidélité/ promotions/ points
- ❖ Application mobile indispensable



## La fidélité – les promotions

❑ Nouvelles applications de promotions et fidélité intégrées à votre caisse

**On a longtemps oublier le client, le fichier client ne faisait pas partie des outils du restaurateur**

✓ **Des promotions: pour qui, pourquoi ?**

- ❖ Remises en €, en %,  des offerts, des points, …
- ❖ 1 acheté donne droit à 1 gratuit
- ❖ Un café offert à la cinquième visite
- ❖ Un menu offert au 10 ème menu acheté…
- ❖ Des coupons promotionnels, apéritif offert, 5 € de remise sur l'addition
- ❖ Une cagnotte……

- ❖ Problématique de traçabilité, de comptage, fraude ?
- ❖ Quels effets sur mes clients, mesure des impacts, taux de retour.. ?
- ❖ Quelles sont leur attentes ?

✓ **La solution: lier les promotions à la fidélité**

- ❖ Le client fidèle doit bénéficier d'avantages supplémentaires par rapport au client anonyme
- ❖ On ne cherche pas les coureurs de promo (les infidèles)
- ❖ On cherche à faire revenir le client (les fidèles)

**Lors de mon repas,  j'acquiert des avantages que je pourrai cumuler ou utiliser lors de ma prochaine visite…**

## Les réseaux sociaux

❑ Nouveau canal pour attirer un trafic local et augmenter la fréquentation de votre établissement lors de vos jours d'ouverture…

✓ **Etre connu**

❖ **Communiquer** sur l'histoire de votre établissement, son offre, ses spécialités, services, son ambiance, ses évènements…

✓ **Etre reconnu…**

❖ **Développer les relations avec les bloggeurs:** liens vers blog, publications de billets (ce sont eux qui parlent de vous)

❖ **Gérer la relation avec vos client et vos prospects:** donnez de l'information, répondez leurs quand ils posent une question

❖ **Bénéficier de recommandations:** vous observerez vos points forts et vos axes d'amélioration

❖ **Le recrutement:** pourquoi ne pas passer vos annonces sur les réseaux sociaux ?

## Locavores, productions locales, bios, agriculture raisonnée, productions d'exceptions…

❑ Développement des relations producteurs, restaurateurs, consommateurs

- ❖ Une image valorisable par le restaurateur et le producteur
- ❖ Une proximité avec le produit et le producteur
- ❖ Une image de qualité, gustative, sanitaire, terroir, AOP…

- ✓ **Les producteurs** qu'ils soient « petits » locaux, bios, raisonnables, d'exceptions sont aussi équipés et connectés (internet, réseaux sociaux, smartphones…)
- ✓ **Les consommateurs** sont aussi équipés et connectés (internet, réseaux sociaux, smartphones…)

- ❖ Soyez le lien entre producteurs et consommateurs via votre restaurant par des vidéos, la publication d'infos produits, de photos, de recettes…
- ❖ Utilisez les évènements (saisonnalité, vendange, chasse, moisson, champignons…) des producteurs pour attirer de nouveaux clients autour d'animations, créations basées sur leurs produits…
- ❖ Laissez les producteurs raconter leur histoire, celle d'un produit à la carte de votre restaurant ?
- ❖ Soyez le lieu de découverte des produits transformés de ses producteurs…
- ❖ Faites que les producteurs et consommateurs assurent la promotion de votre restaurant…

Des chefs qui promotionnent des producteurs pour des consommateurs http://www.baladovore.com/

# Prochaines étapes

## Encore plus pour vos clients et pour vous….

# Le restaurant numérique – Prochaines étapes

## Encore plus d'informations pour vos clients

❑ Entre obligations légales et informations au service du client

✓ **Règlement (UE) n° 1169/2011 Obligation d'information du client sur: la présence d'allergènes à partir 13 décembre 2014**

✓ **Valeurs nutritionnelles pas encore obligatoire, sauf produits pré-emballés à partir du 13 décembre 2016**

❖ Energie, Kilocalories ou Kilojoules
❖ Macros nutriments : glucides lipides, protides
❖ Micros nutriments: minéraux aussi appelés oligo-éléments Na, Mg, Ca, K, P, Fe, Cu, Zn, Se, I, Mn
❖ Vitamines: A, B, C, D, E, B1, B2, B3, ProA, B5, B6, B9, B12

❑ Information avant consommation

✓ Affichage digital, borne interactive, cartes et menus numériques sur tablette…

❑ Information après consommation

❖ Impression d'un QR code sur le ticket qui affiche les valeurs nutritionnelles de votre commande

# Le restaurant numérique – Prochaines étapes

## Les objets connectés

❑ L'internet des objets correspond à l'interconnexion des objets entre eux et avec son utilisateur grâce aux technologies mobiles qui permettent leur contrôle à distance.

✓ **Les objets sont désormais capables de récolter des données et d'anticiper nos comportements.**

❖ Bornes de localisation d'objets (Sense) intégration dans le point de vente (Ibeacon)
❖ Les objets techniques intégrés au produit : étiquette (suivi), électronique (gestion d'équipements)

✓ **Les usages:**
❖ Tracker les clients et promouvoir sur le point de vente, mêler virtuel et réel, fidéliser les clients, connaître leur comportement et le parcours d'achat…

✓ **Les opportunités offertes :**
❖ Se différencier de la concurrence par l'innovation
❖ Recueil des données pour connaitre et fidéliser ses clients
❖ Communiquer entre eux et avec les utilisateurs
❖ Interagir avec un écosystème en fonction de variables données

# Le restaurant numérique – Prochaines étapes

## Les objets connectés

- Des exemples divers

**2012 Magnet VIP Red Tomato Dubai:** bouton de commande de ma pizza préférée

**2014 Evian Smart Drop Evian chez vous France:** commander les produits Evian

**2013 Urinoir relié à une carte RFID Singapour:** tester le taux d'alcoolémie des clients

**2013 Bud cupp, Budwiser Brésil** crée un verre  avec puce reliée à Facebook : trinquez, gagnez un ami…

**2012 Nespresso et Orange**  Partenariat pour machines à café connectées au centre de maintenance

# Le restaurant numérique – Prochaines étapes

## Géolocalisation

❑ GPS, WiFi, beacons, ultrasons, les technologies pour la géolocalisation (ou geofencing) des consommateurs se diversifient…

✓ **La géolocalisation active**

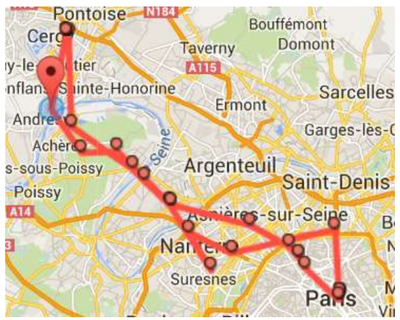
La manière la plus répandue pour exploiter la géolocalisation est de demander à l'utilisateur s'il autorise l'application à utiliser ses coordonnées une bonne fois pour toutes, ensuite vous êtes géolocalisé en permanence (google maps-historique des positions)

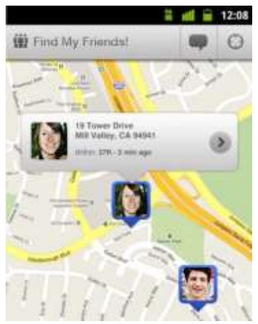
✓ **La géolocalisation passive**

Les services comme «Localiser mes amis, Trouver mes amis, Je géolocalise… » une fois installés ils enregistrent en permanence les déplacements des usagers sans qu'ils aient à interagir avec une application.

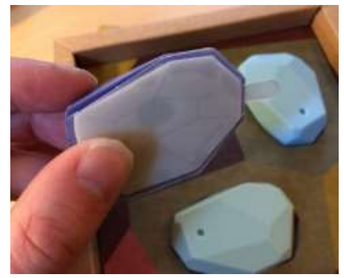
✓ **Le Géofencing**

Déclenchement d'une action (une sonnerie ou un message sur de votre smartphone) dès l'entrée ou de la sortie d'un périmètre virtuel défini préalablement à l'aide de coordonnées GPS, ou à l'approche d'un Ibeacon ou autre dispositif…




Balise Ibeacon



# Le restaurant numérique – Prochaines étapes

## Géolocalisation - Push

❑ Proposer un service à l'utilisateur en fonction du lieu où il se trouve

✓ **PUSH:** consiste à pousser de manière proactive un message publicitaire à un individu sans que ce dernier en ai exprimé le besoin…

✓ **Exemples**

❖ (Pré-commande) Je suis à 5 minutes de mon restaurant, je reçois un sms, Bonjour Julie, dois je préparer votre commande maintenant ?

❖ (Enrôlement) Je sors du restaurant, je reçois un sms, Julie, merci de votre visite, adhérez à notre programme de fidélité, gagnez 50 points et bénéficiez d'un café offert lors de votre prochaine visite…

❖ San Francisco Soup Company, déploie la technologie IBeacon. Elle se positionne comme le premier restaurant qui utilise cette technologie pour identifier automatiquement les clients membres du programme de fidélité quand ils sont à proximité ou à l'intérieur d'un restaurant.

Alcantis

# Le restaurant numérique – Prochaines étapes

## La connaissance et la reconnaissance de vos client

### ❑ Utilisez les outils

Les outils et services aux clients vous fournissent de  plus en plus d ’informations pour agir..

✓ **Utilisons ces informations pour:**

❖ **Augmenter** la connaissances de ses client, de leurs comportements, de leurs attentes afin d’augmenter leurs taux de satisfaction

❖ **Faire de la gestion de l’insatisfaction** un levier d’amélioration de la relation client et de fidélisation

### De la connaissance et la satisfaction naitra  la reconnaissance..

Vos clients parleront de vous, il vous recommanderons…

❖ **Problématique** le volume de données à traiter est exponentiel, des solutions et nouveaux outils se profilent….

# Le restaurant numérique – Prochaines étapes

## Le Big Data

- Web 3.0, moteurs de recherche, réseaux sociaux, blog, systèmes de caisse, fidélité, paiements dématérialisés, avis, capteurs, géolocalisation, météo…

**La grande cuisine des données !!!**

on collecte, on trace, on filtre, on classe, on étalonne, on échantillonne, on modélise, on sélectionne en temps réel…

C’est l’anticipation des désirs du consommateur et le marketing prédictif (une facette du Big Data)

Imaginez-vous, vous promener cet après midi dans le centre de Périgueux et recevoir le message

***« C’est demain l’anniversaire de Julie, un restaurant comme vous les aimez à 100 m devant vous, vous propose pour le diner de demain un couvert offert pour un couvert réservé… Je réserve ! »***

# Le restaurant numérique – Prochaines étapes

## Le Big Data

Nous produisons actuellement autant d'informations en 2 jours que durant toute l'histoire de l'humanité !

- ✓ Un nombre important d'acteurs qui se positionnent sur le marché, 985 startups dans la partie restauration d'AngelList (Plateforme US de mise en relation entrepreneurs investisseurs)
- ✓ Les institutionnels Facebook, Google, Apple, IBM, Microsoft… déjà positionnés
- ✓ Des spécialistes de la technologie du web, du voyage, de la réservation s'organisent et rachètent:
  - ❖ Priceline (Booking) acquiert Kayak et Open Table, Trip Advisor acquiert La Fourchette, Yelp acquiert SeatMe et Cityvox, Oracle acquiert Micros, SAP acquiert Concur qui acquiert Table8….
- ✓ Faut-il y voir un nouveau modèle économique ?
- ✓ A qui va profiter le Big Data ?
- ✓ Quelles opportunités, quels risques ?

# Des questions ?