



Transformez vos opérations de restauration rapide grâce à l'analytique

La combinaison des données des points de vente et de fonctionnalités IA donne naissance à un nouveau modèle, à mesure que les établissements se tournent vers le e-commerce et la vente à emporter.



Une expérience de restauration rapide repensée

L'histoire nous enseigne que chaque crise économique a tendance à engendrer des changements durables. Et même s'il est encore trop tôt pour savoir si la pandémie aura des conséquences permanentes sur le secteur de la restauration rapide, les experts considèrent qu'il est peu probable que ce secteur revienne à un fonctionnement tel que celui du monde d'avant.

C'en est donc terminé, du moins pour le futur proche, des clients qui préfèrent consommer sur place. Au lieu de cela, la plupart des lieux de restauration rapide ont basculé vers des canaux de e-commerce, via smartphone, application ou Web, qui incluent la vente à emporter et la vente en drive. Ce changement implique une évolution des mécanismes d'engagement client, une variété d'attentes des clients, mais aussi de bien comprendre cette nouvelle expérience client.

Il a également entraîné l'explosion de services de livraison tiers comme Deliveroo ou Uber Eats, et cette tendance met en lumière les préoccupations en matière de contrôle de l'expérience client, de la qualité des aliments et de la rentabilité des opérations. Ces services tiers appliquent une commission à la fois aux clients et aux restaurants, dont les marges sont déjà faibles.

Point positif : les clients ont davantage d'options pour interagir avec les restaurants, et les restaurants ont davantage d'options pour remplir leur carnet de commandes. Néanmoins, cette approche met davantage la pression sur le personnel en cuisine, qui doit préparer les commandes rapidement, tout en respectant les attentes des clients en matière de qualité. Cette pression est même accrue par la pénurie de main-d'œuvre qui touche l'ensemble du secteur.

Par conséquent, des milliers de petits établissements ont dû mettre la clé sous la porte, car ils n'étaient pas en mesure de s'adapter à la situation actuelle. Les marques qui ont pignon sur rue cherchent tant bien que mal à s'adapter à cette nouvelle réalité, et sont à l'affût de solutions pour maximiser l'efficacité de leurs processus.



Source : « 2021 State of the Restaurant Industry Mid-Year Update » National Restaurant Association, septembre 2021

Relever les défis d'aujourd'hui grâce à la technologie

Cette nouvelle réalité pour le secteur de la restauration rapide soulève de nombreuses questions essentielles : Comment soulager la pression sur le personnel de cuisine tout en répondant à l'augmentation de la demande ? Quels changements mettre en place pour garantir l'excellence de la qualité des produits ? Comment analyser les informations collectées à partir de l'ensemble des canaux en temps réel et les transformer en insights pertinents ?

Comment garantir une expérience client sécurisée et répondant à toutes les attentes en matière de temps, de qualité et de précision, afin de mieux fidéliser la clientèle ? Et quels nouveaux modèles mettre en place pour garantir une croissance pérenne des activités ? Alors que le secteur entier cherche tant bien que mal à s'adapter à des chamboulements pratiquement inédits, nous pouvons observer quelques signes encourageants, même si la fin de cette situation n'est pas encore en vue.

Les nouvelles dynamiques qui secouent le secteur imposent de renforcer l'efficacité de l'ensemble des processus. Dans cette optique, l'automatisation est la clé.

Changement de comportement des clients

6 sur 10

6 adultes sur 10 ont modifié leurs sorties au restaurant en raison de la pandémie de COVID-19

19 %

19 % des adultes disent avoir complètement supprimé les sorties au restaurant

37 %

37 % des adultes disent avoir commandé un repas livré ou à emporté au lieu d'aller au restaurant

32 %

32 % des adultes déclarent qu'ils seraient moins disposés à manger sur place dans un restaurant si on leur demandait de porter un masque et/ou de montrer une preuve de vaccination

Pénurie durable de main-d'œuvre

- Si le nombre de créations d'emploi a augmenté de façon continue dans la première moitié de 2021, le nombre d'employés actuel reste de 8 % inférieur à celui d'avant la pandémie dans le secteur de l'hôtellerie-restauration, soit un déficit de près de 1 million de postes. Il enregistre donc l'un des taux de vacance d'emploi les plus élevés tous secteurs confondus.
- En juin 2021, 75 % des gérants d'établissements, une proportion inédite, désigne le recrutement d'employés comme le principal défi qu'ils doivent relever.

Un rebond prudent Les ventes de produits alimentaires et de boissons dans le secteur de la restauration devrait atteindre 789 milliards \$ en 2021, soit une augmentation de 19,7 % par rapport à 2020



Source : « 2021 Mid-Year State of the Restaurant Industry Update » National Restaurant Association, septembre 2021

Objectif pour réussir : une approche intelligente et connectée

Seules des solutions innovantes permettront de relever les défis majeurs auxquels le secteur fait face. Les marques sont à l'affût de mécanismes permettant d'automatiser leurs opérations afin de gagner en efficacité, de gérer l'augmentation du trafic et de la demande pour les commandes en drive et à emporter, et surmonter une pénurie de main-d'œuvre qui ne montre aucun signe de déclin.

Si les restaurants sont en mesure d'automatiser les tâches basiques et répétitives à l'aide de technologies intelligentes comme l'analytique basée sur l'IA, le ML et l'IoT, ils pourront permettre à leurs équipes de gagner du temps pour mieux se focaliser sur les tâches nécessitant des interactions humaines, notamment avec les clients.

Ils pourront accélérer le débit, par exemple en déployant des employés équipés de tablettes pour prendre les commandes auprès des clients faisant la queue pour le drive, et ensuite envoyer ces informations sans fil aux systèmes en cuisine pour lancer la préparation des commandes. Les établissements peuvent également veiller à la qualité des commandes en équipant les cuisines d'équipements programmés pour la préparation des plats en suivant des métriques précises.

La solution de retail intelligence, proposée en partenariat par Tableau, Vistry AI et Snowflake, permet d'unifier les systèmes de gestion d'établissement, les données audio et vidéo issues des caméras et des capteurs, ainsi que des technologies d'IA, de ML et de visualisation, pour aider les établissements à mesurer et optimiser la rapidité et la qualité du service.

Optimiser l'expérience en drive

Traditionnellement, les opérations liées au drive représentent 50 à 70 % des activités de restauration rapide. Avec la pandémie, cette part est passée à 80-85 %, entraînant une augmentation des temps d'attente et de la pression sur le personnel en cuisine, ainsi qu'une réduction de la patience des clients. Le processus traditionnel, avec les équipiers prenant et encaissant les commandes, puis transmettant aux cuisines les commandes sur papier, pour qu'elles les préparent et les conditionnent, est source d'erreurs et largement inefficace.

La solution de retail intelligence unifie l'analytique opérationnelle et les données issues des capteurs pour renforcer le débit et la rapidité du drive, notamment en indiquant le nombre de véhicules en file d'attente et en prévenant le personnel en cuisine pour qu'il prépare davantage de frites s'il s'agit de l'accompagnement généralement commandé, ce qui permet d'accélérer le processus. Cette solution permet également d'augmenter le score NPS grâce à la visualisation des données, notamment en identifiant les clients fidèles (d'après la reconnaissance faciale ou la plaque minéralogique), et en proposant un choix de plats en fonction leurs préférences, le tout grâce à l'IA.

Les établissements peuvent suivre les véhicules dès leur arrivée et jusqu'à leur départ, afin de repérer les éventuelles lacunes dans les processus et de fournir aux équipiers des données de qualité, leur permettant de prendre des décisions plus intelligentes, de gagner en efficacité avec un décompte de véhicules plus précis, et d'optimiser l'expérience des clients.

Cette solution inclut un outil conversationnel automatisé pour la prise de commandes (un peu comme Alexa mais pour le drive), permettant d'accélérer le service et de renforcer la précision des commandes, afin de renforcer le score CSAT et de gérer la pénurie de personnel.



Source : « U.S. Restaurant Drive-Thrus Are Proving Their Value During the Pandemic and Will Be Key to the Industry's Future », The NPD Group, septembre 2020

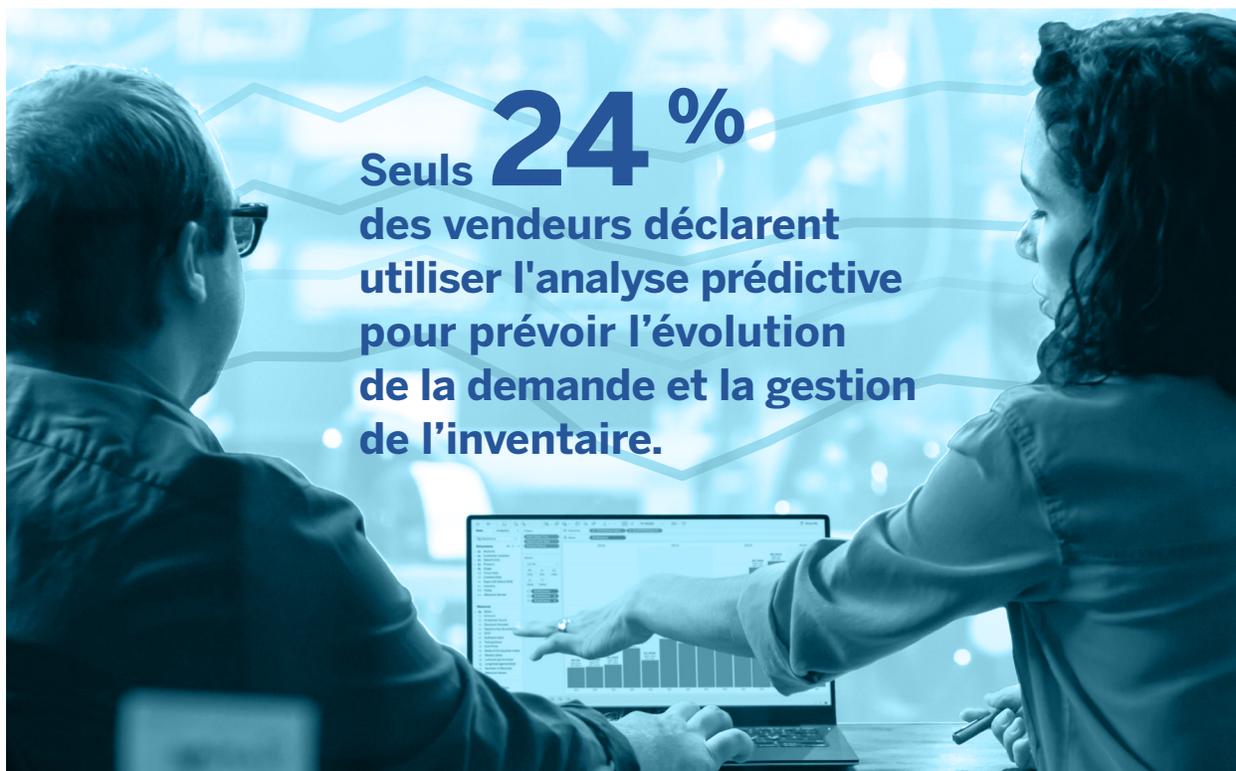
Développer de nouveaux business models

Dans ce contexte post-pandémie, chaque avantage stratégique compte. En automatisant les opérations et en introduisant l'analytique de données vidéo, audio et IoT, les établissements pourront :

- Contrôler la production et réduire le gaspillage grâce à l'analytique prédictive.
- Améliorer la satisfaction des clients en augmentant la rapidité du service, grâce à l'automatisation des expériences pour le drive et les commandes à emporter.
- Renforcer la qualité et la sécurité alimentaire grâce à l'optimisation de la production en fonction des ressources disponibles.

De plus, ils peuvent commencer à explorer de nouveaux business models, comme les marques virtuelles ou les ghost kitchens, en tirant parti de l'infrastructure et des canaux de livraison existants pour lancer de nouvelles marques exclusivement pour les clients consommant sur place ou présentes uniquement dans des applications de livraison tierces. Ils peuvent faire preuve de créativité en proposant de nouveaux menus ciblant des segments diversifiés, et ainsi étendre leur rayonnement et générer de nouvelles sources de revenus.

Les chamboulements auxquels le secteur fait face aujourd'hui touchent tous ses acteurs, mais les marques capables de renforcer leurs opérations grâce à la technologie et à l'automatisation seront en mesure de booster leurs performances de bout en bout.



Source : « Meeting Adversity With Data », Retail and Consumer Goods Analytics Study 2020

Explorez toutes les solutions data-driven pour les opérations retail.

Ressources supplémentaires

[En savoir plus sur la solution de retail intelligence](#)

[Snowflake pour le retail](#)

[Solutions Salesforce pour le retail](#)

[Vistry](#)

[Contactez-nous](#)

Transformez vos opérations de restauration rapide grâce à l'analytique

À propos



En tant que plate-forme BI de choix pour 90 % des spécialistes des services financiers du classement Fortune 500, Tableau est une solution éprouvée pour les entreprises qui placent les données au cœur de leurs décisions. Tableau offre une plate-forme analytique complète et intégrée qui permet aux équipes de collaborer et d'extraire des informations exploitables de leurs données grâce au machine learning, aux statistiques, au langage naturel et à la préparation intelligente des données. Les organisations qui choisissent Tableau disposent de nombreuses ressources pour bien se lancer, dont des formations, des certifications et Tableau Blueprint, sans oublier le soutien de la communauté de passionnés de Tableau, une source d'inspiration exceptionnelle. Les entreprises savent ainsi que leur déploiement sera une réussite complète et évoluera vers une culture data-driven.



Le Data Cloud de Snowflake est un réseau permettant à des milliers d'organisations dans le monde de mobiliser des données, en profitant de possibilités quasiment illimitées pour la scalabilité, les performances et l'utilisation simultanée. Au sein du Data Cloud, les organisations unissent leurs données compartimentées, explorent et partagent facilement des données gérées et sécurisées, et effectuent des tâches analytiques avec différentes charges. Où que se trouvent vos données ou vos utilisateurs, Snowflake propose une expérience fluide sur plusieurs clouds publics. La plate-forme de Snowflake est le moteur du Data Cloud et permet de proposer une solution pour les entrepôts et lacs de données, le data engineering, la data science, le développement d'applications data et le partage de données. Rejoignez les clients, partenaires et prestataires de données Snowflake qui font passer leurs activités au niveau supérieur grâce au Data Cloud. [Snowflake.com](https://www.snowflake.com).



Salesforce est la meilleure plate-forme CRM du marché : elle englobe toutes vos interactions avec vos clients dans le domaine du marketing, des ventes, des services, du commerce, des RH et bien plus encore. En tant que membre de la famille Salesforce, Tableau est entièrement compatible avec tous les produits de la plate-forme Customer 360. Vous pouvez ainsi utiliser Tableau pour combiner les données Salesforce de n'importe quel cloud avec vos données métier et obtenir une vue complète de vos clients. Placez vos clients au cœur de votre activité : offrez-leur les expériences connectées qu'ils recherchent.



La plate-forme Vistry Discrn utilise l'analytique prédictive pour vous aider à contrôler les coûts en optimisant la production et en réduisant le gaspillage, grâce à un système de contrôle de la production en cuisine. Elle vous permet également de comprendre et optimiser le déploiement de vos équipiers en fonction de la main-d'œuvre disponible et vous aide à gérer les problématiques liées à la qualité et à la sécurité alimentaire. Les services d'automatisation de la plate-forme Discrn permettent de créer une expérience client plus flexible grâce à des outils de gestion des commandes en drive et à emporter, pour vous aider à améliorer votre score NPS et votre chiffre d'affaires.