

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Qu'est-ce qui fidélise les clients d'un restaurant ?

La rapidité du service alliée à l'efficacité apportée par les solutions numériques constituent les principaux vecteurs en France et en Allemagne, selon une étude d'Orderbird

Paris, le 14 novembre 2016. Une soirée type au restaurant – le serveur, attentif, prend la commande de deux clients sur son bloc-notes : une salade au fromage de chèvre sans noix, pour cause d'allergie, deux pizzas (sans ail) et deux limonades maison. Vingt minutes après, la commande n'est toujours pas là et les clients s'impatientent. La commande arrive enfin, 35 minutes plus tard, mais avec sa garniture aux noix et de l'ail sur les pizzas. Après ce service malencontreux, le restaurant perdra probablement ses deux clients.

Pourtant, 78 % des clients accordent une seconde chance aux restaurateurs, même après un faux pas. C'est ce que révèle une récente étude d'orderbird (www.orderbird.com), leader européen des caisses enregistreuses tactiles pour le marché de la restauration, portant sur un panel de 1 920 restaurateurs, personnel de salle et clients, en France et Allemagne.

Alors comment fidéliser les clients sur le long terme ? Si l'accueil et l'impression générale doivent être positifs, l'ensemble des restaurateurs et des clients interrogés estiment qu'un service rapide et l'utilisation de solutions numériques contribuent à l'hospitalité du restaurant au même titre qu'un service personnalisé.

La qualité du service : répondre aux attentes de chaque client

Le contact avec le personnel de salle est très important pour 60.5 % des clients qui y associent, consciemment ou non, certaines exigences et évaluent ses composantes avec soin. Le personnel doit ainsi être alerte aux besoins des clients, un exercice compliqué car leur satisfaction dépend de la façon dont ils sont perçus, considérés et accueillis de manière personnalisée. Si le personnel est attentif et à l'écoute du client, l'accueil gagnera en qualité et les clients reviendront volontiers.

Et vite fait ! La préférence est donnée à un service rapide

Que ce soit le midi ou le soir : 94 % des clients estiment qu'un service rapide est décisif et qu'il influe positivement sur l'hospitalité. Les restaurateurs qui ne font pas attendre leurs clients gagnent en perception positive et pour 54.5 % des personnes interrogées, le temps d'attente ne doit pas dépasser 30 minutes. Si, au moment de la commande, le personnel de salle estime que le plat désiré demande un temps de préparation plus long, il doit directement en informer ses clients. Par ailleurs, pour le déjeuner, un temps d'attente de 30 minutes est considéré comme beaucoup trop long et excède le niveau de tolérance des clients.

Mobilité : smartphones and co. pour remplacer le bloc-notes et le crayon

63 % des clients interrogés déclarent préférer la prise de commande avec un terminal mobile tel un iPod, iPad ou iPhone qu'avec un bloc-notes et crayon et la grande majorité des sondés estiment que ces périphériques favorisent même une conversation avec le serveur. Un simple coup d'œil dans le restaurant ou le café suffit pour comprendre : plus de la moitié des clients ont leur smartphone dans la main ou sur la table. Consulter rapidement ses mails en chemin ou dans le restaurant et envoyer des messages aux amis et aux proches font désormais partie de la réalité quotidienne. Ainsi, quoi de plus naturel que de commander «mobile» ? Mais les clients ne voient pas uniquement le mobile sous l'angle de la modernité. En effet, une commande mobile accélère les processus et le service et fait gagner du temps au personnel de salle pour répondre ainsi à leurs requêtes et à leurs besoins.

Les systèmes polyvalents – des solutions numériques convaincantes

Cette inclinaison naturelle des clients pour l'utilisation de smartphones et de télécommandes dans le restaurant, apporte un avantage supplémentaire : pour la grande majorité des personnes interrogées les solutions numériques aident les restaurateurs à faire face aux défis actuels et à se tourner vers l'avenir. Pour eux, l'utilisation de services smart tels que la commande mobile accroît la satisfaction des clients, réduit les frais de personnel, augmente le chiffre d'affaire et accélère le service, avec une diminution des erreurs et des omissions. 61 % des restaurateurs interrogés partagent également ce point de vue.

* l'étude a été menée par orderbird AG sur la base d'une enquête en ligne en France et en Allemagne. Au total, 1 920 restaurateurs, personnel de salle et clients ont été interviewés entre le 2/5/2016 et le 10/11/2016.

À propos d'orderbird AG

orderbird est la caisse enregistreuse n° 1 sur iPad, maintes fois récompensée, à destination du marché de la restauration. Enregistrement, annulation ou transfert de réservation : avec le système de caisse orderbird, les restaurateurs et leur personnel peuvent effectuer rapidement et facilement des prises de commandes en situation de mobilité, encaisser les clients de manière flexible et créer des rapports d'activité conformes aux réglementations fiscales en vigueur. Avec plus de 6 500 clients (restaurants, cafés, bars, clubs, glaciers), orderbird est l'une des caisses enregistreuses les plus usitées du secteur de la restauration et ce dans nombre de pays, dont l'Allemagne, l'Autriche, la Suisse, la Grande-Bretagne et l'Irlande. Basée à Berlin, en Allemagne, orderbird AG a été fondée en 2011 par Jakob Schreyer, Bastian Schmidtke, Patrick Brienens et Artur Hasselbach. Elle compte aujourd'hui plus de 120 employés. www.orderbird.com

CONTACTS PRESSE

MMC Consulting
Marie Myrmigelis-Menguy

+33 (0) 620 514 335
mmcconsulting@live.fr

CONTACTS PRESSE

Karolina Kowalik

+49 176 10 322 399
press@orderbird.com
www.orderbird.com/presse