

Webinar La restauration à table demain: comment s'adapter et innover



FOODSERVICE history

La satisfaction hors domicile a migré au fil du temps

Dans l'offre alimentaire

50% de la satisfaction



Storytelling concernant la fabrication du produit



Propositions traditionnelles revisités, modernisés, renouvelés, variées, encore + transparente

En 2024



Ingrédients Healthy, locaux, ingrédients et démarches écorepsonsables...



Un cercle virtueux de la qualité



Au delà l'offre alimentaire

50% de la satisfaction



Nouveaux goûts alimentaires, tendances: ethniques, couleurs, mélanges...



Premiumisation et personnalisation de l'offre : inédit, original



Amélioration de la praticité de consommation et engagement vers le durable



Créer l'expérience clients : espace, merchandising, résonnance sociale et digitalisation...

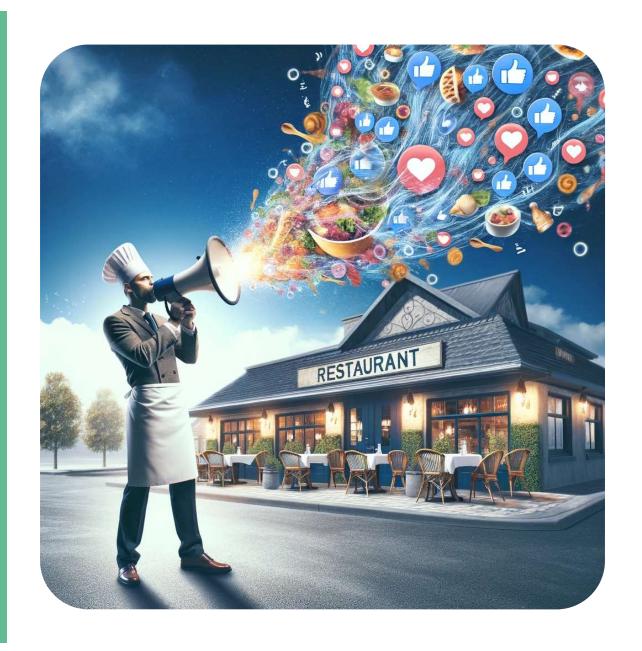
Foodservice History

Depuis la restauration à table doit affronter de nouveaux enjeux...



Un restaurant avec un service fonctionnel le midi et loisir le soir, qui fait face à l'explosion du snacking et aux portefeuilles en berne





Un restaurant qui doit faire mal aux oreilles tellement il résonne socialement

Un restaurant
qui fait +
d'expérenciel
que du culinaire,
qui son temps à
se dé-processer
pour les chaînes



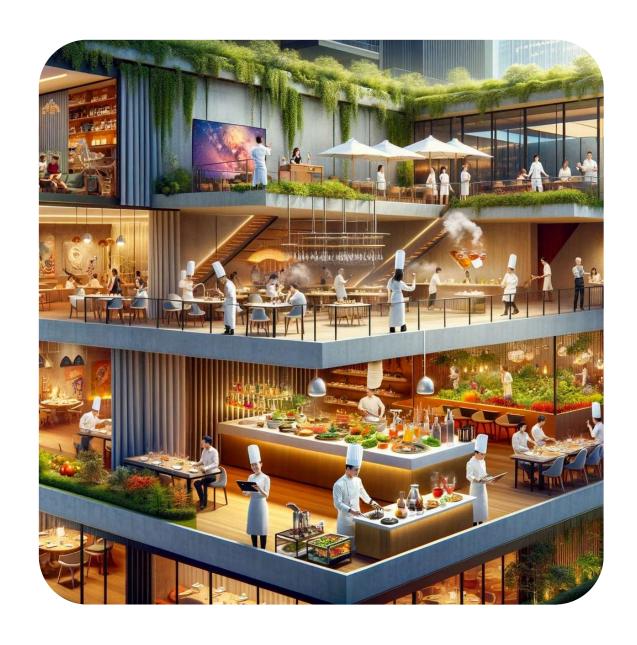


Un restaurant qui doit sortir des sentiers battus : chercher ses instants, multiplier les canaux, proposer tous les services et les activités complémentaires correspondantes.

Un restaurant en mouvement et créatif!

Un restaurant dont l'alimentation ne suffit plus :

Expérience immersive supportée par le digital





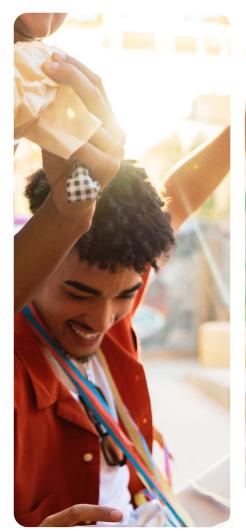
Un restaurant vertueux éco responsable mais surtout transparent et humain

Donc un restaurant démocratique du point de vue des équipes mais aussi du point de vue des clients



Au bilan

Avec encore et toujours plus d'actes de consommation hors domicile













Quoi de neuf en 2030 ?

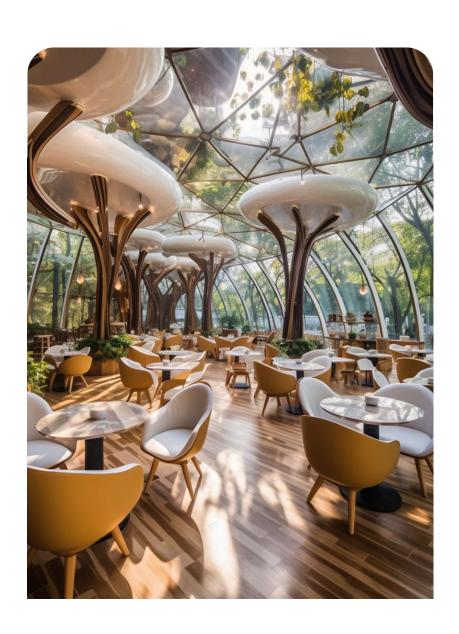
Une hybridation aboutie (rupture des conventions):

Où suis-je?
Combien suis-je supposé
dépenser dans cet endroit?
Que doit-on y consommer?...









Une expérience client qui va jusqu'au virtuel dans le point de vente

En integrant digitalisation et IA (pour mieux gérer son établissement et son client)



De plus en plus de groupes & de chaînes

avec un ADN et des équipes qui désacralisent l'image concept "processé" qui finit par affecter les enseignes au fil du temps











Une premiumisation tellement complète

qu'elle risque d'être rejettée par le conso



L'obligation d'aller chercher plus de trafic à l'heure où la fréquentation va baisser et de la saturation ...

à l'heure où les augmentations tarifaires ne passeront plus









Chercher à mieux performer en "back-ofhouse" par le biais des nouvelles technologies

Via le digital et l'IA (information, optimisation, recrutement, prédictif,..., avec une fiabilité empirique)



L'obligation d'aller chercher le juste équilibre entre fait maison et gestion/expérience du personnel...

encore plus de produits "solutions"









Fidéliser

du client de passage à l'extra qui vient une fois par semaine



Un mode de vie nomade de plus en plus d'actualité

avec un parcours client virtuel plus construit











Une maturité affirmée dans l'éco-responsabilité

Pour communiquer encore et toujours mieux



So what?

Que faut-il retenir?









Au bilan

- Est-ce que je suis au rdv de ces enjeux?
- Ma démarche actuelle est-elle perfectible ?
- Aucune action n'est possible sans embarquer les équipes
- Identifier les actions possibles du point de vue alimentaire
- Segmenter les actions dans l'assiette et audelà de l'assiette
- Ne pas négliger le pouvoir sans limites de l'IA



Exploration de marché

Aide à l'activation

Soutien au développement

Conseils stratégiques





Formation des élèves

Onboarding des équipes

Foodtours

Animation







www.strategeat.fr

Nicolas NOUCHI: 06.98.90.42.01

Prendre rdv avec Nicolas