

McDo joue sur le service pour régaler ses clients

Mots clés : Services, FRANCE, Mcdonald's

Par Mathilde Visseyrias

14/05/2010 | Mise à jour : 21:29 Réactions (10)



Des bornes automatiques de commande équipent déjà 500 points de vente en France.

Prise de commande sur Internet ou sur borne automatique, et même service à table. Pour répondre aux attentes de ses hôtes, le géant du fast-food se modernise et réinterprète le savoir-faire des restaurants traditionnels.

S'installer tranquillement dans son McDo préféré après avoir passé commande, et attendre calmement qu'une hôtesse vous apporte votre plateau. Non, vous ne rêvez pas. Des centaines de clients ont expérimenté ce service plutôt inattendu dans la vingtaine de restaurants de la chaîne qui le testent. L'idée a été lancée par un franchisé McDo il y a deux ans. L'aire de jeux de son restaurant étant éloignée des caisses, il a décidé de servir les familles pour leur simplifier la vie. Les clients ont apprécié, McDo a décidé de tester la formule dans d'autres restaurants.

Le service est accessible à tout le monde, mais pour en bénéficier, la borne automatique de commande est un passage obligé. Avant de payer, la machine vous demande si vous souhaitez récupérer votre commande en caisse ou être servi à table. Si cette dernière option vous tente, une hôtesse vous repérera grâce au numéro de votre ticket de caisse, que vous aurez posé en évidence sur la table.

«C'est le genre de service où les gens ne nous attendent pas, assure au *Figaro* Jean-Noël Penichon, directeur des opérations Europe du Sud chez McDonald's. Les premiers résultats sont très positifs, les clients sont ravis. Mais une fois qu'on le propose, on ne peut pas se permettre de l'arrêter.» C'est un vrai plus pour tous ceux qui redoutent de faire la queue debout, à commencer par les personnes âgées, les femmes enceintes et les familles avec bébés...

Le service à table représente un coût supplémentaire de personnel pour McDo. «En termes de main-d'œuvre, c'est très impliquant. Nous n'avons aucune volonté de le généraliser à l'ensemble des restaurants», reconnaît Jean-Noël Penichon. Seuls les plus grands points de vente pourraient donc, à terme, offrir ce service. En revanche, les bornes automatiques de commande se sont imposées presque partout chez McDo France. Plus de 500 restaurants sont déjà équipés. D'ici à la fin de l'année, ils seront plus de 800, sur plus de 1 160 restaurants dans l'Hexagone, confie Jean-Noël Penichon.

Précommande sur le Web

Les clients passent en moyenne trois minutes sur ces bornes ; 20 % d'entre eux les utilisent en période de pointe. «C'est difficile de savoir si nous gagnons des clients grâce à cela, déclare Jean-Noël Penichon. Mais en France, où les heures de pointe sont très concentrées (entre 12 et 14 heures, puis de 19 à 21 heures), cette technologie réduit le sentiment d'attente en caisse, car les clients sont aux commandes.»

«En l'espace de deux ans, McDo a innové comme jamais depuis son arrivée en 1979. Avec ces nouveaux services, ils cherchent à accélérer les débits et à fidéliser la clientèle», affirme Bernard Boutboul, directeur général du cabinet Gira Conseil, qui rappelle que «McDonald's France est le seul pays au monde qui a quasiment carte blanche en termes d'innovation. Tout ce qui est testé en France est considéré comme testé au niveau mondial.» De façon très confidentielle encore, McDo teste en région parisienne un «bar à salades» où chaque client compose sa salade.

McDo France se met par ailleurs à Internet. Depuis quatre mois, l'enseigne teste un service de précommande sur le site mcpass.fr. Les clients vont ensuite payer et récupérer leur repas à une caisse spéciale. «Nous sommes dans la phase d'exploration, de validation technique. Cinq restaurants expérimentent ce service.»

Dans sa dernière campagne, McDo met à l'aise ses clients en leur disant «Venez comme vous êtes.» Venez plus souvent aussi pourrait être la suite...

