

L'instant digital

Prise de commande : des clients autonomes et des produits valorisés



Via des bornes, sur smartphone ou encore sur tablette... Les

CHR disposent aujourd'hui d'une multitude de solutions innovantes pour digitaliser la prise de commande. Avec à la clé, gain de temps pour les hôteliers-restaurateurs et clients, et augmentation du ticket moyen. Explications.

Le digital en bref



Innovorder se développe

La start-up parisienne **Innovorder**, spécialisée dans la prise de commande, l'encaissement, la préparation, la fidélisation et la gestion, affichait une croissance de plus de 300 % en 2018. Forte de ces performances, l'entreprise souhaite doubler ses effectifs en 2019, avec le recrutement d'une quarantaine de collaborateurs d'ici la fin de l'année. Actuellement, la start-up accompagne déjà plus de 400 enseignes dans leur transformation digitale.



LA **START-UP** DU MOIS AVEC



www.foodservicefactory.fr

AWADAC
ORDER . PAY . PLAY

Présentation. Awadac est un ensemble de solutions permettant de commander directement à table. Tablettes tactiles et bornes de commande sont reliées au système de caisse et de paiement. Le paiement est intégré aux bornes.

Comment ça marche ? Les demandes des clients sont suivies par le serveur via sa montre connectée. Permettant aussi de promouvoir des produits et marques, les tablettes constituent un bon outil de communication (mise en avant du menu du jour, de produits locaux, bio, d'un artisan, etc.). Des jeux et de la presse peuvent aussi être intégrés à ces supports digitaux.

Combien ça coûte ? Tarif à la carte en fonction du nombre d'équipements, puis système d'abonnement.

Création. En 2014 par Jérôme Gauchet à Montpellier.

Axes de développement. « Nous voulons permettre aux professionnels de prédire

l'affluence, dresser une typologie des clients et identifier leurs habitudes de consommation. Comment ? En créant un outil d'analyse prenant en compte des paramètres extérieurs (météo, dates de vacances...) et des données récoltées notamment via les réservations, les programmes de fidélité ou encore les réseaux sociaux. Au départ positionnés sur le marketing de l'offre, nous montons d'un cran, en travaillant sur du marketing stratégique et en proposant de l'aide à la décision », explique Jérôme Cazalas, cofondateur d'Awadac. Actuellement en cours d'élaboration, cette solution devrait être commercialisée dans le courant de l'année. « À terme, nous souhaiterions même pouvoir conseiller un hôtelier-restaurateur souhaitant s'implanter, en lui proposant par exemple une analyse de la zone. Nous avons également été contactés par des industriels au Japon et devrions donc mener prochainement des projets à l'international. »

QUELS SONT LES AVANTAGES À OPTER POUR UNE SOLUTION DE TYPE AWADAC ?

- ◆ Hausse du ticket moyen jusqu'à 25 %
- ◆ Hausse de la fréquentation grâce à une meilleure connaissance des consommateurs
- ◆ Outil simple et ludique pour communiquer