

Le marché de la restauration

UN MARCHÉ IMMENSE MAIS EN DÉCROISSANCE

86 milliards d'€ par an,
un budget qui représente **plus de 10%**
de la consommation des ménages Français

1 repas sur 5
est pris hors domicile

Une légère baisse du marché de la restauration en 2012 qui a surtout touché le secteur de la restauration de gamme moyenne, avec une **décroissance de 1,9%**

UNE CONCURRENCE FORTE

Pour les clients, une immensité de choix possibles :

- restauration collective,
- restauration rapide sur place ou à emporter,
- restauration à table moyenne gamme et haut de gamme ...



À cela, s'ajoute « la guerre des concepts » et le développement de franchises nationales.

UN PANIER MOYEN VARIABLE

→ Entre **20€**
et **60€** par personne

- Repas seul ou en groupe
- Repas à titre privé ou professionnel

→ Un client fidèle, c'est au moins

20 repas par an
pour un ticket moyen de **40€**
= 800€

Nos solutions pour développer votre activité

Vos temps forts de communication :

AVRIL
JUN
SEPTEMBRE
NOVEMBRE

GAGNEZ DE NOUVEAUX CLIENTS

FAITES-VOUS CONNAÎTRE auprès des prospects à fort potentiel

Comment ?

→ En envoyant un courrier auprès des foyers et entreprises nouvellement installés dans votre zone de chalandise durant les 3 derniers mois.

Pourquoi ?

→ Recruter vos futurs clients avant vos concurrents.



Message : faites une offre de bienvenue attractive (1 repas payant = 1 repas offert hors vins et boissons) sur une soirée creuse, sur réservation.



COMMUNIQUEZ sur votre zone de chalandise

Comment ?

→ En diffusant un imprimé publicitaire dans les boîtes aux lettres des foyers de votre quartier.

Pourquoi ?

→ Faire venir vos futurs clients dans votre restaurant.



Message : présentez vos spécificités et faites une offre attractive (vin offert ou -30% minimum sur l'addition) sur une soirée creuse.

MAXIMISEZ LE POTENTIEL DE VOS CLIENTS



FIDÉLISEZ vos clients en entretenant une relation privilégiée

Comment ?

→ En envoyant régulièrement une offre par sms sur une sélection de votre fichier clients.

Pourquoi ?

→ Faire revenir vos clients plus souvent, seuls ou en groupe.
→ Augmenter le ticket moyen de vos clients.

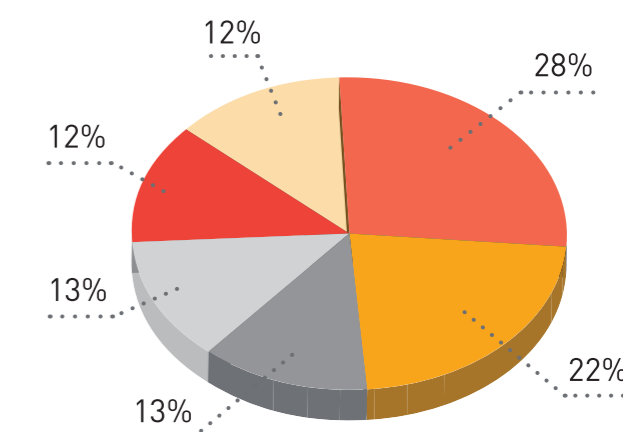


Message : faites des offres promotionnelles en période creuse sur des ventes additionnelles (boisson, dessert...) ou sur des grandes tables (4^{ème} repas offert).

Vos investissements en communication

Répartition conseillée de votre budget de communication annuel.

- Imprimé publicitaire toutes boîtes
- Sites (spécifiques restauration)
- Sms client
- Courrier prospect (nouveaux voisins)
- Site Internet
- Google



Un investissement annuel de 2% de votre chiffre d'affaires vous permet d'assurer une communication multi-média efficace :

- des campagnes d'imprimés publicitaires,
- des mailings de prospection,
- plusieurs campagnes sms auprès de vos clients.