

Les commandes s'accélèrent chez KFC grâce aux technologies ACRELEC

Destinées à renforcer la performance et le service en restaurant, les bornes de commande rencontrent aujourd'hui un franc succès tant auprès des principaux acteurs du marché de la restauration rapide qu'auprès de leurs consommateurs.

Bussy-Saint-Georges, le 18 février 2009 - Acrelec, inventeur et leader sur le marché des bornes de commande automatique pour la restauration rapide a été retenu pour accompagner KFC dans la mise en œuvre et le déploiement de son offre « Speed Attitude ».

Le développement des nouvelles technologies et les mutations des habitudes de consommation amènent aujourd'hui les clients de la restauration rapide, à rechercher un service toujours plus performant et convivial. Dès 2004, Acrelec, acteur incontournable sur le marché de la restauration rapide, a développé des bornes de commande automatiques adaptées tant aux contraintes des professionnels du secteur qu'aux besoins et exigences des utilisateurs. En 2007, KFC a souhaité s'associer à l'expertise d'Acrelec afin de personnaliser complètement la technologie et de proposer un concept original à ses clients : la « Speed Attitude ». L'objectif de Christophe Poirier, Directeur marketing de KFC France a été de « dépasser l'aspect technique pour offrir une expérience unique à nos clients dans la philosophie de la marque 'taste the difference' : un espace dédié, une signalétique spécifique, une hôtesse d'accueil, une interface tournée vers le besoin client lui offrant la liberté de gérer lui-même son temps. » Aujourd'hui, KFC envisage le déploiement de cette technologie à une grande partie de ses établissements.



Qualité et performance du service

Les bornes de commande permettent de passer commande en quelques minutes grâce à une interface logicielle intuitive et conviviale, de régler par carte bancaire et de retirer immédiatement son repas à un comptoir dédié. Grâce à une commande passée en moins de 3 minutes, les espaces d'attente sont moins encombrés, la fréquentation accrue et le personnel plus disponible pour se consacrer au service.

Selon Pierre Delaunay, Responsable marketing d'Acrelec, « les bornes conviennent parfaitement à tous les points de vente qui ont à gérer des périodes de forte affluence. Elles leur évitent de perdre des clients ou de les faire patienter. Les clients n'attendent plus et commandent d'une manière plus détendue ».

Selon une enquête réalisée par KFC en collaboration avec Market Audit auprès d'un panel de 500 personnes, 75 % des clients de KFC pensent que cette technologie offre un réel avantage consommateur. Selon un utilisateur, « on a l'impression que ça va plus vite, on est plus libre de son choix, on n'a pas l'impression d'être jugé. L'image du dessert, par exemple, donne très envie de le commander ! »

Des caractéristiques propres aux besoins de la restauration rapide

Le logiciel Acrelec est développé en partenariat avec les clients de manière à s'intégrer parfaitement aux systèmes de caisse. Chez KFC, les bornes ont été interfacées avec le logiciel MICROS qui équipe l'ensemble des restaurants de l'enseigne. Le développement opéré peut ainsi se dupliquer dans l'ensemble des KFC sur le même modèle.

Le logiciel offre une possibilité de mise à jour automatique à partir de la base de données du restaurant. Par exemple, si un produit est en rupture de stock, une simple manipulation du système de caisse permet de mettre ce produit en « indisponibilité » sur la borne, et ce en temps réel. De même, une fois la commande payée par l'utilisateur, le système transmet immédiatement les informations sur les écrans de préparation en cuisine et au comptoir.

Différentes options sont programmables telles que le choix de la langue ou la mise en place d'un système de fidélisation, grâce à un scanner intégré. Certaines enseignes proposent également un service à table pour les familles.

Les équipements sont conçus pour résister aux conditions difficiles de la restauration : chaleur, graisses, chocs...

Expertise technique et partenariat : clés du succès d'une implantation réussie

En tant que partenaire de la restauration rapide, Acrelec a très vite compris l'importance de la réactivité et a ainsi mobilisé ses équipes pour développer, en un temps record, les bornes en collaboration étroite avec les services marketing, informatique et opérationnel de KFC.

Selon Céline Davidian, Directrice Informatique de KFC France, « deux raisons expliquent notre choix de développer notre offre avec Acrelec. Tout d'abord, leur expertise technique et technologique est reconnue depuis de nombreuses années. Ensuite, leur connaissance des besoins opérationnels de la restauration rapide permet à Acrelec d'apporter de nouveaux éclairages et de travailler dans une dimension collaborative. »

Dans le premier restaurant équipé en 2007, moins de deux mois ont été nécessaires au développement, à l'implantation et la mise en service du concept Speed Attitude. Céline Davidian se félicite donc « d'une opération techniquement et commercialement réussie ».

KFC : des commandes qui représentent entre 12% et 20 % du chiffre d'affaires.

Les bornes offrent un retour sur investissement significatif. Par exemple, dans l'un des principaux KFC de la région parisienne, les espaces « Speed Attitude » représentent 35 % des transactions horaires en période de pointe. Les commandes Speed Attitude représentent en 2008 entre 12% et 20 % du chiffre d'affaires journalier du restaurant.

Pour garantir ce succès, les procédures opérationnelles de KFC – préparation, méthode de service, organisation des équipes derrière le comptoir – ont du être repensées. Le personnel a également reçu une formation spécifique du fait de la modification de l'organisation du service en caisse et de la gestion de la relation client.

A propos d'ACRELEC

ACRELEC propose des solutions complètes - matériel, logiciel et service - permettant aux chaînes de restauration d'optimiser les flux de production et le service client grâce à des solutions de communication digitale interactives – menu board, bornes de prise de commande, écrans de production, systèmes d'encaissement –. Acrelec est leader sur son marché avec plus de 3000 restaurants installés dans 28 pays à travers le monde pour des clients tels que McDonald's, Quick, Subway, KFC...

Spécialiste des technologies de prise de commande ACRELEC développe aujourd'hui son offre vers la grande distribution avec les hypermarchés Auchan pour proposer une offre « Drive ».

L'objectif est de proposer un système rapide au consommateur qui lui permettra de récupérer en quelques minutes, sur le parking du magasin, une commande passée sur Internet.

A propos de KFC et du groupe Yum! Brands Inc.

Réputé depuis plus de 50 ans pour ses fameuses recettes de poulet, KFC compte 15 000 restaurants dans 80 pays. Chaque jour, près de 10 millions de personnes dégustent des produits servis dans les restaurants KFC. En France, KFC emploie 4500 personnes dans 73 restaurants. KFC apporte une offre complémentaire et originale de restauration rapide aux consommateurs français. KFC est une filiale du groupe Yum! Brands (Pizza Hut, Taco Bell, Long John Silver's, A&W All American Food). Basé à Louisville, Kentucky, Yum! Brands Inc. est le leader mondial de la restauration thématique, avec près de 35 000 restaurants dans plus de 100 pays. Depuis 2003, le groupe Yum! Brands a ouvert en moyenne trois restaurants chaque jour, ce qui en fait l'entreprise la plus dynamique sur ce secteur.

Photos disponibles sur demande

Contact presse

François Robert - IRMA Communication
28 rue d'Armenonville - 92200 Neuilly
Tél. : 01 55 62 00 53
Mail : fr robert@irma.fr