



SYNTHÈSE

Nouvelles attentes des clients de restauration rapide

Synthèse d'étude qualitative et quantitative

Étude coproduite par

snarr

SYNDICAT NATIONAL DE L'ALIMENTATION
ET DE LA RESTAURATION RAPIDE

AKTO

L'humain au cœur des services



**harris
interactive**

a toluna company



JUILLET
2024

**OBservatoire
AKTO**

Les objectifs de l'étude

Suite à la crise sanitaire, le **secteur de la restauration rapide** a connu une **accélération de sa transformation**

La **digitalisation**, les **changements de modes de vie** et de **consommation**, ainsi que la **diversification de l'offre** ont imposé de **nouvelles adaptations aux professionnels**.

Dans ce cadre, la branche de la restauration rapide cherche à **mieux comprendre les attentes des clients** et la **manière dont celles-ci impactent les activités** et les **compétences attendues des salariés**.

La présente étude à la fois **qualitative et quantitative** a été conduite afin d'identifier les **nouvelles attentes des clients sur le marché**, de manière à **définir des actions concrètes** pour **soutenir l'évolution des compétences** dans ce secteur.

Les méthodologies de l'étude

1

Étude Qualitative

Menée par Toluna-Harris Interactive du 14 au 29 Novembre 2023.

Identifier les nouvelles tendances de consommation et attentes des clients de la restauration rapide.

4 focus groupes en visio dont

2 groupes de 18/30 ans et

2 groupes de 31/50 ans
(32 personnes au total)



4 entretiens individuels (membres CPNE)

2

Étude Quantitative

Menée par Toluna-Harris Interactive du 23 Mai au 28 Mai 2024.

Quantifier et hiérarchiser les tendances qui ont émergé de la phase qualitative.

Questionnaire en ligne de 13 minutes.

1 084 clients de la restauration rapide



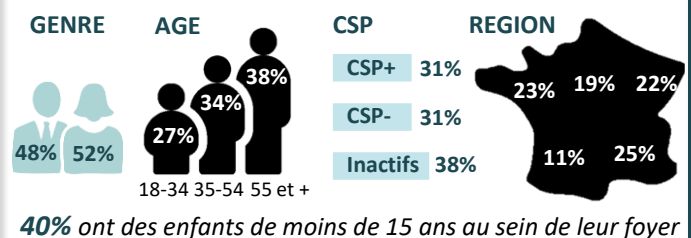
représentatifs de la population française de 18 ans et plus.



Profil

Des cibles aux profils différents mais avec une **diversité en termes** : d'âge, sexe, région, situation familiale, CSP, types d'enseignes fréquentées en restauration rapide, types de consommation (sur place, à emporter/drive, livraison)

Profil



Les enseignements clés : 3 niveaux d'attente exprimés

1

UNE REMISE À NIVEAU POUR UNE EXPERIENCE SATISFAISANTE MINIMUM

- Les clients expriment un **niveau de satisfaction positif** quel que soit le lieu de restauration rapide ou le canal, **sauf** pour la **vente à emporter** en fast-food. **Des manquements dans le respect des commandes, la rapidité, le soin ou encore les conseils apportés par le personnel** sont mis en évidence. Il est nécessaire **de ré-enchanter l'expérience client sur les prérequis**, afin de **gommer les irritants** et les **insatisfactions**.
- Une **remise à niveau** est particulièrement attendue par les clients sur le volet de **l'hygiène**, qui doit être **renforcée**, du **tri**, qui doit être **simplifié**, de la **rapidité**, à travers une **meilleure organisation des flux**, de la **relation client** à **renforcer**.
- Globalement, des attentes d'un **contrôle plus strict à chaque étape du parcours client**.

2

AGRÉMENTER VOIRE UPGRADER L'EXPERIENCE, LA RENDRE PLUS CENTRÉE SUR LE CLIENT ET GRATIFIANTE

- **Les compétences les plus « attendues »** par les clients **envers les membres du personnel** sont celles qui permettent de travailler sur la **rapidité, l'efficacité, et l'amélioration du lien social et humain**.
- **Une expérience pouvant faire la différence** pour les clients, **quand l'enseigne propose des services ou attentions supplémentaires telles que :**
 - ▶ la personnalisation de leur parcours client,
 - ▶ l'accompagnement et le conseil
 - ▶ le soin apporté aux aménagements du lieu pour optimiser l'expérience et la rendre plus agréable.

3

UN ENGAGEMENT DES ACTEURS DONNANT PLUS DE SENS À LEUR CONSOMMATION

- Pour aller plus loin, **des engagements environnementaux visibles** sont aussi **attendus** (limitation des déchets, du gaspillage, utilisation de produits locaux et de saison...).

Les impacts sur les métiers et les compétences, nécessitant des formations et actions concrètes pour mieux répondre aux attentes (1/2)

PRIORITÉ N°1 : REMETTRE À NIVEAU LES PRÉREQUIS AVEC DES FORMATIONS ET ACTIONS ADAPTÉES

RENFORCER L'HYGIÈNE EN RESTAURANT

➤ IMPACT MÉTIERS

- **Coté équipiers** : renforcer les sensibilisations / formations sur l'hygiène (modules additionnels).
- **Côté organisation du travail** :
 - Impliquer l'ensemble du personnel en instaurant une culture d'hygiène partagée en développant le contrôle qualité, et en optimisant l'organisation du travail.
 - Renforcer la fréquence nettoyage / avoir une personne dédiée.

ASSURER UN SERVICE RAPIDE

➤ IMPACT MÉTIERS

- **Coté équipiers** : Sensibilisation / formation à la gestion du stress, de conflit, de crise et à la priorisation des tâches.
- **Côté organisation du travail** :
 - Avoir des équipiers dédiés à la vente à emporter / click & collect,...
 - Plus de personnel pour préparer les commandes durant les horaires « coup de feu ».

AMÉLIORER LA RELATION CLIENT

➤ IMPACT MÉTIERS

- **Coté équipiers** :
 - Sensibilisation / formation à l'entreprise et ses règles (par les managers directs) : comprendre l'importance du respect de son contrat, de ses engagements, importance de l'esprit d'équipe, des conséquences de son absentéisme.
 - Sensibilisation / formation à la relation client et commerciale : les prérequis, les postures et gestion des relations, comment anticiper répondre et satisfaire les demandes.
- **Coté managers** :
 - Sensibilisation / formation à la reconnaissance des « talents » / prédispositions de chacun pour s'organiser en fonction, en repensant la polyvalence pour avoir des équipiers « à leur place » et motivés.
 - Sensibilisation / formation à l'accompagnement des équipes.

FACILITER LE TRI DES DÉCHETS EN RESTAURANT

➤ IMPACT MÉTIERS

- **Côté organisation du travail** :
 - Vérifier l'espace de tri régulièrement et aider les clients à trier.
 - Avoir du personnel formé pour débarrasser et trier.

Les impacts sur les métiers et les compétences, nécessitant des formations et actions concrètes pour mieux répondre aux attentes (2/2)

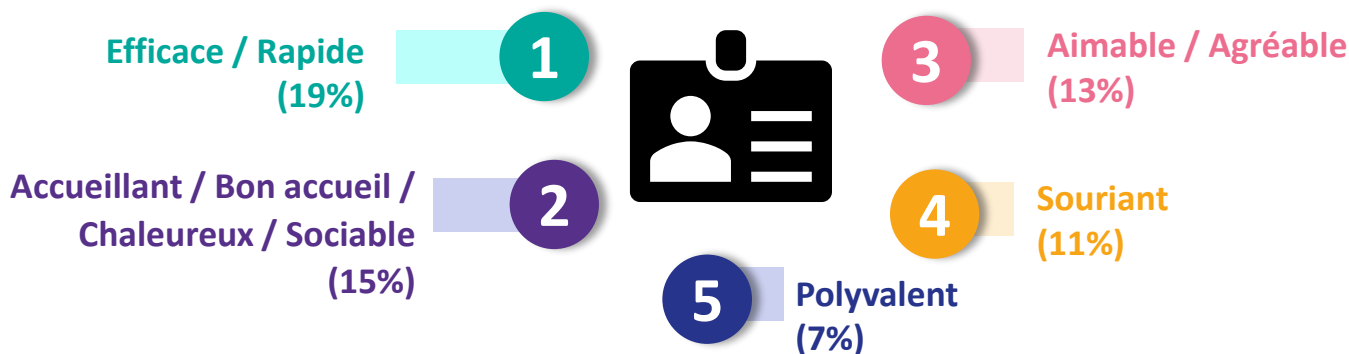
PRIORITÉ N°2 : RECENTRER L'EXPÉRIENCE SUR LE CLIENT AVEC DES FORMATIONS ET ACTIONS ADAPTÉES	
<p>CONTRÔLER LA QUALITÉ DES SERVICES</p> <p>➤ <u>IMPACT MÉTIERS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Coté équipiers : Sensibilisation / formation à l'impact de l'hygiène sur le ressenti de l'expérience client. ▪ Coté managers / organisation du travail : Intégrer une étape de vérification des missions. 	<p>PERSONNALISER L'EXPÉRIENCE CLIENT</p> <p>➤ <u>IMPACT MÉTIERS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Coté managers et équipiers : Sensibilisation / formation à la relation clients et formation commerciale en vue de personnaliser l'expérience du client.
<p>ACCOMPAGNER LES CLIENTS À CHAQUE ÉTAPE DU PARCOURS CLIENT</p> <p>➤ <u>IMPACT MÉTIERS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Coté managers : <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisation / formation à la reconnaissance des « talents » et à la prédisposition de chacun pour s'organiser en fonction en repensant la polyvalence pour avoir des équipiers « à leur place » et motivés. • Renforcer la présence en salle pour animer et offrir un service client/répondre aux demandes. 	<p>RÉORGANISER LES ESPACES EN RESTAURANT / PRIORISER SELON LES BESOINS CLIENTS</p> <p>➤ <u>IMPACT MÉTIERS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Côté organisation du travail / managers : <ul style="list-style-type: none"> • Trouver des zones d'optimisation dans la cuisine pour gérer les priorités et ne pas délaissé un canal de vente (ex : vente à emporter). • Repenser les espaces et leurs délimitations / connexions pour offrir des zones isolées claires et distinctes pour chaque étape de l'expérience.
EN BONUS : FAIRE PREUVE D'ENGAGEMENTS FORTS	
<p>COMMUNIQUER ET ORGANISER LES PRATIQUES ÉCO-RESPONSABLES</p> <p>➤ <u>IMPACT MÉTIERS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Coté managers : Une communication et transparence accrues sur les actions déjà engagées. ▪ Côté organisation du travail : un équipier dédié à la distribution pour toutes personnes venant récupérer des produits (anti-gaspillage). 	<p>SOUTENIR LA DIVERSITÉ ET L'INCLUSION</p> <p>➤ <u>IMPACT MÉTIERS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Coté équipiers : Sensibilisation / formation au savoir-être, au comportement à adopter avec différents types de clients (familles, seniors, jeunes...). ▪ Coté managers: Sensibilisation / formation à un recrutement plus inclusif (des personnes plus expérimentées/seniors) selon les postes.

Le profil attendu de l'équipier en restauration rapide à l'avenir

En tant que principal point de contact, l'équipier est l'ambassadeur du restaurant, et ses qualités humaines jouent un rôle crucial dans **l'expérience client globale**. Il doit être capable de **recevoir chaleureusement** les clients et interagir avec **politesse et courtoisie** en toute circonstance. L'équipier idéal doit être doté d'un ensemble de **compétences relationnelles** et **professionnelles** : il est important pour le client qu'il soit **efficace, rapide, compétent**.



Spontanément, pour les clients l'équipier idéal est...



« Rapide, efficace et cordial »

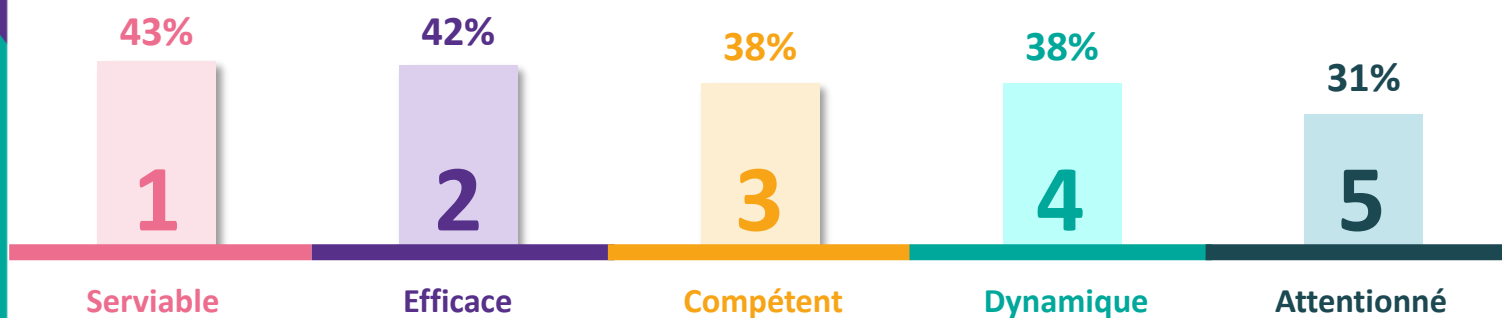
« L'accueil est primordial. Il faudrait aussi des personnes souriantes qui puissent conseiller le client. »

« La sympathie, être souriant, rapide et polyvalent. »

« La compétence, l'accueil des clients, la rapidité à répondre aux demandes »



Les traits de personnalité qui symboliseraient le mieux un équipier idéal



Les compétences jugées indispensables à l'avenir

Respecter les règles de politesse et de courtoisie (64%)

Être le garant de la propreté (57%)



Être polyvalent et en capacité d'accomplir des tâches variées (46%)

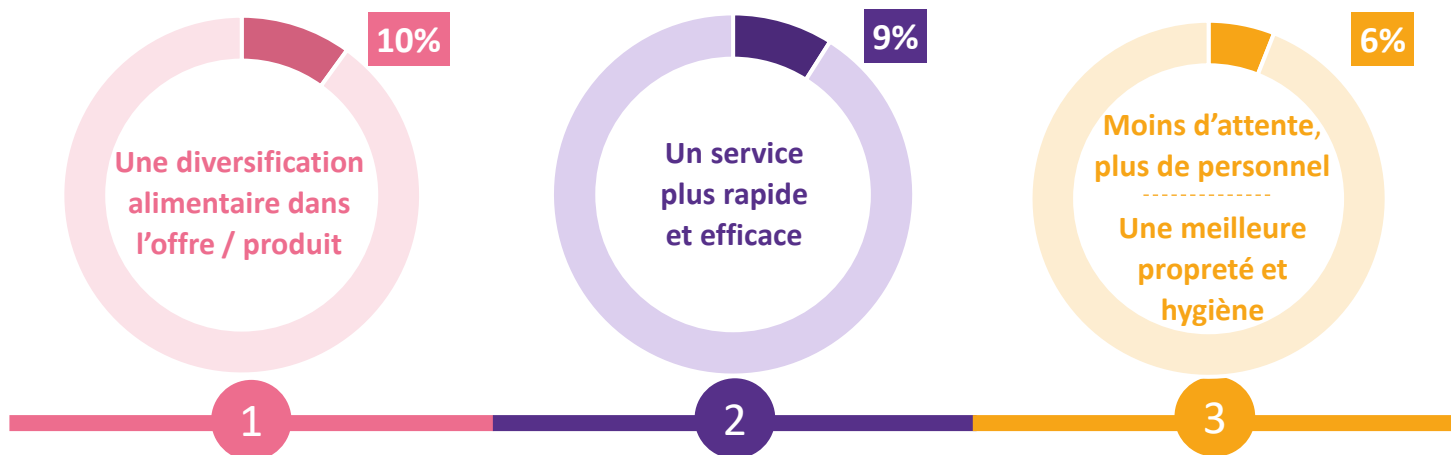
Conseiller sur les produits / menus (34%)

Les services attendus par les clients de la restauration rapide

Les attentes principales s'articulent essentiellement autour de 3 thématiques : **l'offre-produit** (qualité et transparence sur l'origine des produits, diversification & personnalisation de l'offre), **les compétences professionnelles de l'équipier** (rapidité, efficacité, conseil, organisation), **l'entretien et l'aménagement des espaces** (hygiène & propreté, réorganisation des espaces).



Spontanément, les clients de restauration rapide évoquent...



« Que le personnel soit plus à l'écoute même aux heures de grande affluence. Que les tables soient nettoyées plus régulièrement. »

« J'aimerais pouvoir créer mon repas moi-même. »

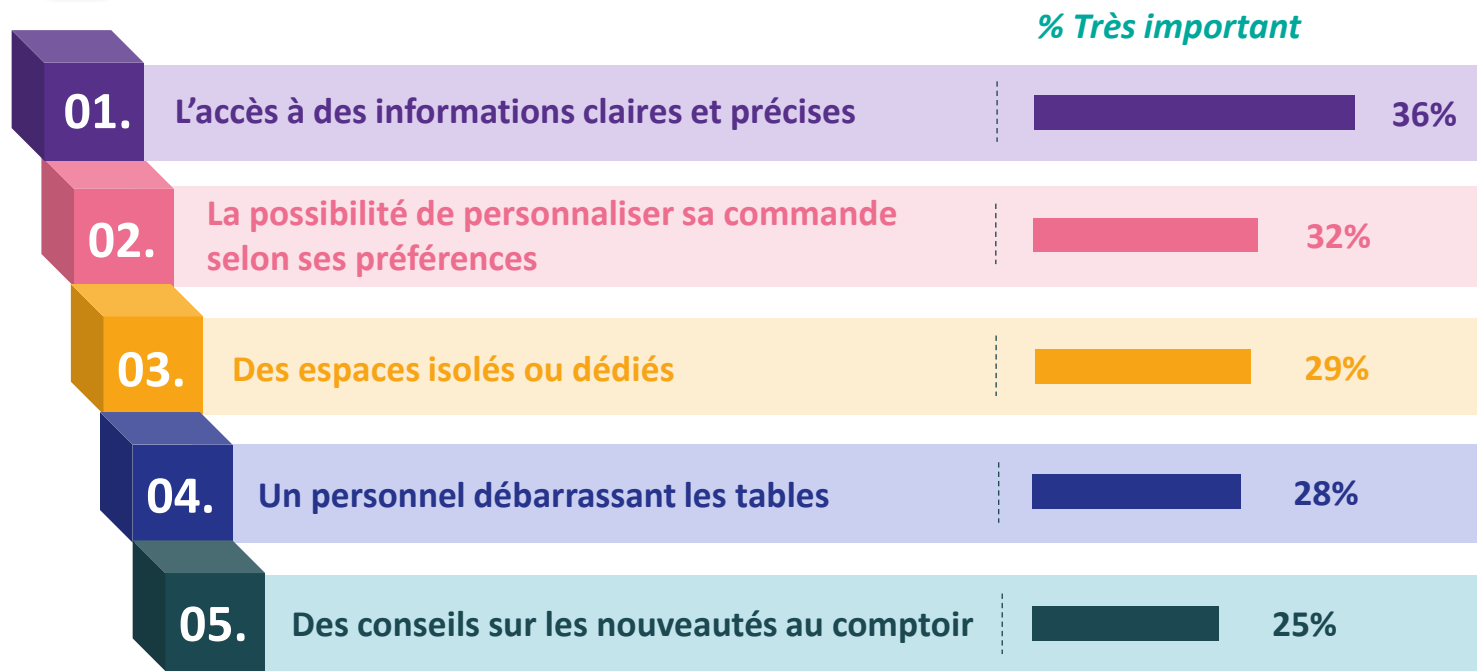
« Que la provenance des produits soient indiqués. »

« J'aimerais des produits de meilleure qualité. »

« Un menu plus élargi, nous n'avons pas assez de choix. »



Les 5 services les plus importants dans le choix d'un restaurant rapide





SYNTHÈSE

Les nouvelles attentes des clients de la restauration rapide



JUILLET
2024

OBSERVATOIRE
AKTO