

Mc Do veut fidéliser ses clients



Mc Do veut fidéliser ses clients

Près de 150 restaurants proposent déjà le programme de fidélité, qui n'a pas encore fait l'objet d'une campagne de communication nationale. C'est une première mondiale pour la chaîne de fast foods. McDonald's déploie, depuis le mois de juillet 2016, un programme de fidélité en France. A ce jour, environ 150 établissements - sur les 1300 que compte le groupe dans l'Hexagone- proposent ce service, qui reprend les mécaniques classiques des programmes de fidélité et se veut entièrement digital.

Entièrement digitalisé

Pour s'inscrire, en raison des flux importants en caisse, le client doit se rendre sur le site Internet de l'enseigne. Il reçoit alors un identifiant qu'il lui faudra présenter en caisse -via son smartphone ou en indiquant son identifiant- pour bénéficier d'avantages. Pour optimiser l'identification des clients en caisse en scannant ce code barre, des douchettes ont été installées sur l'ensemble des caisses de la chaîne. Concrètement, le calcul des points est simple : un euro dépensé dans un des restaurant correspond à un point. Un système de récompense intervient tous les 15 points (café offert pour 15 points, cheeseburger pour 30 points, sundae pour 45 points, hamburger pour 60 points...) Le cumul étant plafonné à 200 points.

Pas de personnalisation

Avec ce nouveau service, l'objectif pour McDonald's est, bien sûr, de mieux connaître ses clients en récupérant des données précieuses lors de l'inscription et en recueillant l'historique d'achats. A l'heure actuelle, ce programme entièrement digital ne présente aucune personnalisation des offres ou de messages communiqués à sa clientèle par mail ou par SMS. Il suffit de cumuler des points à chaque passage en caisse 1€ = 1 point. Les points cumulés sont valables dès le lendemain dans tous les restaurants participants au programme. 10 points = 1 petite frite ou 1 petite boisson au choix ou 1 hamburger - 20 points = 1 dessert- 30 points = un sandwich, 40 points = 1 menu etc