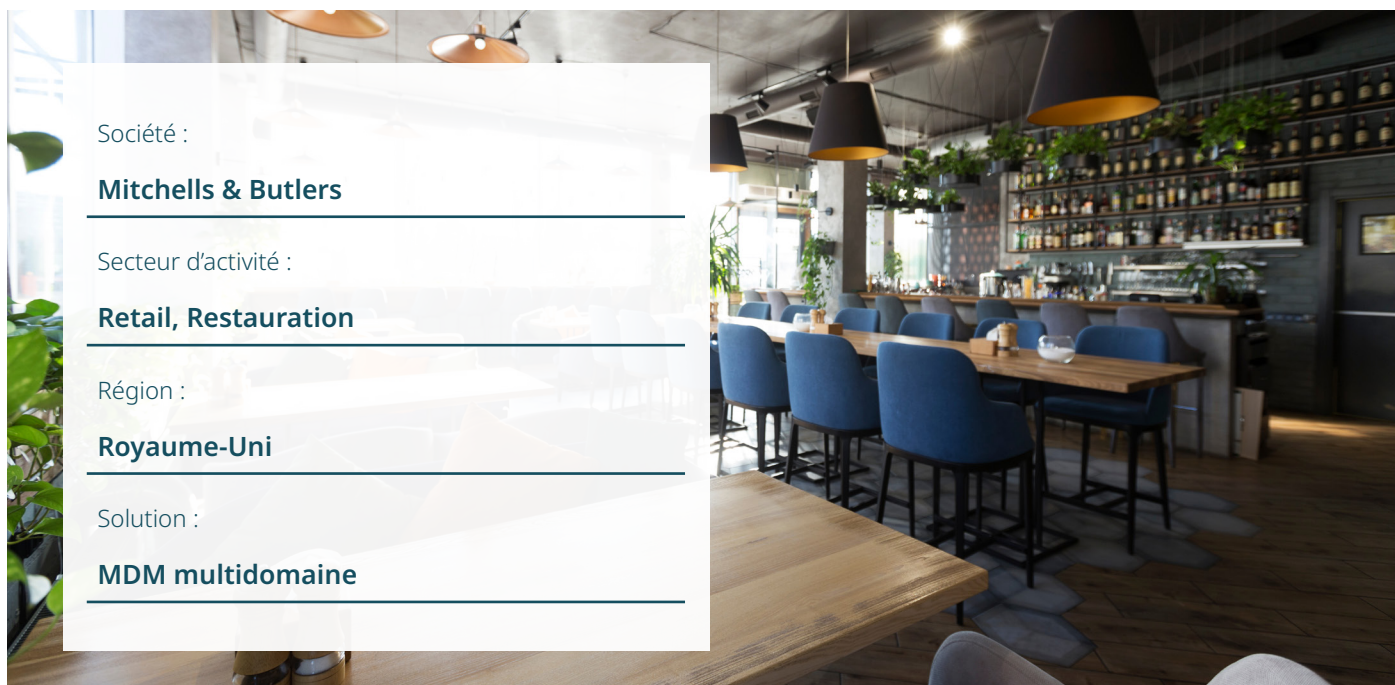


■ Une chaîne de restaurants innovante augmente l'engagement client en combinant données produit et de localisation



Synthèse

Mitchells & Butlers, société fondée en 1898, est l'une des plus grandes chaînes de restaurants du Royaume-Uni. Elle compte 45 000 employés et 1 700 établissements servant chaque année 430 millions de boissons et 140 millions de repas. La société exploite 17 enseignes réputées de restaurants, de pubs et de bars, notamment All Bar One, Toby Carvery, Harvester et Browns.

Mitchells & Butlers a commencé à utiliser la solution MDM de Stibo Systems en 2010 pour gérer les données produit relatives aux ingrédients, aux recettes et aux menus. Ces données étaient auparavant gérées manuellement à l'aide de feuilles de calcul. La solution a permis d'améliorer considérablement l'efficacité opérationnelle.

En adoptant la transformation digitale, Mitchells & Butlers a amélioré l'expérience client et a pu affronter la concurrence des plateformes de livraison de repas.

Grâce à l'ajout de données de localisation à la plateforme MDM, 2 000 responsables de points de vente peuvent fournir à leurs clients des informations locales utiles, en plus des menus et des heures d'ouverture. Résultat : une plus grande satisfaction client et davantage de ventes.

Sur un marché de plus en plus concurrentiel, la décision de combiner les données produit et de localisation a accru l'agilité de Mitchells & Butlers et lui a permis d'offrir une expérience client supérieure.

L'impact sur l'entreprise

La combinaison de données produit et de localisation précises et actualisées ouvre de nouvelles opportunités.

Les points de vente peuvent désormais faire la publicité d'informations supplémentaires. Ils peuvent par exemple indiquer le nombre de tables, les places de stationnement pour voitures électriques, l'équipement audiovisuel. Ils peuvent aussi mentionner l'accessibilité aux personnes handicapées, l'espace jardin, les salles de réunion, les lieux de réception. La distance par rapport à la station la plus proche est également une information importante. Tous ces actifs représentent un énorme potentiel de revenu. Ces informations, et celles relatives aux menus et aux heures d'ouverture spécifiques de chaque site, peuvent être transmises à des applications et des sites web. Mitchells & Butlers peut ainsi s'associer à des services de livraison de repas, mais aussi proposer des services click and collect.

« La véritable puissance de la plateforme de Master Data Management réside dans la combinaison des données produit et de localisation. Les menus et leur disponibilité sont désormais liés à des points de vente spécifiques, avec les heures d'ouverture, ce qui favorise les services de livraison et le click and collect. » Mark Jones, responsable du Product Programme de Mitchells & Butlers.

Défi

Avant l'ajout des données de localisation, Mitchells & Butlers avait déjà utilisé le MDM pour consolider les données produit, créant ainsi une source unique de vérité. Cette approche a fourni à l'équipe de développement un processus de gestion pour les ingrédients et les recettes. La société avait également apporté des améliorations importantes pour adapter les données aux clients sur les différents points de contact. Ils peuvent désormais publier des informations de menus détaillées sur les systèmes en contact avec les clients.

L'approche de type 'source unique' favorise en outre la conformité avec les réglementations :

« Dans le secteur de la restauration, il est absolument vital que les menus contiennent des informations correctes sur la nutrition et les allergènes. La plateforme MDM offre la gouvernance de données nécessaire à cet égard. Elle nous permet de nous adapter rapidement aux exigences des clients et aux réglementations gouvernementales. »
Mark Jones, responsable du Product Programme de Mitchells & Butlers.

Les consommateurs sont également de plus en plus férus de technologie. Ils utilisent la fonction « commander à table » sur leurs smartphones et s'attendent à des menus innovants. Cette évolution a mis la pression sur la chaîne plus que centenaire de pubs et de restaurants, la poussant à devenir plus agile. La transformation digitale rendue possible par une approche MDM multidomaine lui a permis de répondre à ces nouvelles exigences.

Solution

Mitchells & Butlers utilise le MDM multidomaine pour gérer conjointement les données produit et de localisation.

La plateforme MDM compte 68 intégrations avec des systèmes internes et externes, tels que l'ERP, les SWS (Stock and Waste Systems), les points de vente, les guides publics d'allergènes et Google. Ces intégrations garantissent la fourniture de données de localisation actualisées dans les résultats des moteurs de recherche.

L'équipe Data transmet les informations produit aux nombreux points de vente. Les responsables locaux peuvent ensuite élaborer des menus sur la base d'informations précises et les publier sur des plateformes

numériques ou d'impression. 2 000 utilisateurs locaux peuvent accéder au système pour mettre à jour les informations concernant les menus locaux et d'autres actifs.

Avec cette solution, Mitchells & Butlers peut ajouter de nouveaux objets et attributs en fonction de l'évolution de la demande.

Résultats

La transformation digitale a permis à l'entreprise d'affronter la concurrence des plateformes de livraison de repas. Cette approche a amélioré l'engagement des clients, qu'ils souhaitent commander à table, organiser une fête ou simplement utiliser le click and collect.

En combinant les données produit et de localisation dans une même zone de visibilité, Mitchells & Butlers a obtenu une vue inédite sur des offres très locales et spécifiques. Les points de vente peuvent tirer parti de ces informations pour élargir leur offre et proposer à leurs clients une expérience inégalée.

“ La véritable puissance de la plateforme de Master Data Management réside dans la combinaison des données produit et de localisation. Les menus et leur disponibilité sont désormais liés à des points de vente spécifiques, avec les heures d'ouverture, ce qui favorise les services de livraison et le click and collect. »

— Mark Jones, responsable du Product Programme de Mitchells & Butlers



A propos de Stibo Systems

Stibo Systems, « The Master Data Management Company », est la source reconnue de solutions MDM. Des centaines d'entreprises innovantes, dans le monde entier, s'appuient sur nos solutions. Ces entreprises ont libéré la valeur stratégique de leurs données de référence. Elles peuvent ainsi améliorer l'expérience client, stimuler l'innovation et la croissance et créer les fondations essentielles à la transformation digitale. Stibo Systems apporte aux entreprises la transparence dont elles ont besoin, à savoir une vue unique et précise sur leurs données de référence. Elles peuvent ainsi prendre des décisions en toute connaissance de cause et réaliser leurs objectifs de croissance. Stibo Systems est une filiale du groupe Stibo A/S, fondé en 1794. Son siège social est situé à Aarhus, au Danemark. Pour plus d'informations, visitez stibosystems.com/fr.