



# Optimisation pour la livraison et les commandes à emporter

Comment élaborer la stratégie hors site de votre restaurateur



Vous voulez faire croître votre entreprise à son plein potentiel, et cela nécessite de voir au-delà des quatre murs de votre restaurant. Votre emplacement physique dispose d'un taux d'occupation maximal et les services de repas ne peuvent traiter qu'un nombre limité de commandes. Mais en vous tournant vers des solutions hors site, comme les commandes à emporter et la livraison, vous avez la possibilité de servir davantage de commandes, ce qui vous permet d'augmenter vos revenus, de rejoindre de nouveaux clients et de suivre le rythme de l'évolution constante du secteur de la restauration.

Aujourd'hui plus que jamais, les clients ayant une fringale migrent en ligne et changent leur façon de commander des repas. Les restaurants qui se démarquent vont au-devant de ces attentes. Dans ce cours, nous examinerons les services hors site : ce qu'ils sont, comment ils fonctionnent et comment ils peuvent faire passer votre entreprise au niveau supérieur.

# Ce qu'il y a dans ce guide

Cliquez sur chaque section pour passer à la suivante

## 01 Commandes à emporter et livraisons 101

Ce que tout restaurateur devrait savoir sur les services hors site

## 02 Aller au-delà de l'essentiel

Les avantages de la livraison, vus de l'intérieur

## 03 Démarrage

Comment fonctionnent réellement les commandes à emporter et la livraison

**LISTE DE VÉRIFICATION** Se préparer à servir les clients en déplacement

## 04 Mettre à niveau de votre entreprise

Comment combiner les nouveaux et les anciens processus opérationnels

**AUTO-ÉVALUATION** Votre restaurant est-il prêt à offrir la livraison?

## 05 Regarder vers l'avenir

Tendances à venir dans la restauration : et comment avoir une longueur d'avance

**COMMENT** Prenez un chemin plus durable vers les commandes à emporter et la livraison

**DEVINETTE** Pouvez-vous deviner où se dirige le marché?





CHAPITRE 1

# Commandes à emporter et livraisons 101

Ce que tout restaurateur devrait savoir sur les services hors site

# Les essentiels simplifiés

Que vous soyez un expert chevronné de la livraison ou que vous souhaitiez en savoir plus sur la façon dont la livraison peut faire connaître votre restaurant, voici quelques éléments de base que tout le monde devrait connaître.



## Commandes à emporter et livraisons

Les commandes à emporter offrent une option hors site où les clients commandent de la nourriture, puis viennent chercher leur commande dans votre restaurant. La livraison est une autre option hors site selon laquelle les commandes sont livrées directement aux clients là où ils se trouvent. Ils sont souvent prêts à payer des frais supplémentaires et des pourboires pour ce service.



## En ligne et dans l'application

La plupart des services de livraison tiers offrent aux clients des options de site Web et d'application mobile. Si un client a un compte avec un service comme DoorDash, il peut se connecter et passer des commandes par l'entremise du site Web de DoorDash, ou peut utiliser l'application DoorDash sur son téléphone et sa tablette.



## À l'interne et à l'aide d'un service-tiers

Certains restaurants choisissent de coordonner leurs commandes à emporter et leurs livraisons par eux-mêmes. Ils créent leur propre site Web pour prendre des commandes, embauchent et forment le personnel nécessaire, achètent des véhicules de livraison et gèrent la logistique. D'autres choisissent d'utiliser un service-tiers pour s'occuper de la livraison et de la cueillette clé en main. Étant donné qu'il n'existe pas de solution universelle pour tous les restaurants, [DoorDash offre une grande variété de solutions](#) pour différents besoins commerciaux, notamment la livraison, les commandes à emporter, l'exécution fantôme, la commande de groupe et le service de traiteur.



## Solutions pour les restaurants

Il n'existe aucune solution universelle pour les restaurants, c'est pourquoi nous avons créé des produits qui répondent à une variété de besoins professionnels.

1. [DoorDash App](#)  
(livraison et commandes à emporter)
2. [Vitrine de DoorDash](#)
3. [Self-Delivery](#)
4. [DoorDash Drive](#)  
(en exécution fantôme)

# La livraison est importante et le sera encore plus



## 300 %

Les commandes en ligne et la livraison ont augmenté 300 % plus rapidement que les ventes en salle depuis 2014



Les commandes à emporter et la livraison ont connu une augmentation significative de leur popularité, et de plus en plus de clients choisissent de souper à la maison.<sup>1</sup> Les commandes et la livraison en ligne ont augmenté de 300 % plus rapidement que les ventes en salle depuis 2014.<sup>2</sup> Avec de nouvelles tendances et un marché en constante évolution qui poussent les clients à manger de plus en plus à la maison, ce nombre devrait augmenter de façon exponentielle.

Mais d'où vient la demande et comment en est-on arrivé à un marché où les services hors site sont proposés par des établissements gastronomiques, des chaînes nationales et des entreprises familiales?

Il n'y a rien de « nouveau » dans la commande à emporter et la livraison. Les premières civilisations, comme l'ancienne ville romaine de Pompéi, en Italie moderne, regorgeaient de « commerces de cuisine » qui offraient des repas aux gens en déplacement.<sup>3</sup> La commodité a toujours été un ingrédient essentiel pour nourrir les foules. Mais au cours des 10 dernières années, alors que les plateformes comme [DoorDash](#) ont fait glisser le marché vers les services en ligne (et sur mobiles), le secteur a grimpé en flèche, offrant aux clients plus d'options et de restaurants, et, par là, une occasion puissante d'augmenter les ventes incrémentielles.<sup>4</sup>

# Les services hors site représentent la nouvelle place du marché du secteur de l'alimentation

Les tendances vont et viennent, mais les restaurants qui perdurent sont ceux qui s'adaptent, en conservant ce qui fait leur particularité tout en comprenant ce que veulent les nouveaux clients.



La commande en ligne vous aide à atteindre les clients les plus importants.

**60%** des clients qui commandent en ligne visitent les restaurants plus fréquemment que ceux qui ne le font pas.<sup>6</sup>

En rejoignant une place du marché numérique comme [DoorDash](#), vous pouvez toucher un public plus large qu'avec un simple repas en salle, et ainsi transformer les nouveaux clients en habitués.

**Pour le souper, les consommateurs ne se lassent pas de la commodité de la livraison.** Bien qu'il existe toujours un espace pour les repas traditionnels en salle, offrir des options hors site offrent plus de manières à vos clients de créer des liens devant de délicieux repas ensemble à la maison.

Les clients de restaurants modernes aiment la livraison et les commandes à emporter, mais les jeunes sont le moteur du marché

**90 %**  
des milléniaux commandent un repas au moins une fois par semaine

**60 %**  
des clients américains commandent un repas au moins une fois par semaine<sup>5</sup>



Différentes zones observent des pics de livraison différents.

Si votre restaurant se trouve dans une ville ou une cité universitaire, vous risquez de voir des pics de livraison tard le soir. Dans les quartiers de banlieue, les pics de commandes suivent souvent les heures régulières de repas. Lorsque vous planifiez une livraison, vous pouvez optimiser vos opérations en tenant compte du mode de vie local.



CHAPITRE 2

# Aller au-delà de l'essentiel

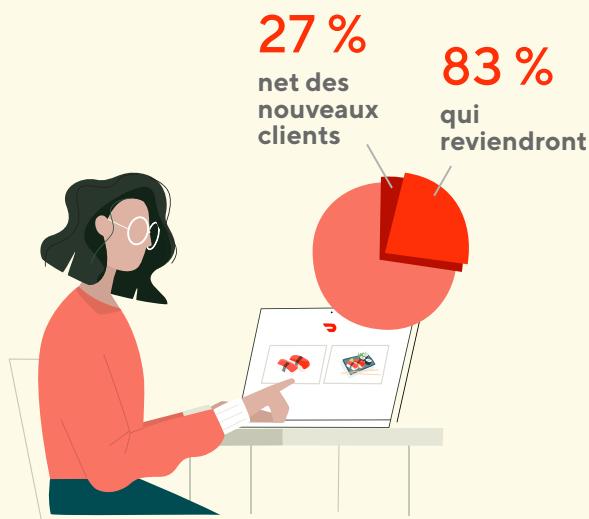
Les avantages de la livraison, vus de l'intérieur

# Découvrez les avantages cachés de l'offre de livraison

Pour les restaurants, offrir une livraison ne signifie pas seulement apporter de la nourriture d'un point A à un point B. Cela ouvre un monde d'avantages tels que la création de liens avec de nouveaux clients, l'augmentation des ventes et l'optimisation des opérations, ainsi que des avantages plus grands, que vous n'avez peut-être pas encore envisagés, comme une forte présence en ligne et une percée sur de nouveaux marchés comme les services de traiteur. Voici quelques-unes des façons dont une plateforme de livraison tierce peut vous aider à faire passer votre restaurant au niveau supérieur :

## Apparaître dans les recherches.

Lorsque vous rejoignez une plateforme technologique comme [DoorDash](#), vous augmentez votre notoriété et vous faites connaître de tous les clients qui recherchent des restaurants en ligne. Les commerçants obtiennent des pages d'accueil et des menus DoorDash dédiés qui sont facilement trouvables en ligne. Il s'agit d'un moyen clé en main de renforcer votre optimisation pour les moteurs de recherche (SEO) afin de stimuler les ventes et d'amener les clients directement à votre porte (virtuelle).



## Bénéficiez d'un soutien marketing de la part des professionnels.

DoorDash offre aux commerçants un soutien marketing qui change la donne, comme des séances de photos gratuites avec un photographe professionnel. Nos données prouvent que montrer vos menus de manière alléchante sur notre plateforme de livraison se traduit par des ventes réelles.

## Faites découvrir votre commerce à de nouveaux clients.

Pendant la quarantaine de la COVID-19, 27 % des commandes de nourriture en ligne provenaient de clients qui ne connaissaient pas les restaurants, et 83 % d'entre eux ont déclaré qu'ils commanderont à nouveau dans le même restaurant.<sup>7</sup>

Cela permet aux entreprises de saisir de nouvelles opportunités tout en aidant les clients à se découvrir de nouvelles saveurs favorites.

Vous avez optimisé vos restaurants pour le service en salle, mais la livraison peut vous aider à mieux vous préparer aux situations imprévisibles. Lorsque vous ajoutez des options hors site, votre restaurant peut continuer à faire des ventes avec le même nombre d'employés.

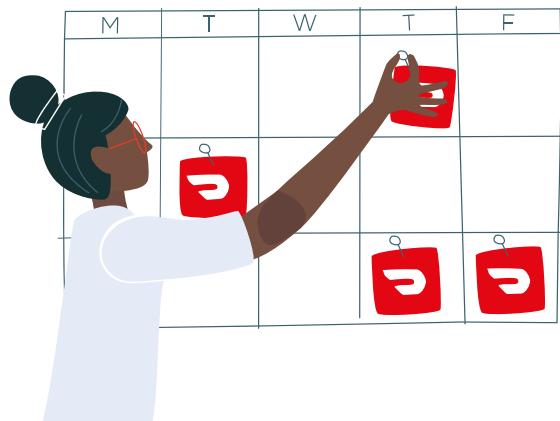
# Passez au niveau supérieur avec les avantages supplémentaires du service hors site.

La livraison ne se résume pas à la création de nouvelles occasions de croissance. À bien des égards, elle redéfinit ce que signifie être une entreprise dans le secteur de l'alimentation. Voici comment la livraison transforme les restaurants pour de bon.



## Voyez le déploiement des cuisines en nuage.

De plus en plus de chefs ouvrent des cuisines en nuage : des espaces de cuisine dédiés à la préparation des commandes à emporter et à livrer. En mettant l'accent exclusivement sur la cuisine, les restaurateurs et les chefs peuvent optimiser leurs opérations sans le coût (et l'espace) supplémentaire du service en salle. Pour ces cuisines, les plateformes technologiques comme DoorDash sont des partenaires essentiels : elles les mettent en relation avec des clients ayant une fringale et s'occupent de la livraison de bout en bout.



## Ne craignez plus les grosses commandes.

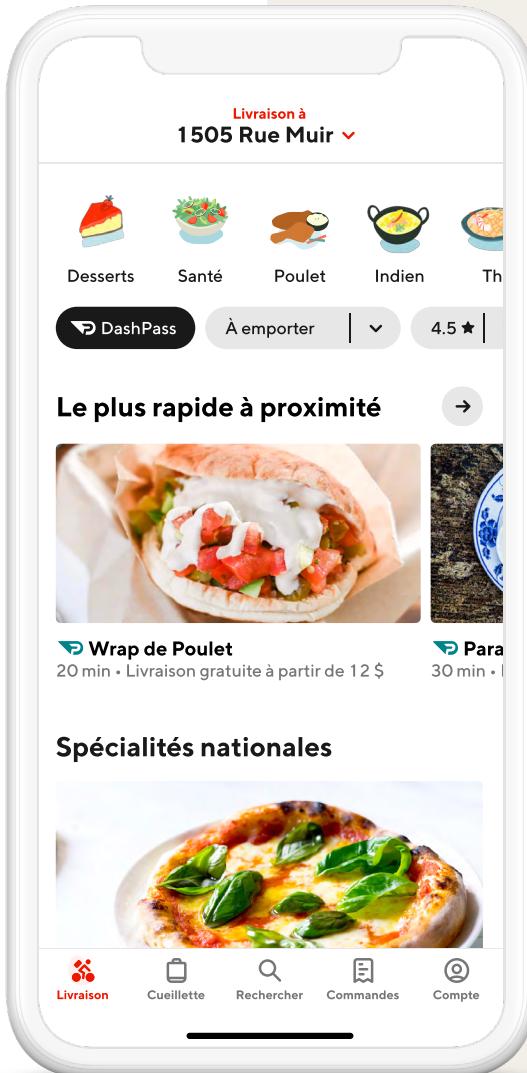
Un service de traiteur ne se définit pas uniquement par sa nourriture. Transporter de grandes commandes et les livrer à temps nécessite une expérience logistique et de la main-d'œuvre. Grâce aux fonctionnalités de traiteur et de commande groupée DoorDash, vous pouvez offrir en toute confiance un service de traiteur en sachant que vous avez le soutien d'une flotte de Dashers prêts à livrer. Pour les clients commerciaux, [DoorDash pour les entreprises](#) permet de créer des liens pour les commerces qui veulent offrir des repas aux employés, même lorsqu'ils travaillent à domicile.

## Constatez une augmentation de la fidélité des clients.

Vous avez déjà une foule de clients locaux. Mais pensez au nombre de clients fidèles supplémentaires que vous pouvez acquérir grâce à un partenaire d'application de livraison, surtout quand on sait que 80 % des clients qui s'inscrivent à une application de livraison ne la quittent jamais.<sup>8</sup>

# 1,5 million

De clients DoorDash sont actuellement abonnés à la DashPass de DoorDash pour commander fréquemment auprès des restaurants participants offrant la livraison gratuite.



Les clients de la restauration ne se lassent pas de leurs applications préférées et ont tendance à commander encore et encore dans leurs restaurants favoris.



CHAPITRE 3

# Démarrage

Comment fonctionnent les commandes  
à emporter et la livraison

# Comment ça fonctionne : la logistique hors site

Vous connaissez les avantages de la livraison, mais comment cela fonctionne-t-il réellement et par où doit-on commencer?

Comment faire pour que votre menu soit vu par les clients? Comment vont-ils commander? Et une fois qu'ils auront commandé, comment les aliments se rendront-ils de votre cuisine jusqu'à leur porte? La planification des commandes à emporter et des livraisons est complexe. Vous pouvez choisir de gérer la logistique vous-même ou de vous associer à DoorDash qui s'en chargera pour vous. Voici comment cela fonctionne.



## 1. Inscrivez-vous à DoorDash

Pour commencer à utiliser DoorDash, il vous suffit de [vous inscrire](#), de nous parler de votre restaurant et de télécharger votre menu. L'application DoorDash atteint environ 80 % de tous les clients en Amérique,<sup>9</sup> sans compter ses autres marchés dans le monde, pour vous mettre en relation avec des clients ayant une fringale sur DoorDash.



## 2. Préparer (et emballer) les commandes de nourriture

C'est simple : vous préparez et emballez les aliments, nous les livrons. Assurez-vous de tout prévoir pour que le transport de vos aliments soit impeccable. Pensez, par exemple, à emballer les sauces séparément, à placer les aliments chauds et froids dans des sacs séparés et à permettre à l'air de s'échapper des contenants de nourriture chaude. De notre côté, nous veillerons à ce que les aliments restent en bon état en les transportant avec soin dans des sacs de livraison isothermes, permettant de conserver les températures chaudes et froides, vers les bonnes destinations.<sup>10</sup>



## 3. Pour la prise en charge

Pour les commandes de livraison, sélectionnez un endroit où les Dashers peuvent les récupérer sans perturber les opérations. Et ils bougent vite. La livraison moyenne DoorDash arrive dans les 37 minutes suivant le passage d'une commande.<sup>10</sup> Vous savez donc que vos repas (et vos clients) sont entre de bonnes mains. L'application DoorDash vous permet de suivre vos commandes en temps réel, de sorte que vous sauvez exactement quand elles sont livrées à des clients heureux.

Déposez les commandes à emporter à un endroit où les clients peuvent facilement les prendre, par exemple près de la caisse.

# Vous préparer à servir des repas hors site

Un comptoir de yogourts glacés, une pizzeria et un restaurant de ramen ont chacun un ensemble de besoins de livraison différents. Ils nécessitent tous une planification unique. Pour s'assurer que le yogourt arrive congelé, que la pizza est bien chaude et que le bouillon de ramen arrive sans déborder, votre restaurant doit déterminer la meilleure façon de transporter les plats de choix de votre menu. Voici quelques éléments que chaque propriétaire doit prendre en considération lors de la transition vers des services hors site.

## LISTE DE VÉRIFICATION

### Se préparer à servir des clients en déplacement

- Parlez à votre personnel des commandes à emporter**, de la livraison et du rôle que chacun d'entre eux jouera. Dites au personnel de la cuisine de quelle manière il recevra et préparera les commandes. Assurez-vous que le personnel de service sait comment remettre les commandes de nourriture. Pour assurer des opérations fluides dès le départ, prenez le temps d'impliquer tout le monde et de les encourager à contribuer.
- Faites le plein de fournitures adaptées** comme des ustensiles jetables, des récipients transportables, des serviettes de table et des menus supplémentaires à inclure dans les commandes hors site. Avec l'augmentation des ventes de commandes à emporter et de livraison, vous devrez peut-être acheter plus d'ingrédients que d'habitude. Soyez prévoyants afin d'être prêt pour toute commande urgente.
- Établissez un plan logistique**, que vous décidiez de livrer vous-même les aliments ou de vous associer à une plateforme technologique tierce pour gérer la logistique à votre place.
- Contrôlez la qualité de vos aliments** en mettant en place des mesures pour garantir que la nourriture que vos clients mangent à la maison est de la même qualité que celle à laquelle ils s'attendent lorsqu'ils mangent dans votre restaurant. Standardisez la taille des portions, contrôlez les températures et sécurisez les emballages de transport afin que vos plats signature impressionnent, peu importe où ils sont servis.
- Faites la promotion de votre nouvelle offre** afin que les clients sachent que vous offrez des services de commandes à emporter et de livraison. Rejoignez une plateforme technologique comme [DoorDash](#), faites la promotion de vos options hors site sur votre site Web, et envisagez une campagne marketing pour que votre nouvelle offre soit vue et connue des clients.



# Vous joindre à DoorDash : Ce que vous obtenez et comment cela fonctionne

Lorsque vous vous joignez au Marketplace DoorDash, votre restaurant gagne de nouvelles occasions d'affaires passionnantes. Mais tout d'abord, il y a quelques étapes que chaque propriétaire de restaurant doit effectuer pour tirer le meilleur parti de la plateforme.



Voici comment vous pouvez vous joindre à la communauté des restaurateurs en ligne :



## Paramétrez votre espace Marketplace.

Le Marketplace de DoorDash accueille plus de 310 000 restaurants dans le monde.<sup>11</sup> Pour commencer, [créez un compte](#), remplissez les informations relatives à votre commerce et téléchargez votre menu. Une fois votre compte activé, vous commencerez à recevoir des commandes et des Dashers les livreront à vos clients!



## Explorez de nouveaux produits.

Lorsque vous vous joignez au Marketplace de DoorDash, vous avez des dizaines d'outils à portée de main qui peuvent vous aider à faire passer vos services hors site au niveau supérieur. Notre produit le plus populaire, **Essai gratuit**, vous aide à attirer de nouveaux clients en subventionnant leurs frais de livraison pour la première fois, et en présentant votre restaurant sur notre carrousel de marketing très vu. Avec **Commandez à nouveau et économisez**, vous pouvez offrir des rabais aux clients qui ont déjà mangé votre nourriture auparavant, et obtenir un positionnement sur leur page de recherche principale pour leur rappeler combien ils ont apprécié votre nourriture. Ces produits rendent vos clients heureux et sont rentables avec un retour sur investissement (ROI) considérable pour les restaurateurs.



## Mettez l'accent sur la nourriture. Sans stress logistique.

Que vous gérez la nourriture, le menu, ou les affaires de votre restaurant, vous pouvez vous détendre en sachant que DoorDash s'occupe de la livraison. Pas besoin d'embaucher ni de former le personnel de livraison, d'acheter ou d'entretenir des véhicules de livraison, non plus de vous soucier de savoir comment garder la crème glacée froide (ou la soupe chaude) en route vers le client. En tant que vétérans chevronnés de la livraison de nourriture, nous avons étudié et optimisé toute la logistique, ce qui signifie qu'avec DoorDash en tant que partenaire, vous pouvez continuer à vous concentrer sur ce que vous faites le mieux.

S'allier au [Marketplace de DoorDash](#) ne se limite pas au téléchargement de votre menu sur le site Web : cela vous permet de vous joindre à une communauté alimentaire en ligne qui s'intéresse à l'avenir. En six ans, DoorDash a mis en place une plateforme logistique soutenant 4 000 villes dans les 50 États américains, au Canada et en Australie.

Dans le cadre de l'initiative DoorDash « Livrer une bonne action », notre plateforme logistique soutient les efforts déployés par des restaurants comme le vôtre pour donner et transporter des surplus de nourriture et de fournitures à des organismes qui luttent contre la faim et à des banques alimentaires près de chez vous.<sup>12</sup> Ainsi, en devenant un partenaire de DoorDash, vous reliez votre restaurant à votre communauté... et au monde entier.





CHAPITRE 4

# Mettre à niveau de votre entreprise

Comment arrimer de nouvelles opérations  
aux anciennes

Où allez-vous trouver les contenants dont vous avez besoin pour servir les commandes à emporter? Comment allez-vous former les chefs à préparer des plats signature pour la livraison? Où le personnel du restaurant remettra-t-il les commandes aux travailleurs de livraison? Transporter des aliments d'un point A à un point B de manière efficace nécessite une planification minutieuse. Voici quelques facteurs à prendre en considération.

### Explorez de nouveaux produits.

Avant de commencer à conquérir de nouveaux clients, vous devez être vus et vous faire connaître. Téléchargez votre menu, rendez-vous visible sur les moteurs de recherche et décidez si vous voulez ou non vous joindre à une plateforme technologique comme [DoorDash](#) qui se charge de ce type de tâches pour vous.

### Faites la promotion de votre restaurant.

Qu'est-ce qui distingue votre restaurant des autres? Sur le marché en ligne, les marqueurs de différence identifiables font partie intégrante de ce qui permet aux restaurants d'attirer leurs clients. Pour être certain de ne pas vous fondre au décor, investissez dans le marketing mettant la livraison en vedette. Par exemple, ajoutez de belles photos culinaires à votre profil pour attirer les clients qui ont une fringale.

### Stocker des contenants pour emporter.

Avant de pouvoir commencer à vendre des aliments à emporter, vous avez besoin d'un inventaire de contenants de livraison stable. Recherchez-vous plutôt des contenants bon marché, écolos ou compacts? Votre menu nécessite-t-il un type spécial de récipients, un récipient qui peut facilement transporter des sauces et des liquides, par exemple? Pouvez-vous répondre aux 70 % des consommateurs aux États-Unis et au Canada qui préfèrent les marchandises écologiques<sup>13</sup> en leur permettant de renoncer aux ustensiles? (L'option de ne pas prendre d'ustensiles est offerte sur DoorDash.) Répondez à ces questions pour déterminer quel fournisseur de contenants à emporter convient à votre entreprise.

### Rattacher les éléments du service à la clientèle.

La nourriture est-elle arrivée à l'heure? La soupe était-elle chaude; le sushi est-il froid? Les réponses à ces questions, comme à d'autres, ont une incidence sur l'expérience d'un client avec votre service. Tout comme vous avez mis en place des mécanismes pour répondre aux besoins du service à la clientèle en salle, vous en avez également besoin lorsque vous servez des commandes hors site.

La meilleure partie de la livraison assurée par un tiers est peut-être que vous n'avez pas besoin de réinventer la roue. Les fournisseurs de logistique ont compris l'avant-scène et les coulisses de la livraison afin que vous n'ayez qu'à cuisiner. C'est vraiment aussi simple que cela. Utilisez l'activité suivante pour faire le point sur votre restaurant et déterminer comment la livraison s'intègre à votre programme actuel.

## AUTO-ÉVALUATION

# Votre restaurant est-il prêt à offrir la livraison?

### Actuellement, comment acceptez-vous les commandes hors site?

- De manière numérique (par une tablette ou un système en PDV)
- Par courriel
- Par fax



DoorDash vous permet de recevoir des commandes d'une manière qui convient à votre entreprise. Lors de la création de votre compte DoorDash, choisissez la méthode que vous utilisez actuellement. Cela vous permettra d'assurer une transition en douceur.

### À quelle fréquence vous retrouvez-vous avec un surplus d'ingrédients?

- Jamais
- Parfois
- Tout le temps



1,6 milliard de tonnes de nourriture sont gaspillées chaque année dans le monde.<sup>14</sup> La livraison peut vous aider à minimiser le gaspillage alimentaire et à mieux gérer votre approvisionnement. Grâce au portail du commerçant de DoorDash, vous aurez accès à des données claires et exploitables qui vous permettront de mettre en évidence les articles contenant des ingrédients en trop et d'identifier les plats les plus populaires auprès des clients.

### Quelle clientèle ciblez-vous actuellement avec votre restaurant?

- Des clients plus jeunes (générations Y et Z)
- Des familles et des clients adultes (génération X)
- Des gens plus âgés (baby-boomers)



La livraison est pour tout le monde. Dans la culture actuelle axée sur la consommation à la demande, les clients de tous âges adoptent la restauration hors site pour sa commodité et sa facilité. Vous n'avez qu'à passer le mot à vos clients importants que vous êtes sur DoorDash, et nous vous aiderons à attirer une vaste nouvelle clientèle.

### En général, quels secteurs démographiques servez-vous actuellement?

- Courriel
- Marketing traditionnel (dépliants, annonces dans les journaux)
- Site Web/SEO
- Qui repose sur le trafic piétonnier
- Réseaux sociaux



Les plateformes technologiques tierces atteignent les clients par tous les canaux afin d'accroître la notoriété des marques. DoorDash aide votre restaurant à se démarquer sur les moteurs de recherche, dans les réseaux sociaux, sur notre application et en personne, avec du matériel marketing que vous pouvez afficher ou distribuer. Considérez-nous comme votre directeur du marketing intégré.



## Activer le service de livraison

Comme vous pouvez le voir, offrir la livraison peut être aussi simple que de traiter plus de commandes par jour à l'aide des fournitures, du personnel et du budget marketing que vous avez déjà. Offrir la livraison et les commandes à emporter avec une plateforme tierce est un excellent moyen de moderniser votre entreprise pratiquement du jour au lendemain. Donc, si vous êtes impatients de monter à bord, c'est le moment d'en faire l'essai et de voir à quel point ces services ont un impact sur vos affaires.



## CHAPITRE 5

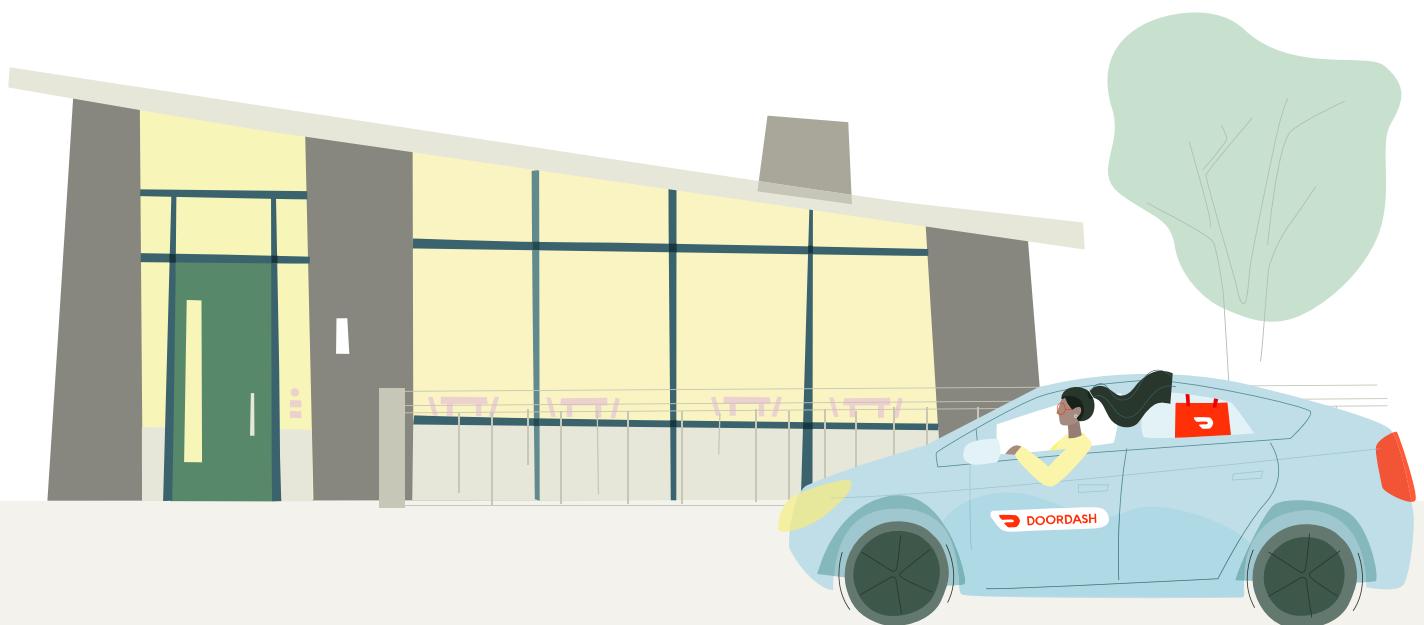
# Regarder vers l'avenir du futur

Tendances à venir dans la restauration...  
et comment avoir une longueur d'avance

# De nouveaux horizons pour les services hors site

Le secteur de la restauration se présente chaque jour sous un visage différent et les clients sont à la recherche de nouveaux moyens innovants pour satisfaire leur amour de la bonne bouffe. Pour que vos clients soient satisfaits et que votre entreprise reste viable dans n'importe quel contexte, il est important de prendre le pouls du marché et de s'adapter. Voici un aperçu de l'évolution actuelle de l'industrie et de certains des changements à venir auxquels nous nous attendons.

Il y a dix ou quinze ans, la simple idée de penser à commander de la crème glacée à emporter relevait de la science-fiction. Aujourd'hui, il y a des milliers de restaurants qui proposent des gâteries glacées par livraison tous les jours. Le marché réagit rapidement, au fur et à mesure que le comportement des consommateurs évolue et que les capacités de livraison s'améliorent.



# Prenez la voie écolo pour les commandes à emporter et la livraison



**70 % des consommateurs** aux États-Unis et au Canada préfèrent les marchandises durables.<sup>15</sup>

Au fur et à mesure que les ventes de commandes à emporter et de livraison augmentent, trouver des moyens d'attirer ces consommateurs démontre que vous partagez leurs préoccupations.

1

## Permettez-leur de renoncer aux ustensiles.

Des services tiers comme DoorDash offrent aux clients la possibilité de refuser les ustensiles jetables. Cela permet non seulement de séduire les consommateurs soucieux de l'environnement, mais aussi de réduire les déchets et les coûts.

2

## Pensez aux contenants réutilisables.

Au lieu de la mousse de polystyrène ou d'emballage en carton, passez à des contenants réutilisables pour que les clients puissent les laver et les réutiliser.

3

## Réduisez les condiments.

Les commandes de livraison débordent souvent de sachets de condiments comme du sel et du poivre ou du ketchup. En réduire la quantité pour ne donner que la quantité nécessaire peut être bénéfique pour vous et vos clients à long terme (s'ils en demandent plus, c'est autre chose).

4

## Évitez les pailles en plastique.

Du papier au verre en passant par le métal et le bambou, il y a une sélection croissante de pailles réutilisables sur le marché. Depuis 2014, la demande mondiale de pailles réutilisables a augmenté de plus de 12 % chaque année<sup>16</sup> et devrait continuer de croître. Il est donc possible que vos clients aient déjà leurs propres pailles réutilisables à la maison. Soutenez-les dans leurs efforts pour réduire leur utilisation de pailles en plastique.

# Nouvelles tendances hors site à connaître

Outre la durabilité, d'autres tendances passionnantes caractérisent le secteur, dont beaucoup sont rendues possibles par les services hors site.



## Boissons alcoolisées à emporter

Aujourd’hui, les restaurants ne se contentent pas de préparer des plats à livrer, ils préparent aussi des cocktails. Les lois locales diffèrent, mais, de plus en plus, les restaurants peuvent offrir des boissons alcoolisées. Cette option hors site change la donne, génère des revenus et ravit les clients fidèles.



## Commerce de détail de la restauration

Qu'il s'agisse de produits alimentaires gourmet ou de produits de marque, les clients aiment soutenir leurs restaurants préférés et magasiner en même temps. Offrir des produits emballés comme des sauces en bouteille et des pâtes sèches ou même des fournitures commerciales comme du papier hygiénique, du désinfectant pour les mains et des serviettes en papier est un excellent moyen de s’engager auprès de votre communauté lorsque les ventes de repas sont instables.



## Livraison sans contact

Pour préserver la santé et la sécurité des Dashers et des clients, DoorDash propose une livraison sans contact, où les commandes sont déposées devant la porte du client, avec la possibilité pour ce dernier de donner des instructions supplémentaires.<sup>17</sup>



## La livraison, réinventée

Lorsque la salle à dîner n'est pas une option, certains restaurants proposent des trousseaux repas qui peuvent être livrés et préparés ultérieurement, ou des portions plus grandes pour les familles. D'autres restaurants vendent les ingrédients les plus demandés à la carte. En écoutant leurs clients, les restaurants peuvent répondre à leurs besoins immédiats.

Nous constatons des changements tous les jours... et nous ne nous attendons pas à ce que cela ralentisse bientôt. Pour persévérer et servir votre nourriture dans un marché changeant, il est important de s'assurer de satisfaire les plus grands besoins de vos clients.

## DEVINETTE

# Pouvez-vous deviner où se dirige le marché?

Pouvez-vous prédire la part de marché que le hors site devrait prendre? Pour le savoir, répondez au questionnaire.

1

Le secteur mondial de la livraison de nourriture était évalué à 82 milliards de dollars en 2018, mais on s'attend à \_\_\_\_\_ d'ici 2025.

2

Aux États-Unis, la livraison de nourriture en ligne devrait afficher un taux de croissance annuel de \_\_\_\_\_ résultant en un volume de marché de \_\_\_\_\_ d'ici 2024.

3

Le chiffre d'affaires de livraison en ligne le plus élevé (dans le monde) est généré à \_\_\_\_\_, où est attendu un taux de croissance annuel de \_\_\_\_\_ résultant en un volume de marché de \_\_\_\_\_ 2024.

4

\_\_\_\_\_ des consommateurs affirment qu'ils soutiendront davantage les entreprises locales à l'avenir.

5

\_\_\_\_\_ des personnes interrogées déclarent qu'elles consomment actuellement plus de trois boissons alcoolisées par semaine.

6

Les ventes d'alcool en ligne sont en hausse de \_\_\_\_\_ de plus que l'an dernier.

7

\_\_\_\_\_ des consommateurs disent qu'ils mangent actuellement moins de restauration rapide qu'avant.

8

Pour les restaurants aux États-Unis uniquement, les ventes par \_\_\_\_\_ du total canaux numériques sont en bonne voie d'atteindre des ventes d'ici 2025.

## Answers

1) 200 milliards de dollars<sup>18</sup>

5) 25 %<sup>21</sup>

2) 5,1%, 29 222 millions de dollars<sup>19</sup>

6) 243 %<sup>21</sup>

3) Chine, 7,0 %, 60 258 millions de dollars<sup>20</sup>

7) 45 %<sup>21</sup>

4) 38 %<sup>21</sup>

8) 30 %<sup>22</sup>



CONCLUSION

# Continuer à grandir chaque jour

Adoptez les commandes à emporter et la livraison  
à votre manière

Chez DoorDash, nous savons que nos restaurants partenaires sont très occupés : commander les ingrédients, former le personnel sur place et, plus important encore, innover dans des plats nouveaux et délicieux qui incitent les clients à revenir. Laissez-nous vous débarrasser des services hors site.

**Nous sommes ici en tant que partenaire pour gérer, clé en main, les opérations de livraison et vous aider à promouvoir votre entreprise sur les canaux numériques et en personne.**

Nous proposons également un ensemble de services de marketing et de [produits populaires DoorDash](#).

Avec un vaste éventail de clients aux États-Unis, et bien d'autres au Canada et en Australie, DoorDash peut vous aider à faire connaître votre entreprise. Nous aidons les commerçants de DoorDash dans de nombreux aspects de leur croissance en leur présentant de nouveaux clients, de nouvelles sources de revenus et des possibilités hors site qui évoluent parallèlement aux tendances du secteur.





# Êtes vous prêt à développer votre entreprise avec DoorDash ?

- 1. Inscrivez-vous à DoorDash.** Allez sur [get.doordash.com](https://get.doordash.com) et entrez les informations relatives à votre entreprise.
- 2. Recevez des commandes.** Une fois votre compte activé, votre équipe prépare les commandes.
- 3. Proposez un service de livraison ou à emporter.** Permettez à vos clients de recevoir leur commande, où qu'ils soient.

[Inscription gratuite](#)

Discutez avec un responsable commercial.

**Contactez nous** Ouappelez le **1-855-554-5779** (du lundi au samedi).

# Vous voulez en savoir plus sur les solutions de DoorDash pour les commerçants ?



Téléchargez votre exemplaire gratuit  
[du Guide 2020 des solutions pour les commerçants →](#)

# Sources

1. SinglePlatform, "[How to Increase Online Delivery Orders for Your Restaurant](#)"
2. Upserve, "[22 Online Ordering Statistics Every Restaurateur Should Know in 2020](#)"
3. TIME, "[What Take-Out Food Can Teach You About American History](#)"
4. Los Angeles Times, "[How food delivery apps have changed the game for restaurants](#)"
5. Nation's Restaurant News, "[Restaurant takeout and delivery are taking a bite out of dine-in traffic](#)"
6. Facebook, "[2019 Restaurant Trends and Insights Report](#)"
7. DoorDash and Technomic, "[Food Service Impact Monitor Report](#)"
8. McKinsey and Co., "[The changing market for food delivery](#)"
9. DoorDash, "[Here's How Restaurants Can Bring In More Business With Less Effort](#)"
10. DoorDash, "[How Restaurants Maintain Control With Delivery](#)"
11. DoorDash, "[DoorDash for Merchants Homepage](#)"
12. DoorDash, "[Delivering Good Landing Page](#)"
13. Barron's, "[Two-Thirds of North Americans Prefer Eco-Friendly Brands, Study Finds](#)"
14. Food and Agriculture Organization of the United States, "[Food wastage: Key facts and figures](#)"
15. Barron's, "[Two-Thirds of North Americans Prefer Eco-Friendly Brands, Study Finds](#)"
16. IMARC, "[Reusable Straw Market: Global Industry Trends, Share, Size, Growth, Opportunity and Forecast 2020-2025](#)"
17. DoorDash, "[No Contact Delivery Landing Page](#)"
18. Forbes, "[The Soon To Be \\$200B Online Food Delivery Is Rapidly Changing The Global Food Industry](#)"
19. Statista, "[Online Food Delivery Outlooks \(United States\)](#)"
20. Statista, "[Online Food Delivery Outlooks \(China\)](#)"
21. Restaurant Business, "[How Will The COVID-19 Crisis Change Consumer Dining Behavior?](#)"
22. Facebook, "[2019 Restaurant Trends and Insights Report](#)"



## À propos de DoorDash

DoorDash est une entreprise mondiale de technologie qui met en relation les consommateurs avec leurs entreprises locales et nationales préférées. Fondée en 2013, DoorDash permet aux compagnies locales de répondre aux attentes des consommateurs en matière de facilité et proximité dans l'économie actuelle centrée sur l'utilité et la convenance. En construisant l'infrastructure logistique du dernier kilomètre pour le commerce local, DoorDash rapproche les communautés, une commande à la fois. Commencer au [get.doorDash.com](http://get.doorDash.com).

