



2 Nov 2011

Communiqué de presse

Yield Management en France et aux Etats-Unis

Chute de l'intérêt des consommateurs américains envers les « deals du jour » du type Groupon

Le yield management a pour but d'améliorer la fréquentation d'un établissement par la mise en œuvre d'une stratégie prix très attractive et ponctuelle pour sa clientèle et ses prospects. Groupon est une des références en terme de yield management et propose chaque jour un nouveau bon plan sortie à ses membres.

Selon CHD Expert, un peu moins d'un tiers des restaurants à table interrogés en France pratiquent des réductions spécifiques au sein de leur établissement au-delà des formules, menus, plats du jour proposés au sein de leur carte (il s'agit de promotions ponctuelles, coupons, deals, formules spéciales, etc.). Les restaurants sont les plus nombreux à pratiquer ce type de démarches, 36% des restaurateurs interrogés affirment l'utiliser. Alors qu'uniquement 18% des cafés-restaurants / brasseries déclarent utiliser ce type de promotions.

Pour un peu plus de la moitié des établissements pratiquant ce type de remises, ces actions promotionnelles ont pour ambition d'accroître la fréquentation (51%). C'est un objectif de mise en avant/découverte du point de vente qui est la raison suivante (41%)...

Aux Etats-Unis, Groupon a vu son trafic baisser de 25% durant la dernière semaine du mois d'août comparativement à la deuxième semaine de Juin 2011. « Avec la croissance du nombre de nouveaux arrivants sur le marché des « deals du jour » on commence à ressentir une saturation du marché et une fatigue du consommateur américain » affirme Matt Pace, un manager de Compete, entreprise de consulting en marketing. Cependant, il indique que la saisonnalité peut expliquer en partie cette diminution du trafic.

Il existe des centaines de sites proposant des « deals du jour » et un nombre très important d'entreprises propose des coupons de réductions et autres promotions similaires. Les consommateurs commencent à ressentir une fatigue par rapport au nombre d'emails de promotion reçus quotidiennement. John Long consultant au sein de l'entreprise Kurt Salmon affirme qu'il est vraisemblable que le nombre de sites proposant des deals soit plus important que la demande des consommateurs.

Malgré cette perte de vitesse estivale les sites de « deals » continuent à obtenir du succès. La société Experian indique que le trafic envers Groupon entre août 2010 et août 2011 a accru de 163% alors que le nombre de visites a augmenté de 358% durant la même période pour leur concurrent LivingSocial.

Du côté des restaurants indépendants participant aux promotions, les résultats paraissent séduisants. Une étude de marché effectuée par Technomic aux Etats-Unis révèle que 51% des restaurants ayant participé à des « deals du jour » sont satisfaits des résultats et 46% pensent que leurs deals ont apporté un bon retour sur investissement.

* Sources :
CHD Expert - [Baromètre de la Restauration à Table](#)
Jayne O'Donnell, USA TODAY - [Websites selling daily deals lose luster](#)
Technomic, Inc. - [Technomic finds the jury's still out on online daily deals](#)

A propos de CHD Expert

CHD Expert est le leader mondial de la Collecte, Gestion et Analyse de l'Information marketing sur les marchés de la Consommation Hors Domicile (CHD).

Depuis plus de 10 ans, CHD Expert assiste (en Europe, Amérique du Nord et Asie Pacifique) les fournisseurs et les principaux acteurs de ces marchés, en leur fournissant une vision globale et une meilleure compréhension de la CHD. Avec sa base de données de plus de 4 millions d'opérateurs, ses outils web ou ses études de marchés, CHD Expert accroît l'efficacité des actions commerciales et marketing de ses clients.

Pour plus d'informations, n'hésitez pas à nous contacter - Tél : 01 73 73 42 00 – nnouchi@chd-expert.com