

Foodtastic

Mieux faire connaître ses produits auprès du public cible pour accroître sa part de marché



Pour faire la promotion de son nouveau service de repas à emporter, ce franchiseur québécois s'est tourné vers la solution Courrier de quartier de Postes Canada^{MC}.

Foodtastic naît d'une véritable passion pour l'industrie de la restauration. L'équipe lance son premier projet, La Belle et la Bœuf, en 2012. Quatre ans plus tard, elle décide de devenir une entreprise de restauration multimarques. Grâce à ses connaissances approfondies du secteur du franchisage, Foodtastic crée de nouveaux concepts et acquiert de grandes marques, comme Les Rôtisseries Benny et Les Rôtisseries Au Coq. Aujourd'hui, l'entreprise gère plus de 370 restaurants et poursuit sa croissance rapide.

Avec l'arrivée des restrictions liées à la COVID-19, Foodtastic doit vite s'adapter en passant exclusivement à un système de repas livrés ou à emporter.

Forte du service de livraison déjà en place aux Rôtisseries Benny et aux Rôtisseries Au Coq, l'entreprise met rapidement sur pied une solution gagnante. Elle augmente ainsi sa part de marché, diversifie son offre et fait croître les enseignes nouvellement initiées à la livraison de repas, tout en prenant soin de mettre en valeur celles qui proposaient déjà l'option.

Pour mieux s'adapter à la situation, elle étend aussi la livraison par un tiers à d'autres enseignes. Aujourd'hui, la totalité des enseignes de Foodtastic offre des services de livraison de repas.

La clé du succès

Pour tirer son épingle du jeu, Foodtastic ne fait pas les choses à moitié.

Sa première stratégie : agrandir les zones de livraison pour arriver à livrer des repas dans un plus grand nombre de secteurs. L'entreprise ne s'arrête pas en si bon chemin. Elle remanie ensuite ses sites Web, ce qui lui permet d'améliorer l'expérience en ligne, de renforcer sa stratégie de vente et de traiter encore plus de commandes.

Pour finir, elle adapte l'ensemble de ses stratégies de marketing et de communication en priorisant l'expérience client, les stratégies de vente et le ciblage de la clientèle.

Pour savoir comment Postes Canada peut vous aider à optimiser votre stratégie marketing, allez à postescanada.ca/marketingintelliposte.



Marketing Intelliposte^{MC}
Connecter. Captiver. Convaincre.

Élaborer une stratégie de marketing efficace

Pour faire connaître ses tout nouveaux services de repas à emporter, Foodtastic décide de créer une stratégie de publipostage.

Postes Canada l'aide alors à mitonner une campagne de masse accrocheuse en utilisant divers critères de ciblage afin de déterminer où et quand distribuer ses envois Courrier de quartier^{MC} pour qu'ils génèrent un achalandage optimal.

L'analyse des données de Postes Canada permet à Foodtastic de cerner les secteurs les plus prometteurs pour l'envoi de son publipostage.

L'application Cibleur précis^{MC} de Postes Canada s'avère particulièrement utile pour l'établissement du plan initial.

« L'équipe chargée des données et du ciblage à Postes Canada nous a donné un bon coup de main et a su être à l'écoute de nos besoins », souligne Patricia Iacampo, directrice du marketing à Foodtastic.

La campagne alliant publipostage et numérique a visé dans le mille : malgré le contexte difficile, Foodtastic est parvenue à faire adopter son service de plats à emporter.

Résultats

L'équipe a signalé une augmentation notable des commandes et des ventes après chaque envoi. Son service de plats à emporter, maintenant bien établi, pourra l'aider à traverser d'autres mesures de confinement si la situation devait se reproduire.

En janvier 2021, les ventes du volet des repas à emporter des Rôtisseries Au Coq ont augmenté de 21,7 % par rapport à la même période l'année précédente. La valeur moyenne des commandes a elle aussi augmenté et se chiffre désormais à 27,37 \$, comparativement à 25,88 \$.

Foodtastic poursuit son évolution et fait l'acquisition de nouvelles enseignes, notamment L'Gros Luxe, Tommy Café, La Chambre, Second Cup, Milestones et Copper Branch,

Pour en savoir plus sur la façon dont nous pouvons vous aider à prospérer, communiquez avec votre représentant à Postes Canada ou appelez-nous au **1 866 282-8053**.



« Nous sommes très satisfaits de Postes Canada et de ses équipes, déclare Mme Iacampo. Les nombreux outils mis à notre disposition nous ont permis d'optimiser notre stratégie de publipostage et d'évaluer l'efficacité de chacun de nos envois. »

Patricia Iacampo

Directrice du marketing

en plus d'ouvrir d'autres restaurants et d'augmenter sa part de marché dans l'industrie de la restauration rapide.

Depuis le début de la pandémie, Foodtastic ne s'est pas contentée de se maintenir à flot. En adoptant sans tarder une campagne de marketing judicieuse, l'entreprise a su assurer non seulement sa croissance actuelle, mais aussi sa prospérité à long terme.



Marketing Intelligeste^{MC}
Connecter. Captiver. Convaincre.