

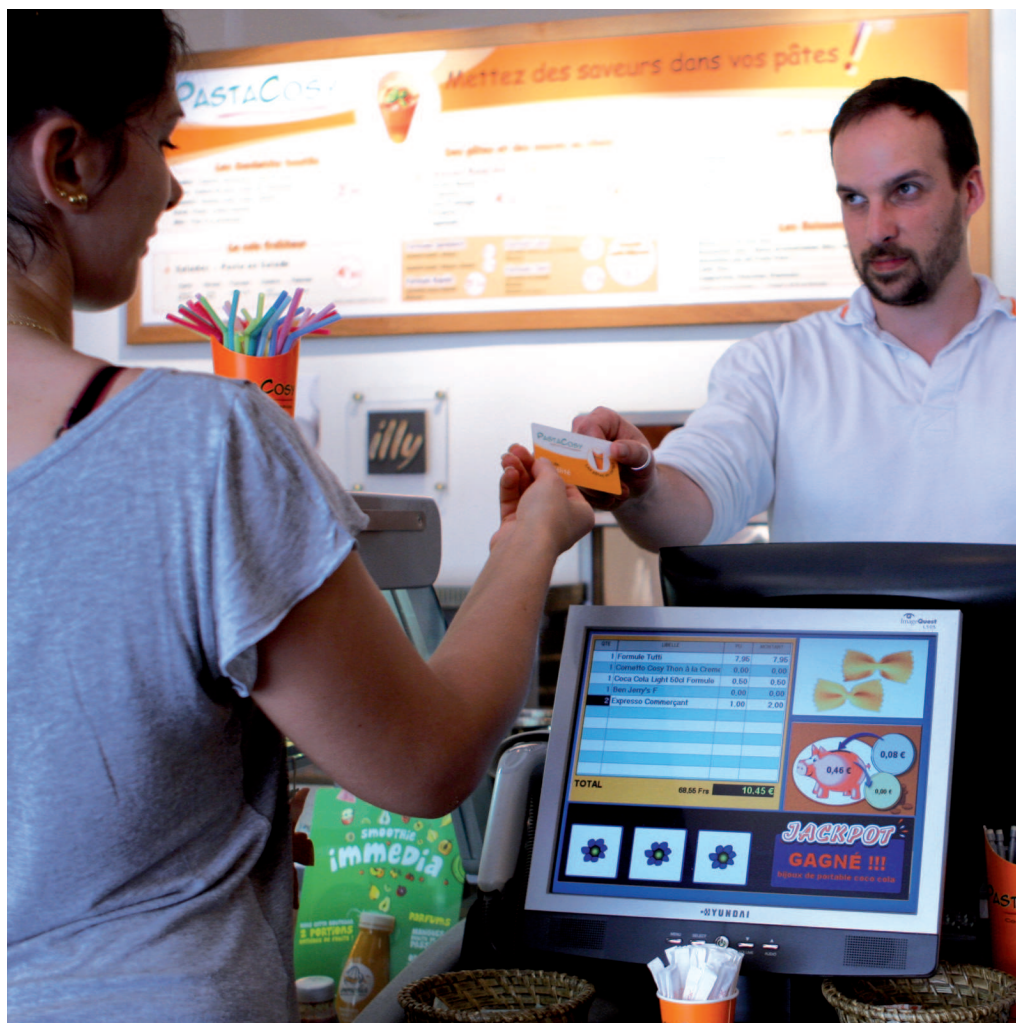
## AVEC SA CARTE, PASTACOSY TIRE

*Lancé en 2005, le concept de restauration rapide PastaCosy, qui comptera 20 adresses cet été, a d'emblée mis en place un système de fidélisation par carte. Les clients disposent aussi d'un support-tirelire électronique pour les avoirs sur les titres restaurant et participent à une loterie à chaque passage en caisse.*

**A**vec 20 000 titulaires de cartes enregistrées depuis 2005, l'enseigne semble avoir réussi son pari : créer une relation durable avec son hôte et l'accueillir dans la communauté PastaCosy. Le système est simple d'utilisation. Lors de son premier passage à la caisse, le client se voit remettre une carte à codes-barres. En la scannant à l'aide d'un système de douchette, l'opérateur ouvre automatiquement une cession « nouveau client » dans le module fidélité du système d'encaissement Mencom de Menlog Informatique. Une fiche d'identification apparaît sur l'écran. Il suffit alors de renseigner un ou plusieurs champs, puis d'activer la carte. L'enrichissement des données se fait ensuite à chacun des passages du client pour éviter de le mobiliser trop longtemps la première fois. «Ce système ne constitue pas un énième programme de fidélité qui se contente de cumuler des points à chaque passage (ici 1 à 2 % du montant de l'addition), explique Frédéric Cloteaux, cofondateur. C'est aussi un service à valeur ajoutée dont le but est d'inciter le client à revenir.»

### UN PAIEMENT FACILITÉ

C'est pourquoi la carte est aussi une sorte de tirelire virtuelle. À chaque paiement par titre restaurant (70 % des moyens de paiement), le titulaire, s'il ne consomme pas la totalité de la valeur faciale, peut y cumuler des avoirs.



### LA LOTERIE EST UNE MISE EN SCÈNE INTELLIGENTE DES CADEAUX PUBLICITAIRES OU D'OPÉRATIONS MARKETING PLUS LARGES

Fini le stockage de papiers souvent égarés ou de cartons-tampon généralement oubliés. Ce crédit cumulé permet ensuite de payer ou de compléter un règlement. Mais surtout de rester fidèle à l'enseigne. Les fondateurs de PastaCosy ont pris en compte chaque détail dans le choix de leur terminal point de vente : une caisse tactile

double écran, l'un côté facturation-encaissement, l'autre côté client. Une manière de rester transparent, de communiquer et de permettre au client de suivre la progression de la facturation (double contrôle). L'affichage très graphique l'informe de la somme qu'il place en tirelire et de ses points accumulés.

### UNE APPROCHE LUDIQUE

L'autre grande originalité du système est le module Jackpot qui enclenche à chaque fin de paiement une loterie. À la façon des machines à sous, des rouleaux tournent et s'arrêtent pour révéler ou non un gagnant. La mise

7 À 8 K€ D'INVESTISSEMENTS AVEC TPV  
(TERMINAL POINT DE VENTE) DOUBLE ÉCRAN  
0,80 € LA CARTE AVEC CODE-BARRES

# LE GROS LOT



Grâce à une caisse double écran, le client suit la progression de sa facturation et constate s'il a gagné.

## FOCUS

### 5 ATOUTS POUR LE CLIENT

- La mise en tirelire des avoirs des titres restaurant
- Le paiement électronique
- La récompense du cumul des points fidélité (% de l'addition)
- La participation automatique à une loterie à chaque passage
- L'approche ludique du paiement

### 6 AVANTAGES POUR LE RESTAURATEUR

- Créer une récurrence des visites
- Constituer une base de données clients
- Lancer des opérations ciblées de marketing direct
- Mettre en scène des produits publicitaires ou une offre découverte
- Gérer facilement et rapidement les avoirs sans manipulation
- Laisser une carte de visite au client et des raisons de revenir

© Emilia ROUY

en scène s'accompagne de signaux sonores appropriés lors de la rotation virtuelle des rouleaux et de la victoire. «Les clients peuvent gagner des lots qui vont du polo publicitaire à la casquette, en passant par des imprimantes informatiques ou encore des téléphones portables, et sans doute cette année un voyage», souligne Frédéric Cloteaux\*. C'est aussi une mise en scène intelligente des cadeaux publicitaires des partenaires ou

encore d'opérations marketing plus larges sur le point de vente. «Le logiciel nous laisse la possibilité, suivant des règles validées par huissier, de paramétrer l'outil même si la loterie reste aléatoire (selon le nombre de lots à mettre en jeu par exemple). Une façon originale et ludique de transformer la fameuse «douloureuse» en moment de plaisir et de faire de PastaCosy un lieu de destination à part entière. ●



**DONNEZ VOTRE POINT DE VUE  
SUR CET ARTICLE EN CONTACTANT  
PFEDELE@NEORESTAURATION.COM**

\*Le don ne doit pas être supérieur à 7 % du montant des achats. L'algorithme se calcule sur la moyenne des achats du client depuis la création de la carte (ou du dernier lot gagné).