

McDonald's zet personalisatie in tegen dalende omzet

11-12-2014 10:13

McDonald's wil zijn tegenvallende omzetten een impuls geven door klanten zelf hun eten te laten samenstellen via touchscreens. Op de schermen in de restaurants van de fastfoodketen kunnen klanten aangeven welke saus, groenten en vlees ze op hun broodje willen.

McDonald's is al gestart met het testen van het zogenoemde Create Your Taste-programma. Dit doet de keten op zowel thuismarkt Amerika als in andere landen. Eind 2015 moeten tweeduizend van de in totaal veertienduizend Amerikaanse vestigingen voorzien zijn van het Create Your Taste-programma. Wanneer de gepersonaliseerde menu's naar Europa komen is nog onbekend.

In de Verenigde Staten daalden de verkopen van de keten in november met 4,6 procent, de grootste maandelijkse krimp in tien jaar. In Europa lieten de verkoopcijfers een krimp van twee procent zien, als gevolg van tegenvallende resultaten in Rusland, Frankrijk en Duitsland. Wereldwijd namen de verkopen met 2,2 procent af.