McDonald’s ziet omzet verdubbelen aan de kiosk

24-01-2019 16:13

De gemiddelde orderwaarde op digitale bestelzuilen ligt bij McDonald’s in Nederland anderhalf tot twee keer hoger dan bij een reguliere kassa. Daarnaast biedt die de mogelijkheid tot tafelbediening, wat ook voor meer omzet zorgt. “De kiosk is een kleine revolutie”, aldus digital lead Rik Vandewall van de fastfoodketen tijdens de Webwinkel Vakdagen.

Dat klanten bij een zuil meer kopen heeft volgens Vandewall te maken met het wegnemen van *queuestress*. “Bezoekers hebben bij een bestelzuil minder stress dan wanneer ze aan de kassa in de rij moeten staan, bij een medewerker en met gasten achter zich.” Ook de tafelservice, die via de kiosk digitaal wordt gefaciliteerd, zorgt volgens hem voor meer omzet.“Mensen verwachten het niet bij McDonald’s, want dat was toch die fastfoodketen?” Bediening aan tafel wordt dit jaar uitgebreid van de huidige honderd naar zeker 150 Nederlandse restaurants.

Ook bezorgservice McDelivery levert McDonald’s volgens Vandewall veel extra omzet op. Tachtig tot 85 procent van de bestellingen komt van klanten die anders niet naar de fastfoodketen waren gekomen. Inmiddels is de dienst in tien steden actief en ligt er een plan om de komende jaren alle grote en middelgrote steden af te dekken.

Vandewall zegt verder dat de app, die een miljoen actieve gebruikers per maand heeft, goed is voor vijf procent van de totale omzet. De applicatie heeft geen bestelfunctie, maar zorgt via gepersonaliseerde kortingscoupons

voor een groei in het aantal transacties. “De app geeft mogelijkheid korting te geven waar het nodig is, in een doelgroep die gevoelig is voor *value*”, zegt Vandewall. Hij doelt erop dat zeventig procent van de appgebruikers tussen de zestien en 34 jaar oud is.

Lees alles over de digitale transformatie van McDonald’s in Nederland op RetailTrends.