

Pizza Hut opère sa révolution digitale avec la plateforme drive-to-store BRIDGE de Leadformance

Pour soutenir sa croissance Pizza Hut a amorcé un vaste projet de refonte de ses sites web à l'échelle européenne. L'enjeu pour la marque leader mondial de son marché : offrir une expérience unique à ses clients quel que soit le pays où ils se trouvent et le device utilisé - web fixe et mobile. Le projet intègre deux volets : l'uniformisation des sites et le déploiement de store locators, qui permettront d'optimiser le référencement local de l'enseigne dans les pays où elle est implantée. En compétition avec une autre solution américaine, Pizza Hut a sélectionné la solution BRIDGE de [Leadformance](#), leader des solutions web-to-store en Europe et filiale de [SoLocal Group](#),

Grâce à la plateforme drive-to-store BRIDGE, chaque restaurant disposera de sa propre page web : un mini-site personnalisé mettant en avant les informations pratiques de celui-ci. L'internaute retrouvera ainsi très facilement le téléphone, l'adresse, les horaires d'ouverture, la localisation géographique ainsi que la présentation des services de Pizza Hut. Les store locators intégreront également différentes fonctionnalités telles que la réservation en ligne pour les restaurants « Dine-in » et la livraison à domicile (pour les unités « Delivery ») afin de dynamiser les ventes.

Plusieurs pays ont déjà mis en place leur store locator comme l'Allemagne, la Pologne ou Malte et beaucoup d'autres sont prévus dont l'Espagne et le Portugal. Le déploiement de BRIDGE est effectif en Pologne depuis juillet dernier, Malte depuis août. Il le sera en Allemagne fin novembre. L'objectif majeur est d'augmenter le trafic naturel pour des requêtes locales type « Pizza + Ville ». Au-delà du trafic, le store locator va rediriger le consommateur vers le site de vente en ligne, ceci de manière transparente pour lui.

Pizza Hut, division du groupe Yum! (KFC, Taco Bell) qui affiche une croissance à deux chiffres, est présente dans plus de 100 pays dans le monde dont 29 en Europe et possède plus de 1 400 restaurants en Europe dont 150 en France.

« Leader de son marché, Pizza Hut a depuis sa création toujours placé l'innovation au cœur de sa réussite : l'enseigne fut en effet pionnière dans les prises de commande sur Internet, dans le lancement de nouveaux services tels que la livraison en moins de trente minutes, la commande de produits sur Playstation, Xbox et maintenant Messenger avec les chatbots. Le digital est un élément essentiel de notre business model. Nous sommes sur un marché très concurrentiel notamment au niveau des recherches locales, avec de nouveaux acteurs très digitaux. Par ailleurs, les usages de nos clients ont eux aussi évolué vers une utilisation plus mobile. Harmoniser nos sites afin d'optimiser notre référencement dans les moteurs de recherche et offrir une expérience unique à nos clients avec un parcours digital optimisé est une étape majeure dans la consolidation de notre leadership. C'est la raison pour laquelle nous avons sélectionné la solution BRIDGE de Leadformance » **déclare Olivier Guilhot, Directeur digital de Pizza Hut Europe.**

« Nous avons déployé le 1^{er} store locator en Pologne cet été et constatons déjà des premiers résultats probants. La part du trafic SEO sur les pages locales des restaurants est 50 % plus importante en comparaison des autres pages du site web de l'enseigne. Par ailleurs, toujours en comparaison des autres pages du site web de l'enseigne, les store locators génèrent 16% de nouveaux visiteurs supplémentaires avec qui plus est, des taux de rebond 3X meilleurs. Notre volonté : accompagner Pizza Hut et l'ensemble de nos clients dans le déploiement de solutions adaptées à leurs enjeux globaux et locaux, leur permettant de générer plus de ventes en ligne et en points de vente » **déclare Cyril Laurent, Cofondateur et CEO de Leadformance, filiale de SoLocal Group.**



A propos de PizzaHut

Implanté dans le monde depuis 50 ans, l'histoire de Pizza Hut est jalonnée de succès. L'histoire de Pizza Hut commence en 1958, quand deux étudiants de Wichita (Kansas), Frank et Dan Carney ont l'idée d'ouvrir une pizzeria. Même si le concept est relativement nouveau pour bon nombre d'Américains à l'époque, les deux frères sont convaincus du potentiel de cette nouvelle entreprise. Après avoir emprunté 600\$ à leur mère, ils achètent du matériel d'occasion et louent un petit emplacement à un carrefour routier de leur ville d'origine. Peu de temps après, leurs efforts sont couronnés par l'ouverture du premier restaurant Pizza Hut ; à l'origine de ce qui va devenir la plus grande entreprise de restauration de pizza dans le monde.

De nos jours, Pizza Hut est une division du groupe Yum! Brands et compte plus de 14 000 restaurants avec plus de 250 000 employés qui préparent, servent et livrent des pizzas chaque jour.

Particulièrement bien implanté en Europe, Pizza Hut compte 1 400 restaurants dans 29 pays du Vieux Continent et notamment en France depuis 1987.

A propos de la solution BRIDGE de Leadformance

BRIDGE est une plateforme de gestion des données locales, dédiée aux enseignes disposant d'un réseau de boutiques physiques et aux marques. Plus de 220 marques à travers le monde font confiance à BRIDGE de Leadformance et utilisent chaque jour les solutions de store locator, click & collect et multidiffusion. Leadformance est une filiale de SoLocal Group, N°1 européen de la communication digitale locale.

www.leadformance.com/fr/

www.solocalgroup.com

Contacts

Alexandra Kunysz

PR Manager

06 34 04 82 43 - akunysz@solocal.com

Kelly PATIN

Digital Marketing Manager

kpatin@leadformance.com