Mc Donald : un succès immédiat qui provoque l’explosion de la restauration rapide

### Le succès et l’histoire de la marque jaune nommée Mc Donald remonte à 1940, lorsque deux frères décidèrent de monter un nouveau restaurant à San Bernardino en Californie. Ayant remarqué que les clients consommaient majoritairement des hamburgers, les deux gérants décidèrent de se consacrer entièrement à la fabrication de ceux-ci et mirent en place une chaîne de cuisine dans la veine des nouvelles chaînes imaginées notamment par Henry Ford. La mayonnaise prend et en 1953 les frères Mc Donald décident de franchiser le restaurant et d’ouvrir une chaîne de succursales.

## Le “Speedee Service System”

L’essor de la restauration rapide est en partie dû à l’engouement qu’ont représenté les restaurants Mc Donald. Quand Mc Donald vendait un hamburger, il ne vendait pas qu’un sandwich bon marché, il proposait une façon de consommer, moderne et rapide, enfantine et ludique. Aujourd’hui tout le secteur de la restauration rapide profite de la mode, que dire, de la civilisation Mc Donald.

Quelles sont les fondements des restaurants de type fast-food ?

* Un produit phare
* Des horaires variables
* Une image de marque bien reconnaissable
* Des petits prix
* Des plats et menus « à emporter »
* Une main d’œuvre à bas coût
* Un désir d’expansion

La production d’un restaurant à la chaîne requiert donc une organisation adéquate. Vous devrez pour votre nouvelle entreprise respecter ces différents critères qui, appliqués de manière rigoureuse, seront facilement adaptables à votre franchise. Les maîtres mots sont : de l’organisation dans l’efficacité. Ne lésinez pas sur le dynamisme. Dans fast food il y a fast et les clients de ce type de restauration ne sont pas là pour attendre. Il faut savoir que Mc Donald ne fait attendre ses clients que pendant environ 3 minutes seulement.

## La trajectoire magique de Mc Donald et les stratégies de franchise de restauration rapide

Sandwichs, pâtes, sushis, soupes, glaces, tout est possible en fast-food et plus c’est original et mieux ça marche. La définition de votre cible est primordiale, vous ne vous adressez pas de la même manière à un ado citadin qu’à une mère de famille vivant en zone rurale. Définissez ces critères avec la zone d’expansion de vos franchises en tête. Départementale ? Nationale ? Internationale ? Le mode de service et le produit proposés seront aussi définis sur ces critères. Evaluez ensuite les produits qui vous serviront à réaliser une formule attractive. Miserez-vous sur les produits frais ? Sur une cuisine exotique ? Sur une préparation la moins chère possible ? C’est ici qu’il va falloir s’organiser pour s’entourer des meilleurs partenaires.

## Les clés pour une marque franchisée de restauration rapide

Il n’est pas nécessaire d’être cuisinier ou même de venir du monde de la restauration pour envisager d’ouvrir une franchise de restauration rapide. Tout entrepreneur bien organisé y parviendra. Veillez à ne pas trop surfer sur une mode car par définition elle change. Votre produit phare doit être assez porteur pour séduire durablement les consommateurs. La concurrence est rude mais si votre concept est bon, que vos produits sont pointus et savoureux vous verrez votre ambition récompensée et vos franchises dynamisées !