

**EatSalad**<sup>®</sup>  
— Votre salade sur mesure ! —

Spé UI/UX

# Audit & benchmark concurrentiel



A table !

# Table des matières

03 Présentation d'Eat Salad

05 Audit du site actuel

12 Présence sur le web

14 Benchmark concurrentiel

27 Conclusion



**01.**  
**Présentation**  
**d'Eat Salad**



# Eat Salad, simplement le bon goût !

Eat Salad se distingue des autres restaurants rapides par son concept sur mesure, permettant avec 9 bases, 36 ingrédients et 8 sauces (faites maison) de composer un nombre infini de salades. Le concept Eat Salad s'est principalement focalisé sur trois axes essentiels que sont : la Qualité, le Prix et le Service, que nous avons tous trois adaptés à notre cœur de cible.

Des aliments sains, équilibrés, variés, de qualité, à des prix raisonnables. Ce concept ne comprend ni cuisson, ni extraction, ce qui nous confère un réel avantage pour l'accès à de nombreux emplacements N°1. Nos restaurants ouverts 7/7j midi et soir, nous permettent d'atteindre des performances de CA et des loyers mieux exploités.

Les ingrédients à faible teneur en matières grasses, font de Eat Salad un des seuls restaurants sur la base et les principes de la restauration rapide, qui se soucie réellement de l'équilibre alimentaire de ses clients.

Nous prouvons que des produits de qualité, travaillés avec respect, génèrent plus de profits et fidéliseront à très long terme votre future clientèle. Un large choix de produits variés font de Eat Salad un concept de restauration unique dans son secteur.

Nos fournisseurs sélectionnés après des mois d'essais et de tests, vous livrent quotidiennement !

La traçabilité des produits, assistée par un logiciel dédié au sein de chaque restaurant assure le respect des normes. L'idée simple de recettes savoureuses feront de vous un véritable chef, soucieux du bien-être alimentaire de vos convives.

# 2013

Date de création

Premier restaurants à  
**Bordeaux**

# 029

Implantations

**Eat Salad**  
— Votre salade sur mesure ! —

# 023

Ouvertures  
prochaines

Et bien plus encore  
à venir...



# 02. Audit du site actuel



# La page d'accueil

## Points négatifs

- Gestion de l'information
- Graphismes
- Réseaux sociaux cachés
- Pop-up d'inscription/connexion cachées
- Redirection vers Facebook quand on click sur « Découvrez le concept »
- Redirection vers un autre site qui n'a plus du tout la même identité graphique quand on click sur « Devenez franchisé »
- Trop de floating buttons donc trop d'actions cachées
- Quand on click sur « Notre carte », ouvre un PDF alors que c'est une action principale
- Aucune explication du concept, des valeurs, des aliments...
- Pas de liens qui permettent de commander directement sur UberEats
- Le lien redirigeant vers Trip Advisor ramène sur la page de Eat Salad Bordeaux par défaut

## Points positifs

- Respect de l'identité graphique
- Actions principales identifiables rapidement (CTA)



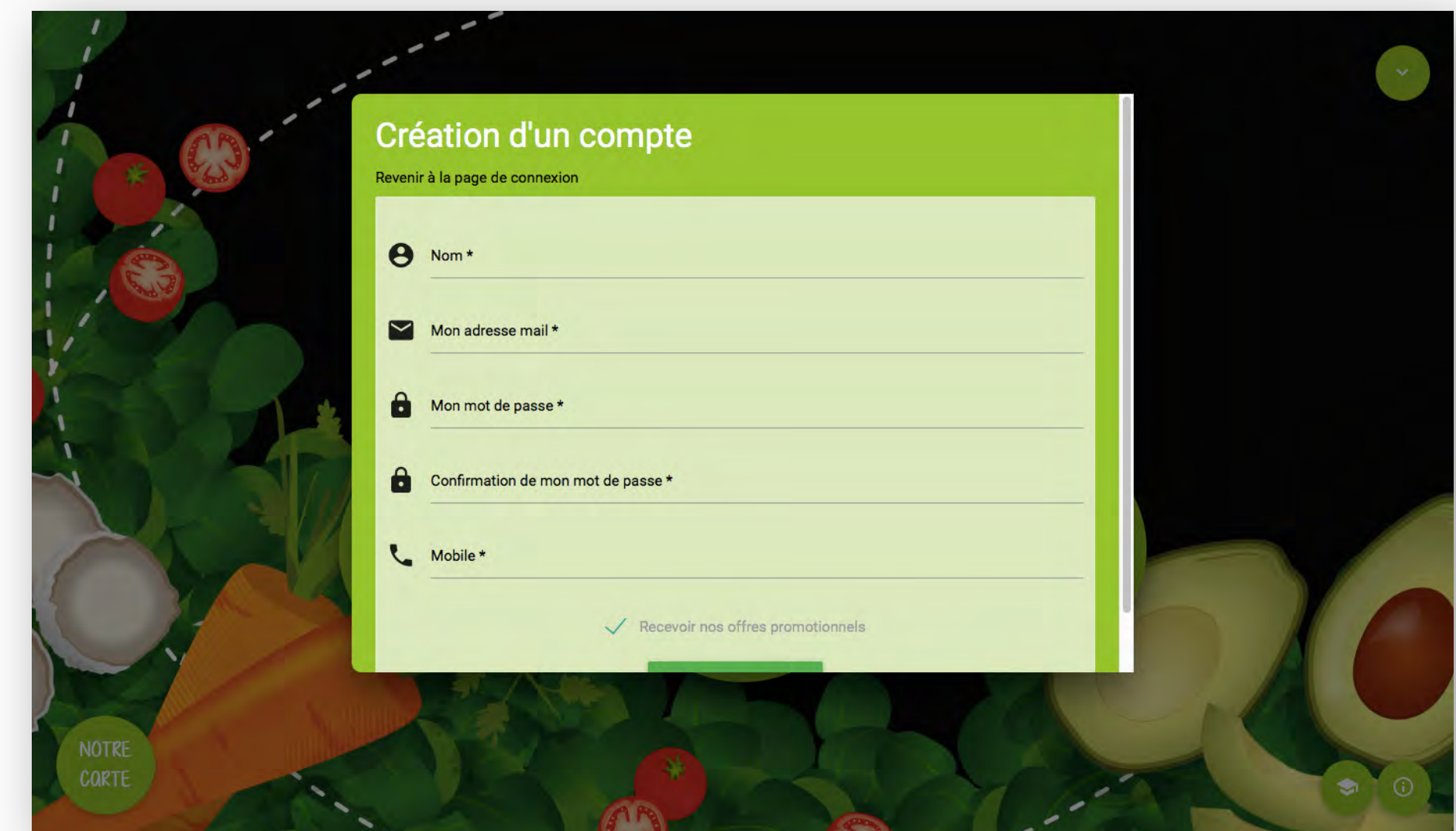
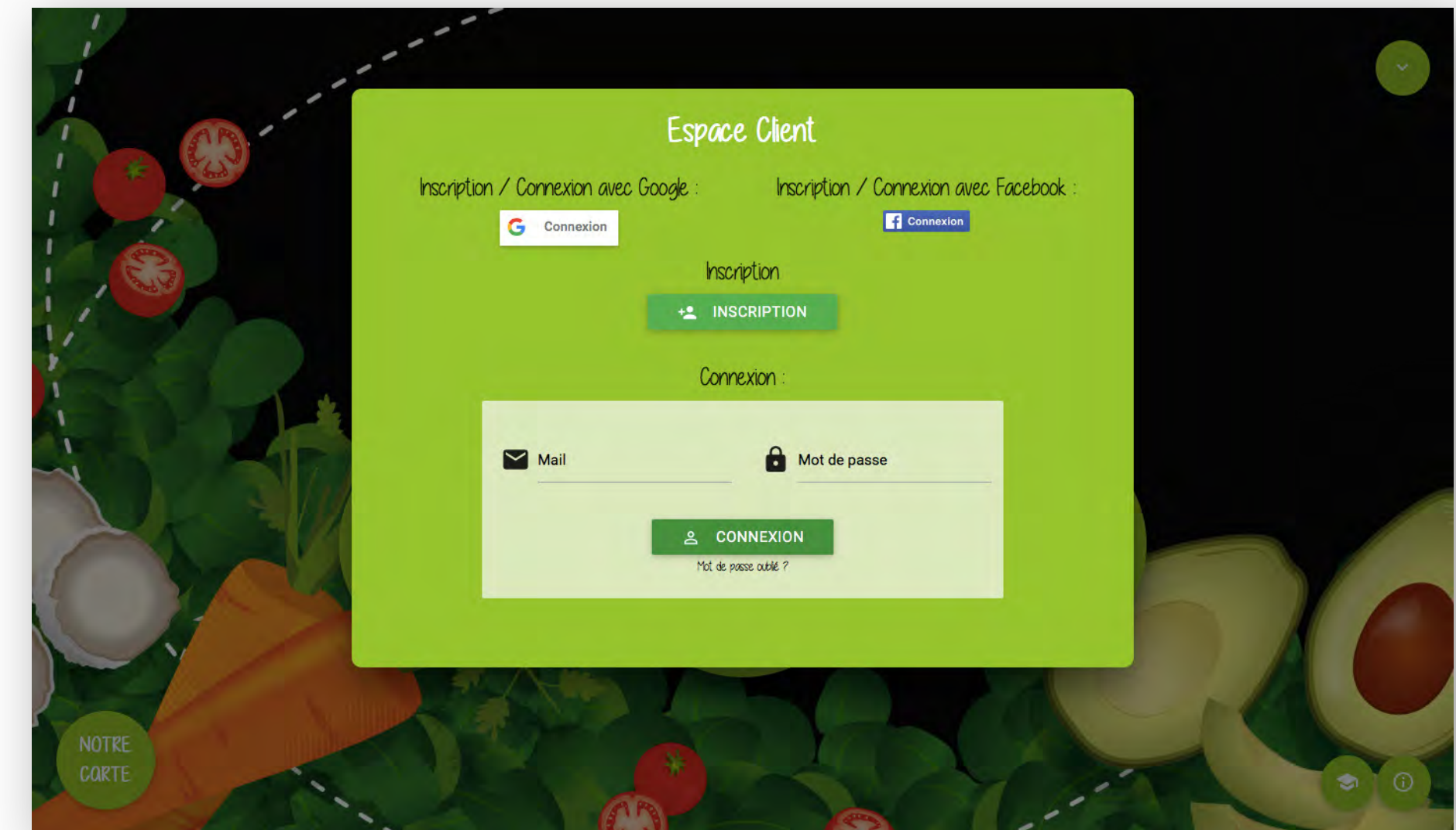
# Pop-up de connexion/inscription

## Points négatifs

- Si click sur « Mot de passe oublié » on part sur un autre site qui indique que des comptes ont été supprimés
- Pas la possibilité de voir son mot de passe avec l'icône œil
- Impossible de s'inscrire, erreur à chaque fois mais on ne sait pas pourquoi

## Points positifs

- Possibilité de se connecter avec Facebook ou Google



## Commander (choisir un magasin)

### Points négatifs

- Pas de géolocalisation pour les magasins
- Liste des villes puis des restaurants donc trop de clicks
- Pas de carte
- Cercles avec les villes trop gros
- Aucune marge

### Points positifs

- Pastille des nouveaux magasins





# Commander (choisir une formule)

## Points négatifs

- Floating button trop nombreux et pas clairs, pas intuitifs
- Si click sur boutons «Retour », on retourne sur la page d'accueil puis via une animation on retourne sur la liste des magasins
- Effet hover des aliments
- Mise en page des produits
- Trop d'informations sur une même page, il faudrait un système d'étape
- Bugs du panier au scroll
- Boutons pas du tout intuitifs dans le panier
- On peut valider un panier à 0€
- Photos non appétissantes
- Système pour les bons de réduction

## Points positifs

- Panier dynamique
- Large choix de produits
- Trie par type de produits (base / ingrédients / sauces / boisson...)



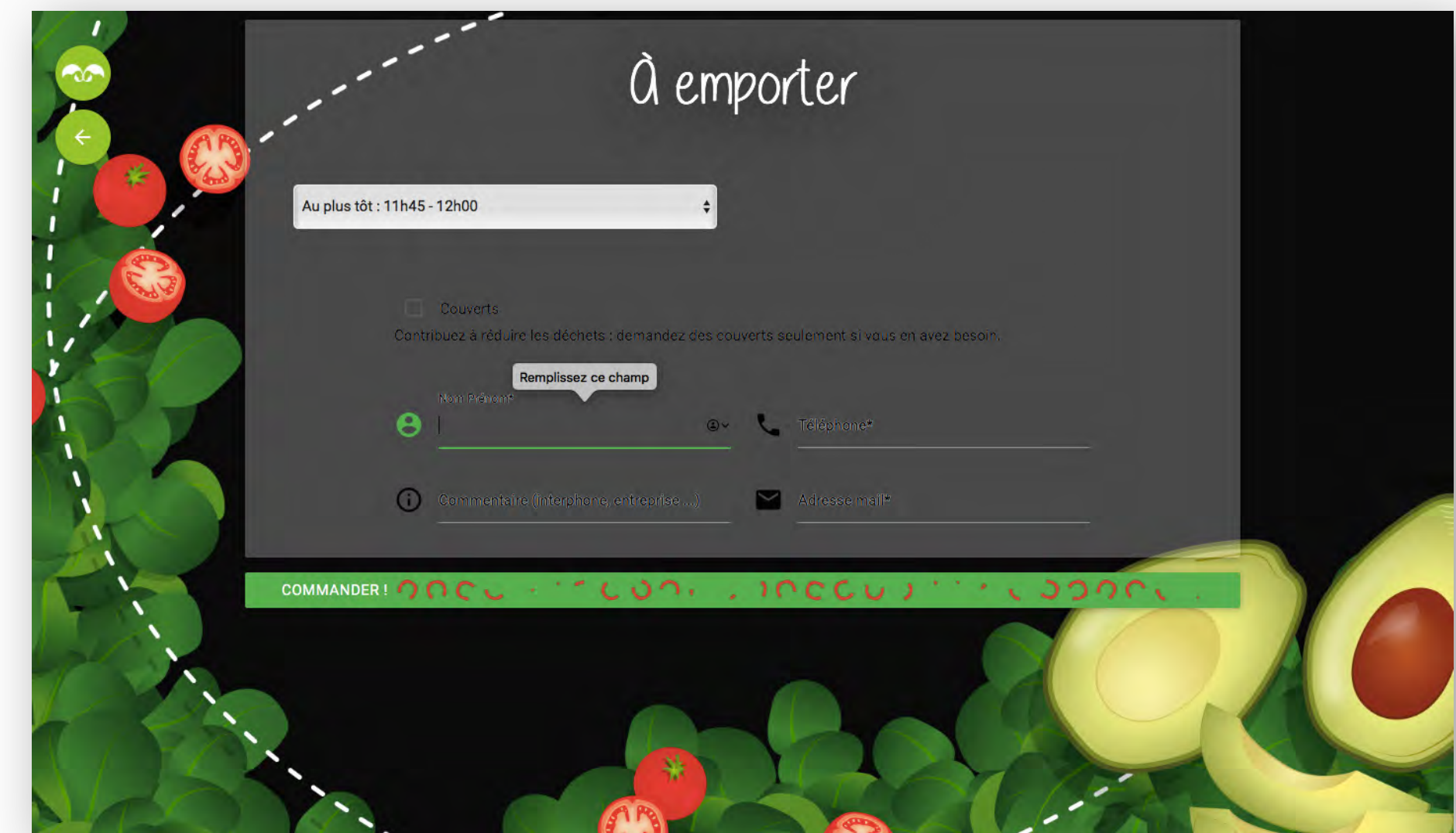
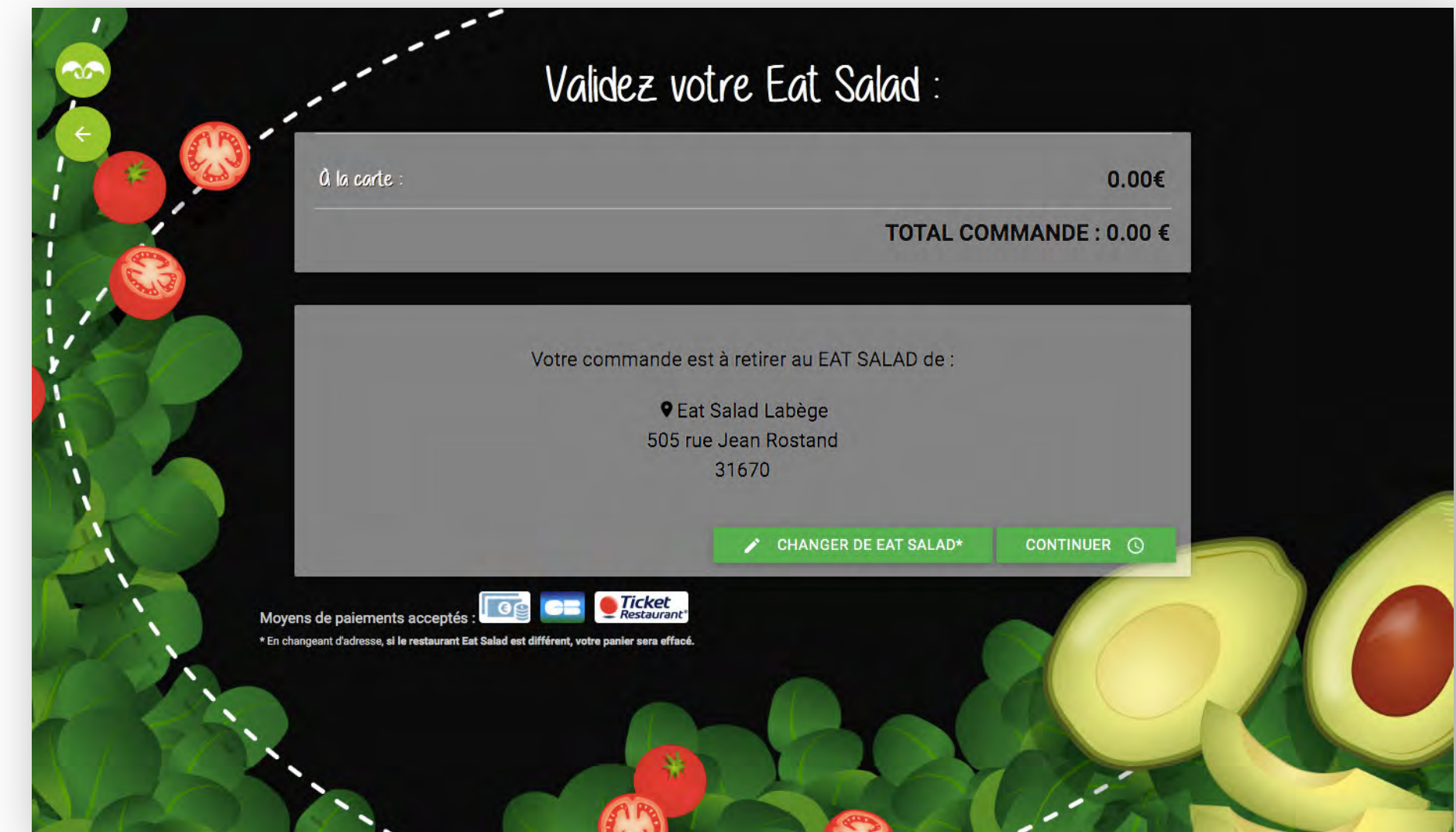
# Commander (panier)

## Points négatifs

- Boutons de commande qui ajoute des chargement à chaque fois qu'on click sur le bouton sans avoir rempli les champs
- Pas de propositions de paiement en ligne donc on peut commander sans jamais aller récupérer la commande
- Pas besoin d'avoir un compte pour commander donc inutile
- Pas de paiement en ligne donc pas de gain de temps, obligé de passer à la caisse
- Si erreur dans l'un des champs, alors tous les champs sont effacés. L'utilisateur doit tout réécrire.

## Points positifs

- Demande si on veut des couverts ou non (eco-responsable)
- Choisir les horaires de retrait
- Récap de commande avec la liste des ingrédients choisis dans la formule
- Ecran de validation de commande
- Envoie d'un mail à l'utilisateur pour lui confirmer sa commande (mais ne s'envoie pas toujours)



# Aspect général du site

## Négatif

- Pas de loading screen
- Graphisme et photos
- Rédaction web
- Pas de footer
- Pas d'application mobile
- Aucune possibilité de feedback/ chatbot
- Le favicon est l'ancien logo
- Le site n'est pas optimisé pour mobile

## Positif

- J'ai beau chercher je ne trouve pas...



**Correct, mais...  
peut mieux faire !**

**Score de qualité et performance web**



# 03. Présence sur le web



# Communication sur les réseaux sociaux



## Facebook

- Sur Facebook, la marque publie régulièrement des photos afin de mettre en avant leurs nouveaux produits, plats, restaurants...
- Les photos sont très belles et donnent envie de goûter les salades.
- **33 970** likes sur la page - Note de **4,2/5**
- [facebook.com/eatsalad/](https://facebook.com/eatsalad/)



## Instagram

- Sur Instagram, la marque publie régulièrement des photos afin de mettre en avant leurs nouveaux produits, leurs plats, leurs restaurants...
- Les photos sont très belles et donnent envie de goûter les salades. #foodporn
- De plus la marque post des stories et utilise la fonctionnalité des stories à la une.
- **129** - posts **66** abonnements - **6091** abonnés
- [instagram.com/eatsaladfr/](https://instagram.com/eatsaladfr/)



## Twitter

- Le compte Twitter de l'enseigne est celui du restaurant de Bordeaux, leur tout premier, il n'y a pas de compte général pour tous.
- De plus le compte est inactif depuis 2015. L'identité graphique n'est à jour.
- **134** abonnements - **620** abonnés
- [twitter.com/eatsalad33](https://twitter.com/eatsalad33)



## LinkedIn

- A travers LinkedIn, la marque présente ses nouveaux produits et ingrédients, ses nouveaux magasins, des offres de recrutement dans ses restaurants, son offre pour devenir franchisé...
- Ce réseau social permet à l'enseigne d'entretenir une relation professionnelle avec ses utilisateur. C'est principalement une communication B2B.
- [linkedin.com/company/eatsalad/](https://linkedin.com/company/eatsalad/)



**04.**  
**Benchmark**  
**concurrentiel**



## Choix des concurrents

Pour le choix de mes concurrents, j'ai choisi le Made in France ! J'ai opté pour des restaurants ou des concepts culinaires seulement Français, car même si Eat Salad tend à se développer en Europe, je pense qu'il vaut mieux évaluer les concurrents présents sur son territoire.

J'ai choisi de répartir les concurrents en trois catégories :

1. Les concurrents directs, qui sont tous les bars à salades français dans lesquels on peut composer sa propre salade et venir la récupérer en restaurant.

En analysant ces concurrents, le but est de comprendre comment les bar à salades, qui ont exactement le même concept qu'Eat Salad, arrivent à se démarquer les uns des autres et quel est leur plus valu au niveau graphique et ergonomique.

2. Ensuite, il y a les concurrents secondaires, qui correspondent aux restaurants proposant également la customisation des plats, tel que les restaurants de burgers ou de pizza. À travers cette analyse, le but est de comprendre comment fonctionne le principe de la customisation et de la commande du point de vue de tous les types de restaurants.

3. Enfin, le dernier type de concurrent, le tertiaire, regroupe les sites qui proposent en ligne la commande de plats unique ou sous forme d'abonnement. Ce sont des concepts innovants qui peuvent être concurrents à Eat Salad, car ils proposent la livraison de produits frais, healthy et à composer soi-même, ce qui correspond de plus en plus au mode d'alimentation des personnes souhaitant prendre soin de leur corps.



# jour *Healthy by nature*

Précurseur en 2003 avec la salade sur-mesure, Jour s'est spécialisée dans le Healthy Food, un concept de restauration saine et rapide et rythmée par les saisons.

Une véritable démarche éco-durable, des emballages recyclables, un service de livraison à vélo, une traçabilité de tous les produits qui répond aux citoyens soucieux

de bien se nourrir même à l'extérieur de chez eux et respectueux de l'environnement.

Plus qu'une mode, une vraie prise de conscience collective des Français qui se traduit par une forte croissance de ce segment Healthy Food dans la restauration rapide.

## Positif

## Négatif

### Page d'accueil

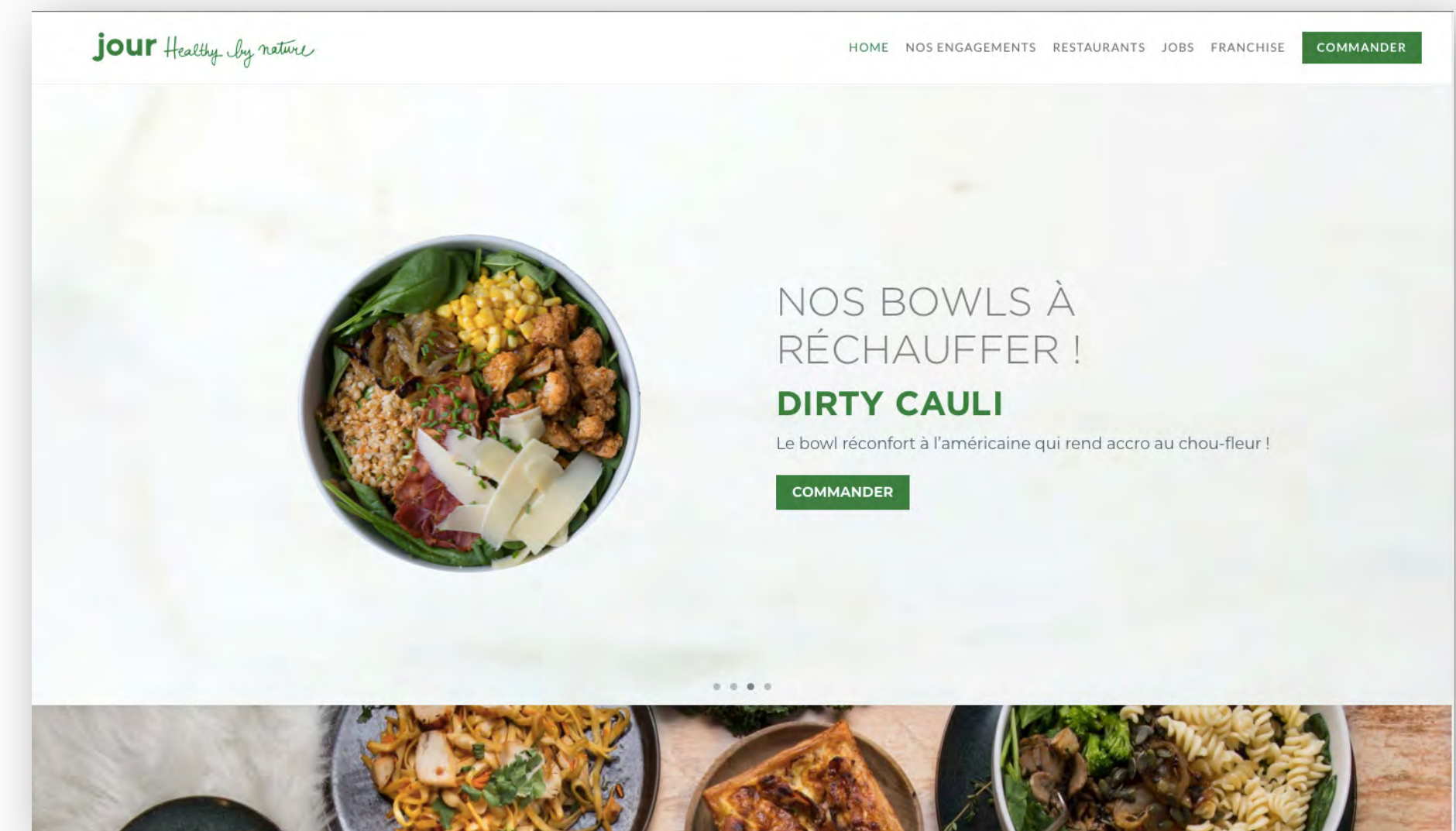
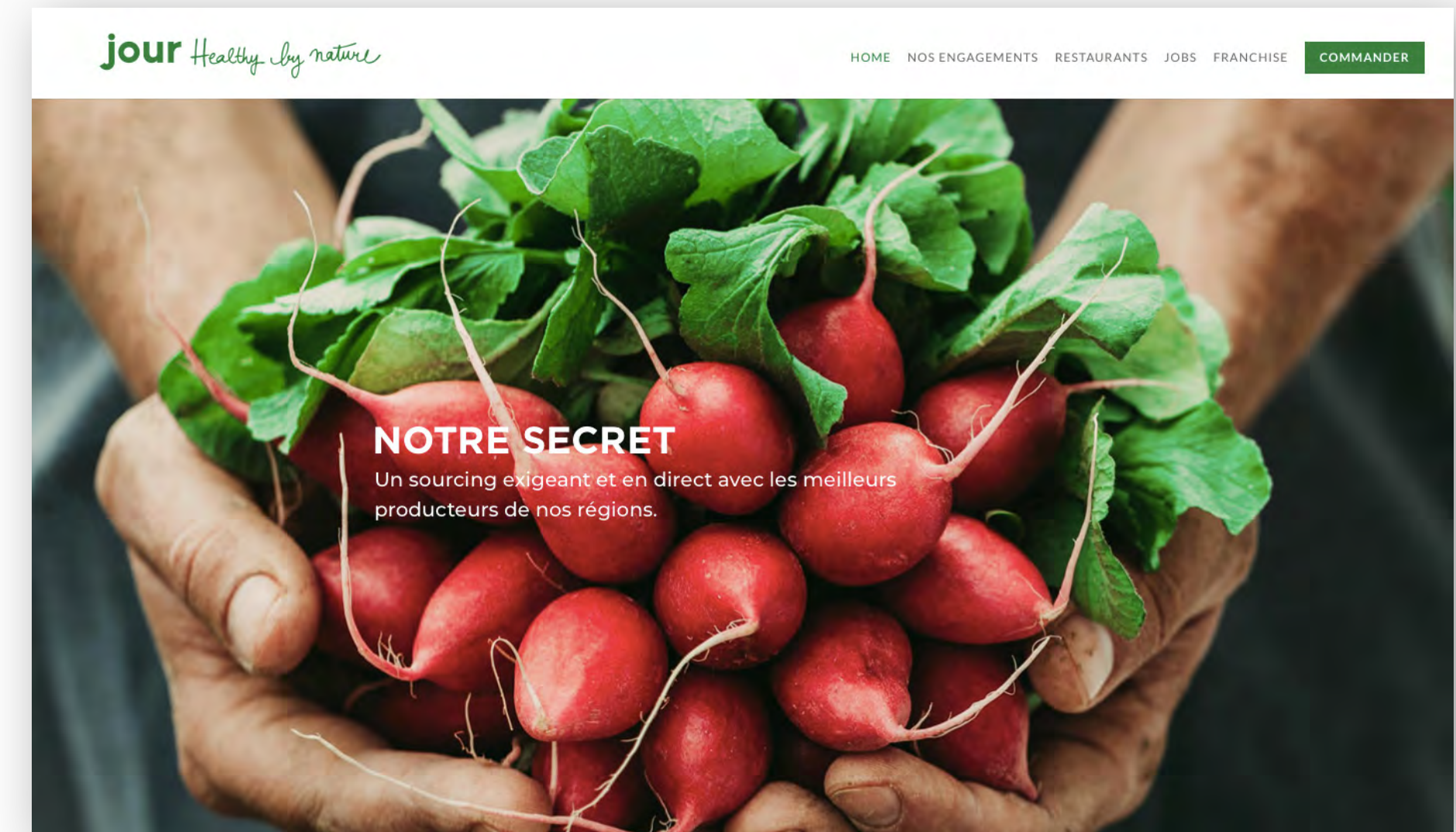
- Présentation des valeurs du restaurants (produits frais, producteurs locaux...)
- Slider avec les différents produits + CTA pour commander en ligne
- Belle identité graphique
- Des pages dédiées sur le site pour toutes les sections, pas de redirections
- Met en avant le concept 100% digital de la marque grâce au slider

- Pas de CTA au dessus de la ligne de flotaison
- Manque un peu d'accessibilité sur les textes/photos

### Commande (choix livraison)

- Choisir entre livraison ou click&collect

- Redirection vers un autre site
- Les deux CTA se font concurrence, ça peut perdre l'utilisateur
- Liste déroulante des restaurants sans search bar

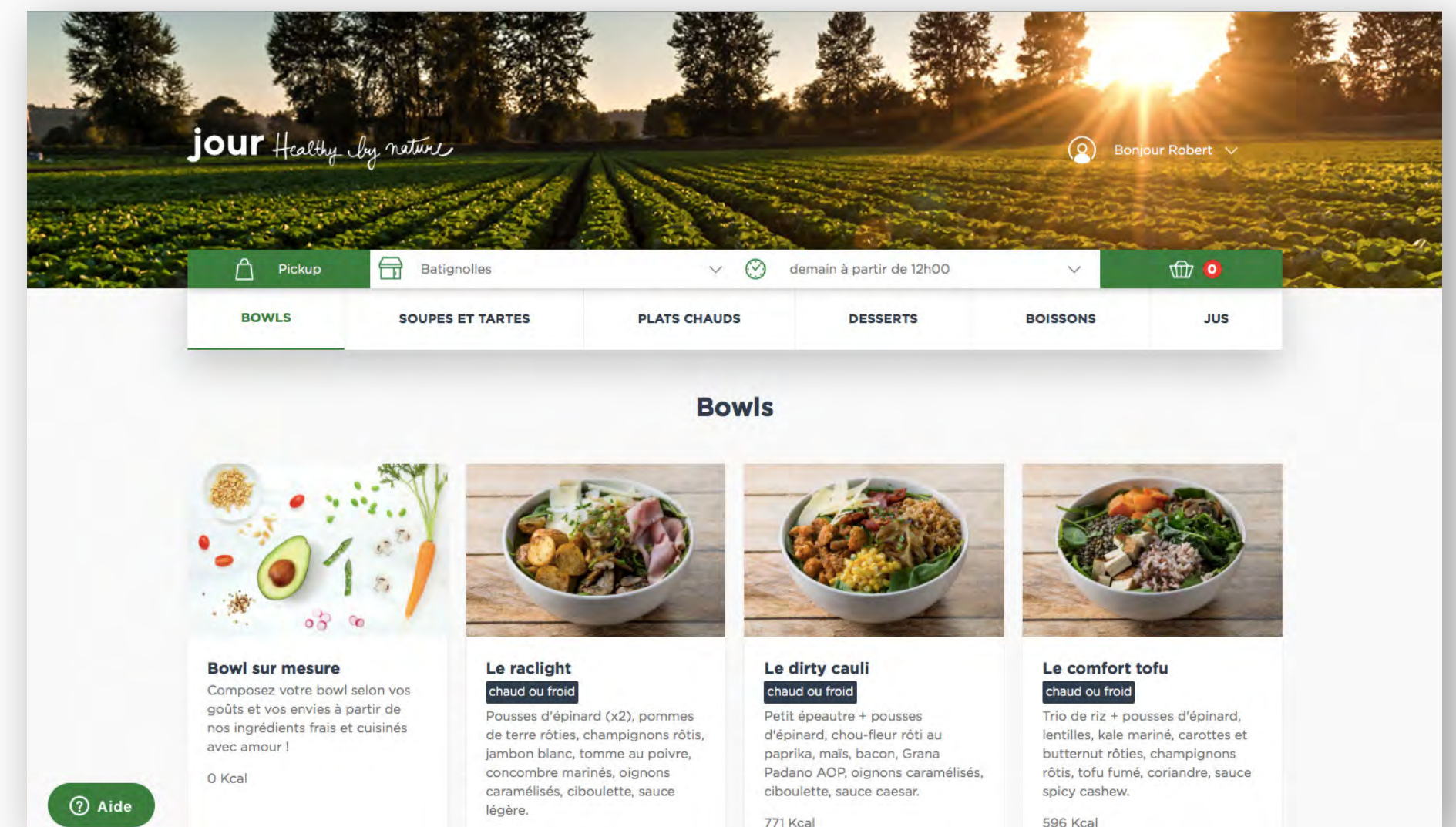
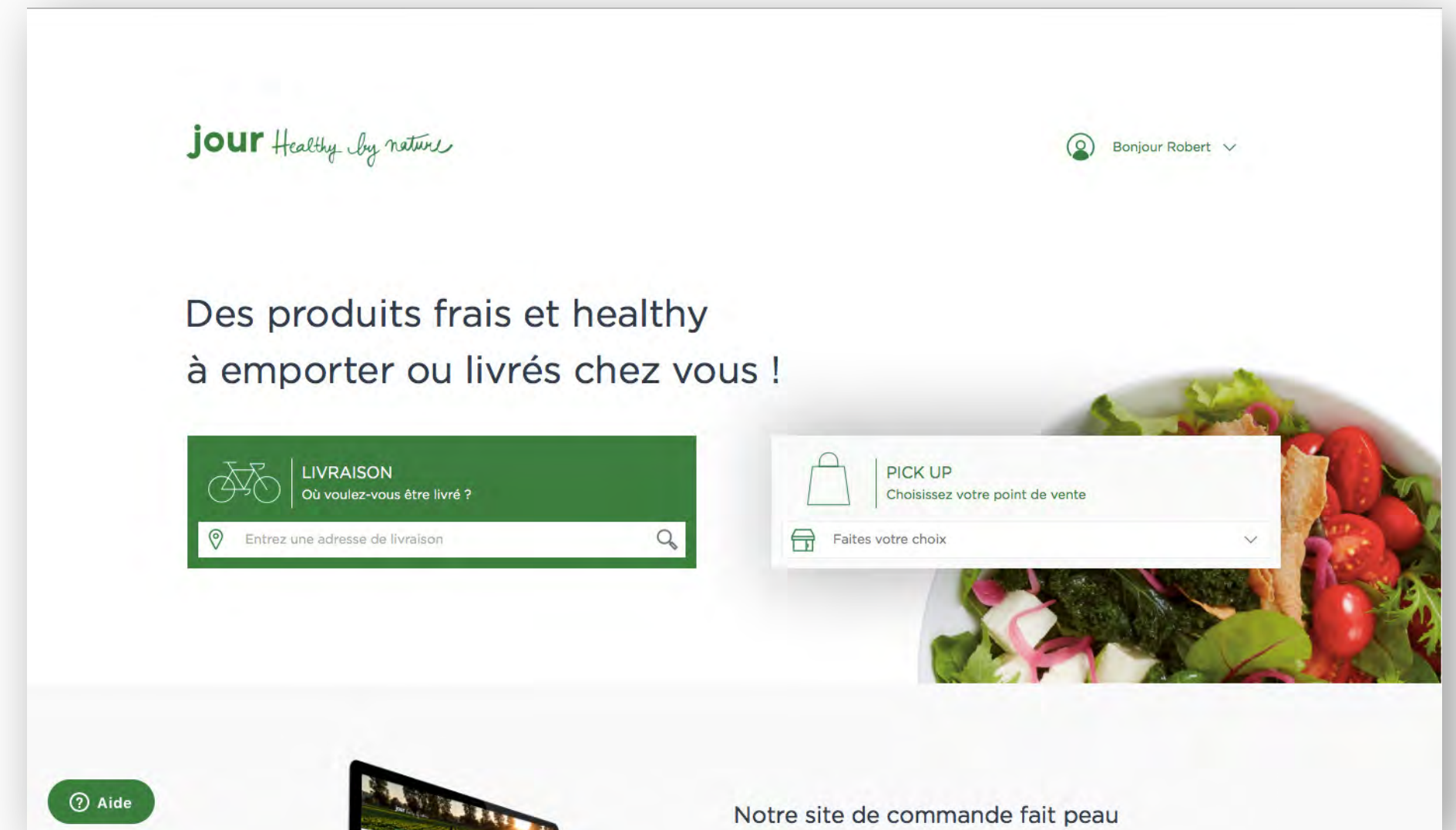




# jour *Healthy by nature*

Concurrent direct

	Positif	Négatif
Commander	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Photos attractives</li> <li>• Ajout simple</li> <li>• Petite description</li> <li>• Pastille du nombre de plat choisi</li> <li>• Plats déjà fait ou possibilité de composer soi-même</li> <li>• Trie par catégorie</li> <li>• Changer de restaurant et d'heure rapidement</li> <li>• Accès au panier rapide</li> <li>• Panier dynamique</li> <li>• On peut personnaliser la recette d'une salade déjà faite</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pas de CTA au dessus de la ligne de flotaison</li> <li>• Manque un peu d'accessibilité sur les textes/photos</li> </ul>
Composer une salade	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Belles photos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trop d'informations contenus dans une seule popup donc décourage</li> </ul>
Général	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chatbot toujours présent quand on commande</li> <li>• Loading screen</li> <li>• Petites animations agréables</li> </ul>	





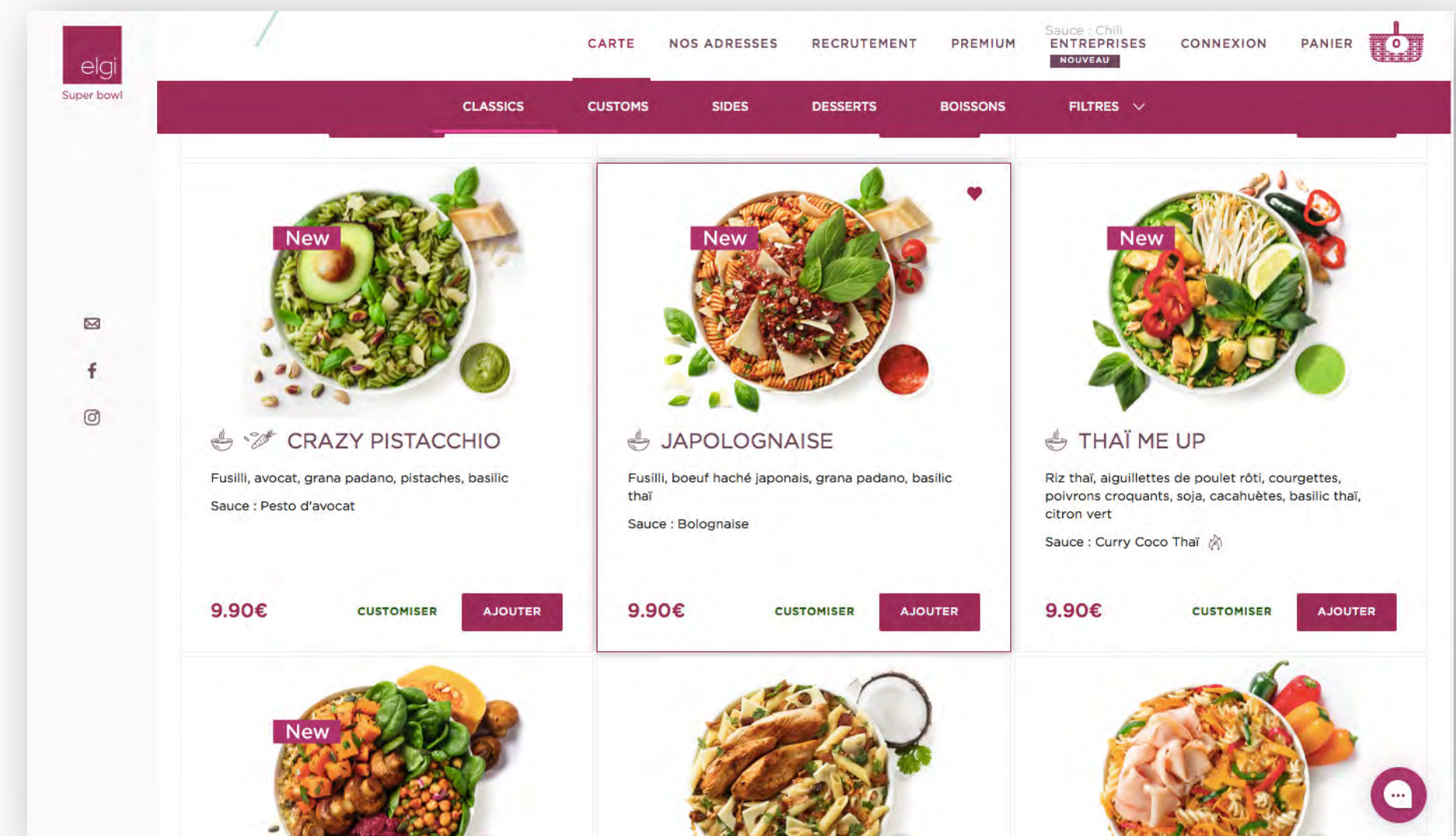
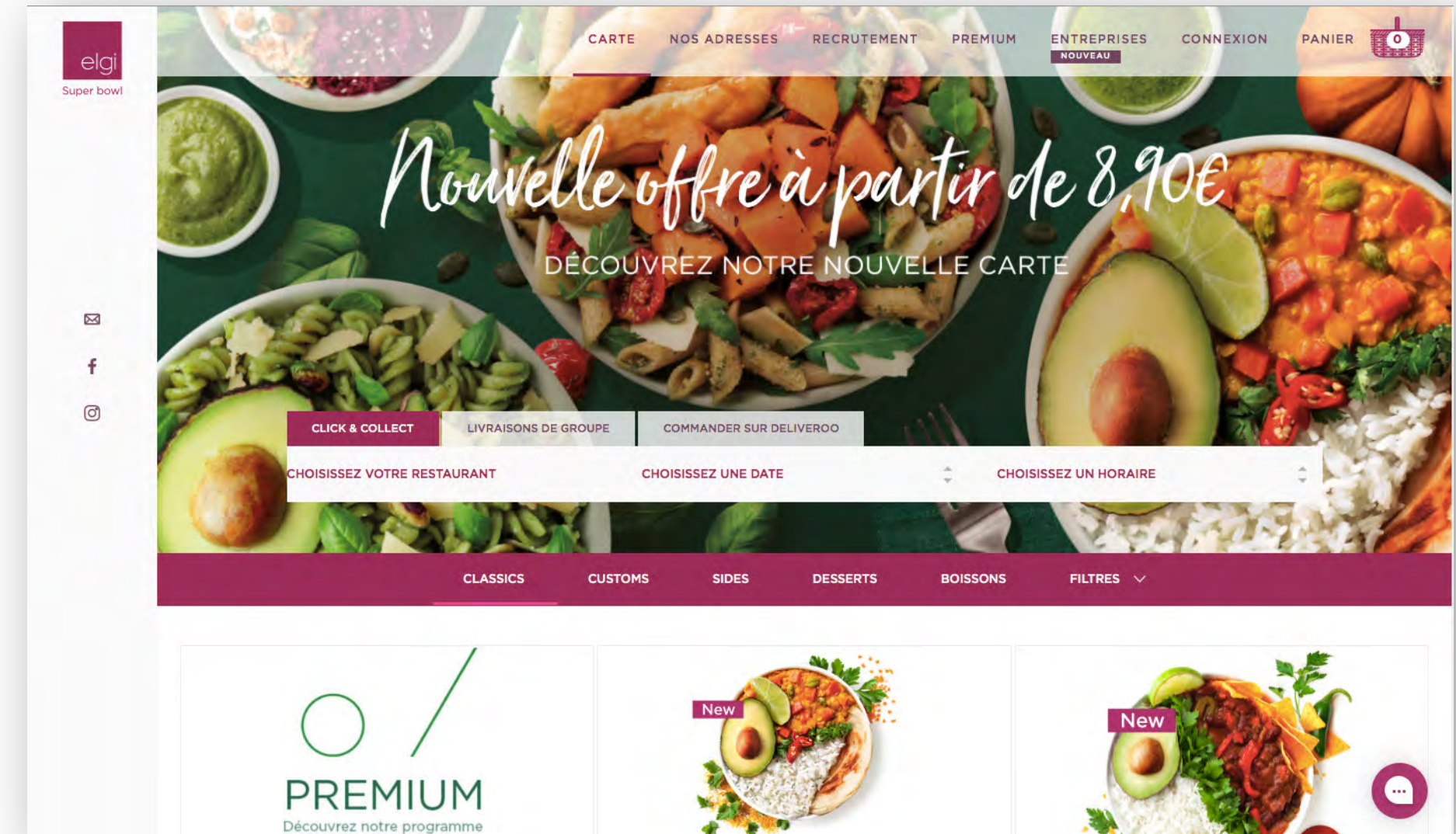
Super bowl

Pionnier de la nouvelle restauration de bureaux, Elgi propose depuis septembre 2004 des déjeuners sains et gourmands, privilégiant

les produits de saison et le fait-maison. Nos Mix sont disponibles en boutique, ainsi qu'en click&collect et en livraison sur elgi.fr

Concurrent direct

	Positif	Négatif
Page d'accueil	<ul style="list-style-type: none"> <li>On arrive directement sur la carte pour commander</li> <li>Possibilité de choisir si c'est une commande de groupe ou individuelle (lien vers Deliveroo)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pas de description du concept</li> </ul>
Commande	<ul style="list-style-type: none"> <li>Choisir la taille du contenant</li> <li>Ajouter un commentaire</li> <li>Ajouter un side</li> <li>Commande en plusieurs étapes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pas de visuel du plat que j'ai sélectionné avant</li> <li>Trop d'éléments entassés sur les pages de commande</li> <li>Possibilité de customiser son plat mais on peut juste ajouter des ingrédients, mais pas en supprimer donc frustrant</li> </ul>
Partie Business	<ul style="list-style-type: none"> <li>Possibilité de faire des commandes à partager pour les entreprises et leurs salariés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pas d'explication détaillée de leur offre</li> </ul>
Offre premium	<ul style="list-style-type: none"> <li>Permet de bénéficier de réductions</li> </ul>	



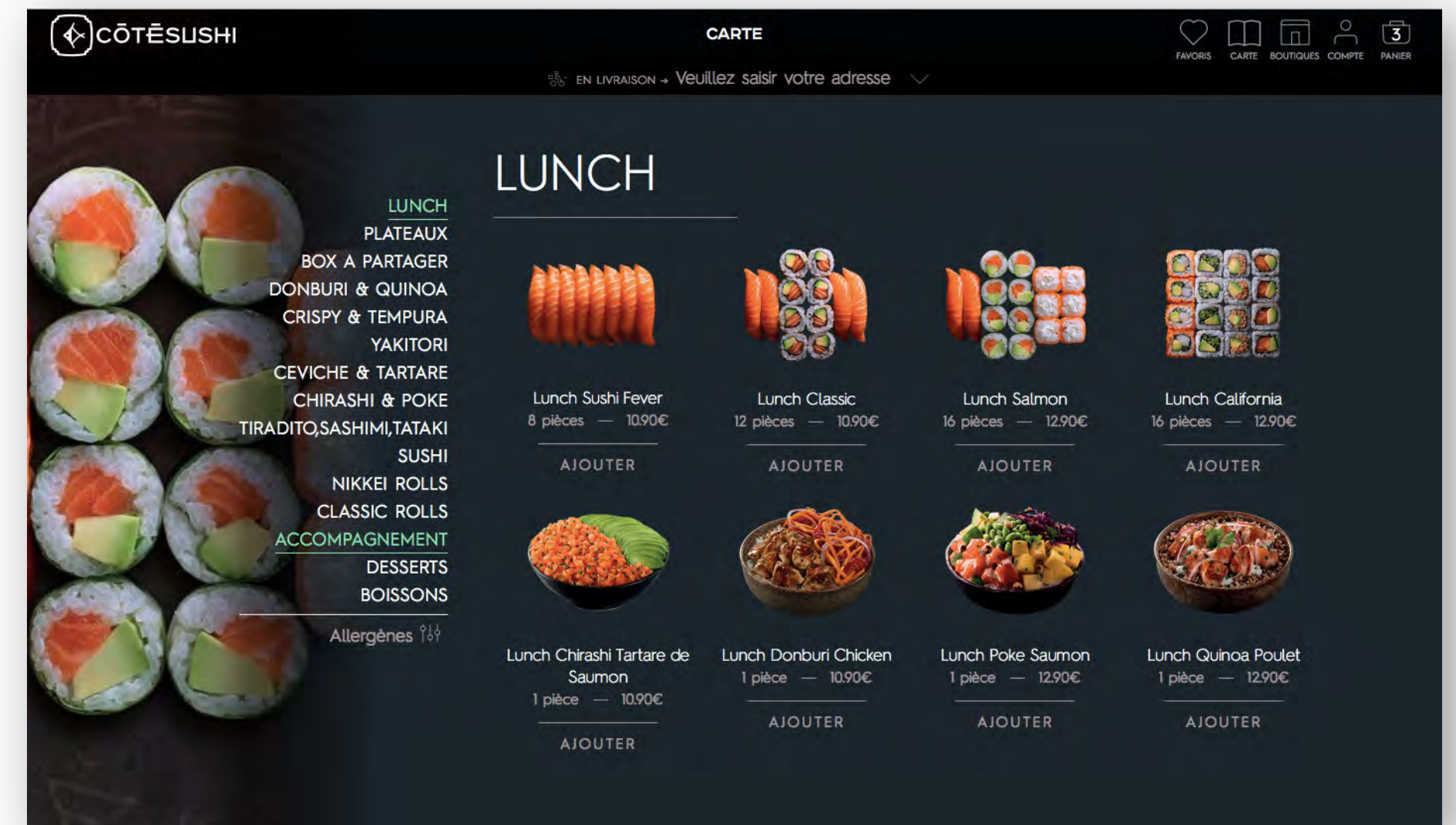


Un peu d'histoire... Au début du XXème siècle, les immigrants japonais dopés par une importante politique migratoire débarquèrent sur les côtes du Pacifique Sud.

Installés au Pérou, ils se sont très vite approprié les ingrédients du pays en les associant subtilement aux techniques culinaires japonaises, est née la cuisine NIKKEI.

Depuis 2007, CÔTÉ SUSHI développe son réseau de restaurants spécialisés dans cette cuisine authentique et savoureuse. Avec des saveurs, salées, sucrées ou encore épicées, Côté Sushi allie authenticité et originalité afin d'offrir une offre complète et différente du marché. Le réseau est composé de 26 restaurants dont 19 succursales.

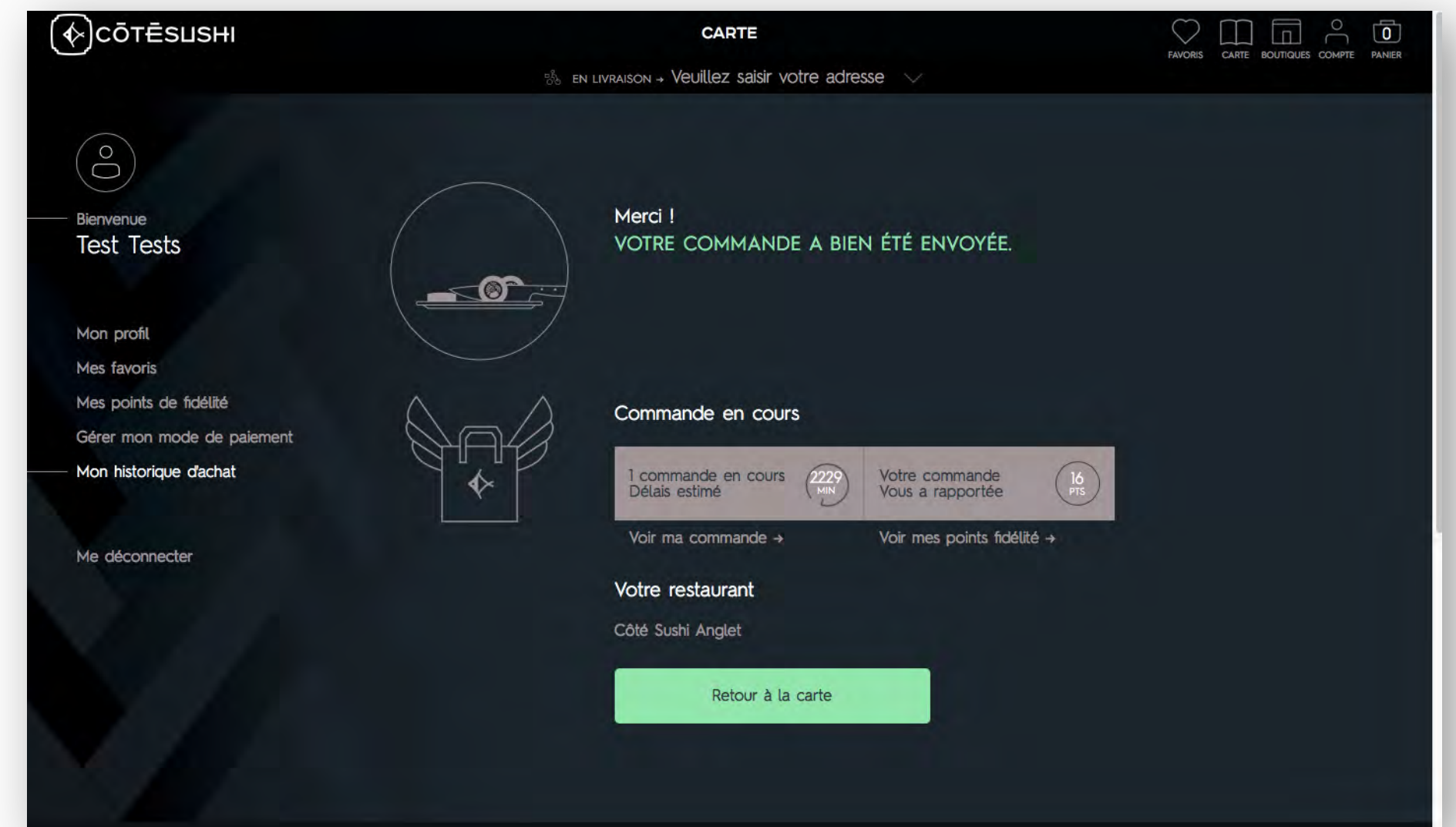
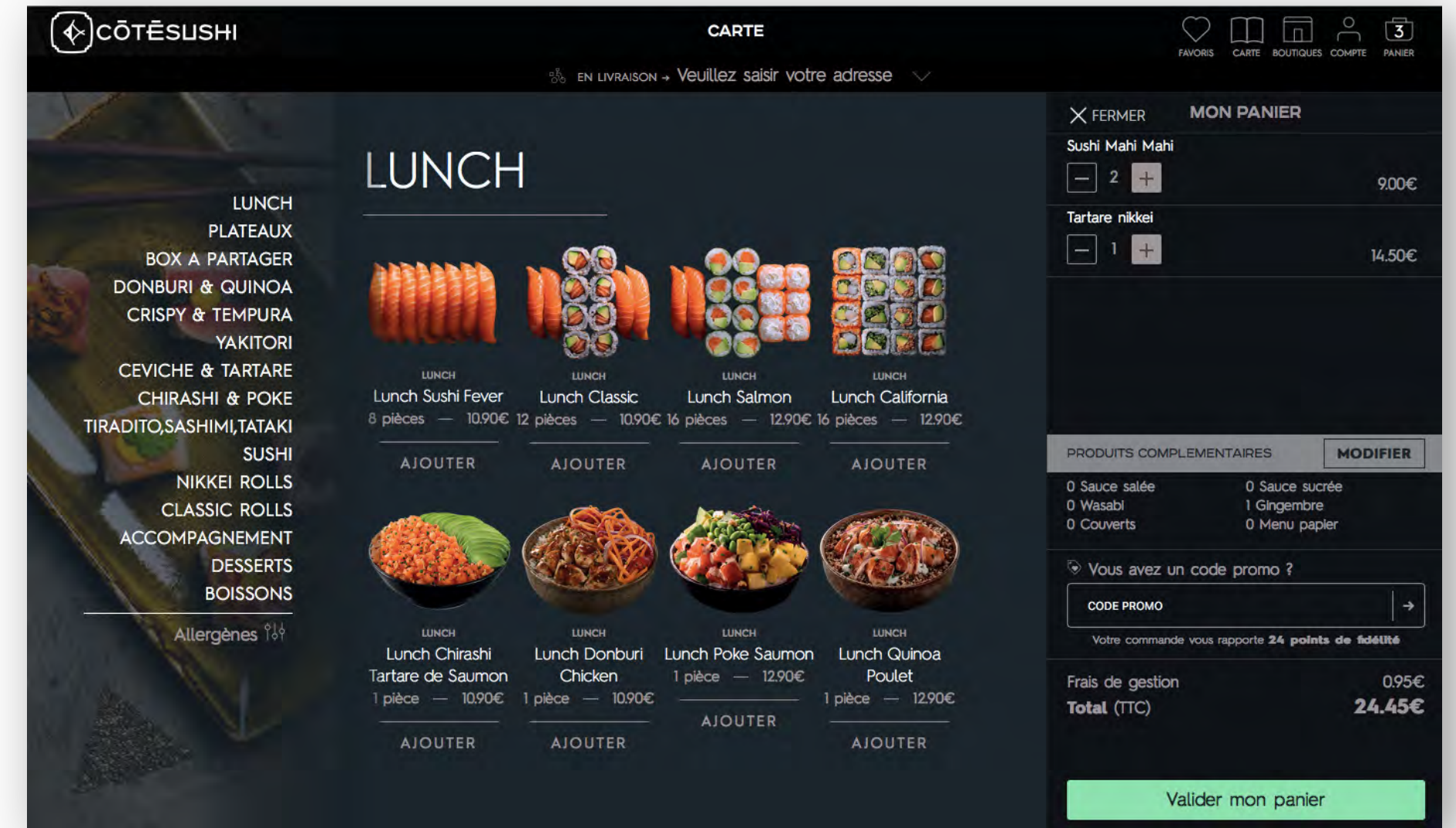
	Positif	Négatif
Page d'accueil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Choix entre "A emporter" ou "Livraison" avant même de commencer</li> <li>• Quand je choisis mon mode de livraison, je sais dans combien de temps ma commande sera prête</li> <li>• Présentation de la carte</li> <li>• Présentation du concept</li> <li>• Dark thème</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trop de texte</li> </ul>
Commande	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Filtres par allergènes</li> <li>• Effet sur le bouton d'ajout</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trop de choix dans le menu gauche des plats</li> </ul>
Panier	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pour du click&amp;collect, possibilité de choisir le restaurant, le midi ou le soir, l'heure et le jour de réception.</li> <li>• Bientôt disponible l'option de payer à plusieurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• C'est seulement une fois arrivé à mon panier et connectée qu'on me demande le jour et l'heure à laquelle je souhaite récupérer mes produits. ... Je comprends alors que mon plat n'est pas disponible à cette heure-ci</li> </ul>



Concurrent secondaire



	Positif	Négatif
Historique des commandes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Décompte du temps qu'il me reste avant que ma commande soit prête</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Une fois la commande passée, je ne peux pas l'annuler</li> </ul>
Points fidélités	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cumule de points de fidélité afin de gagner des bons de réduction</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pas d'explication claire du système de gain</li> </ul>
Favoris	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ajout de plats à mes favoris pour les retrouver en un click</li> </ul>	



Concurrent secondaire

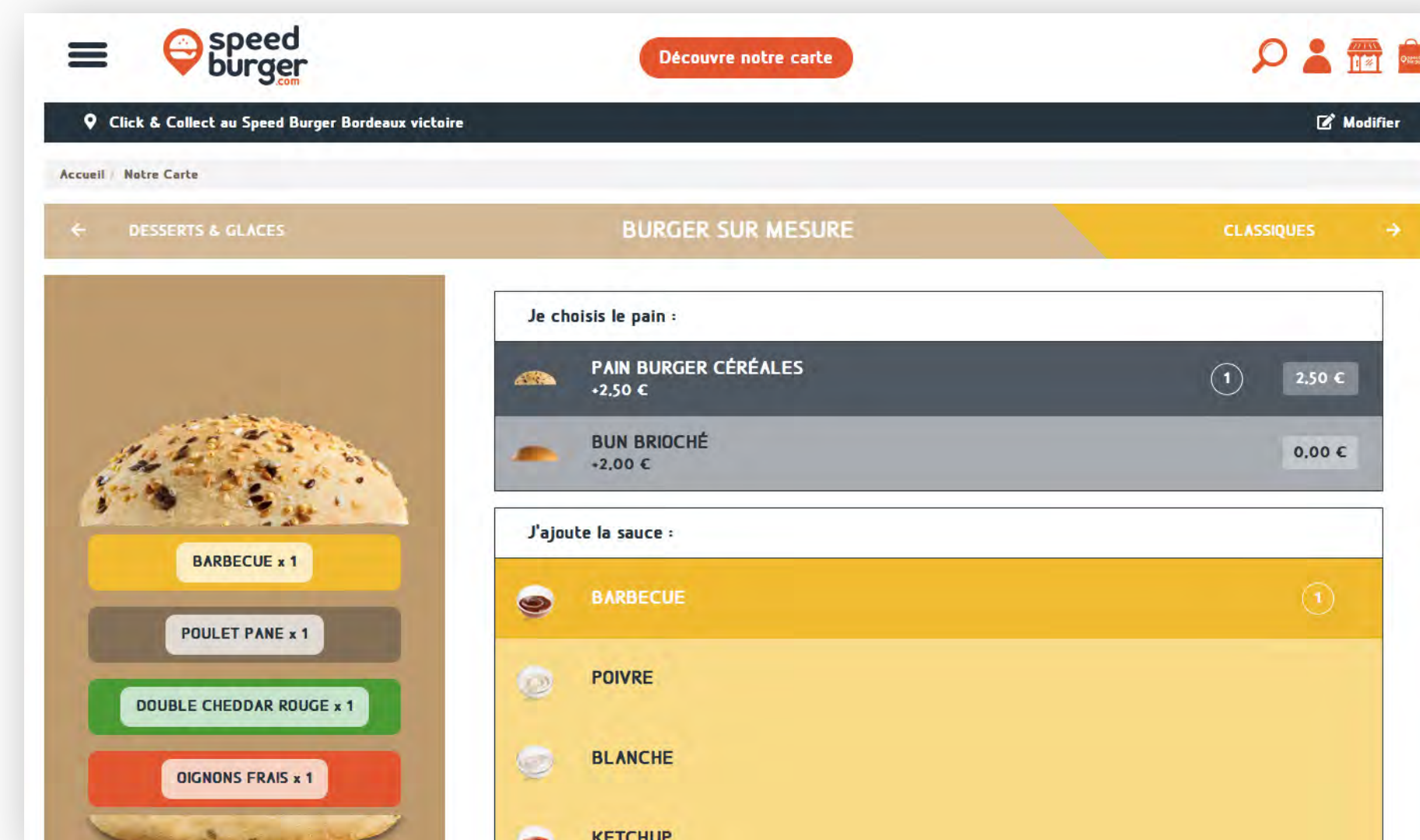
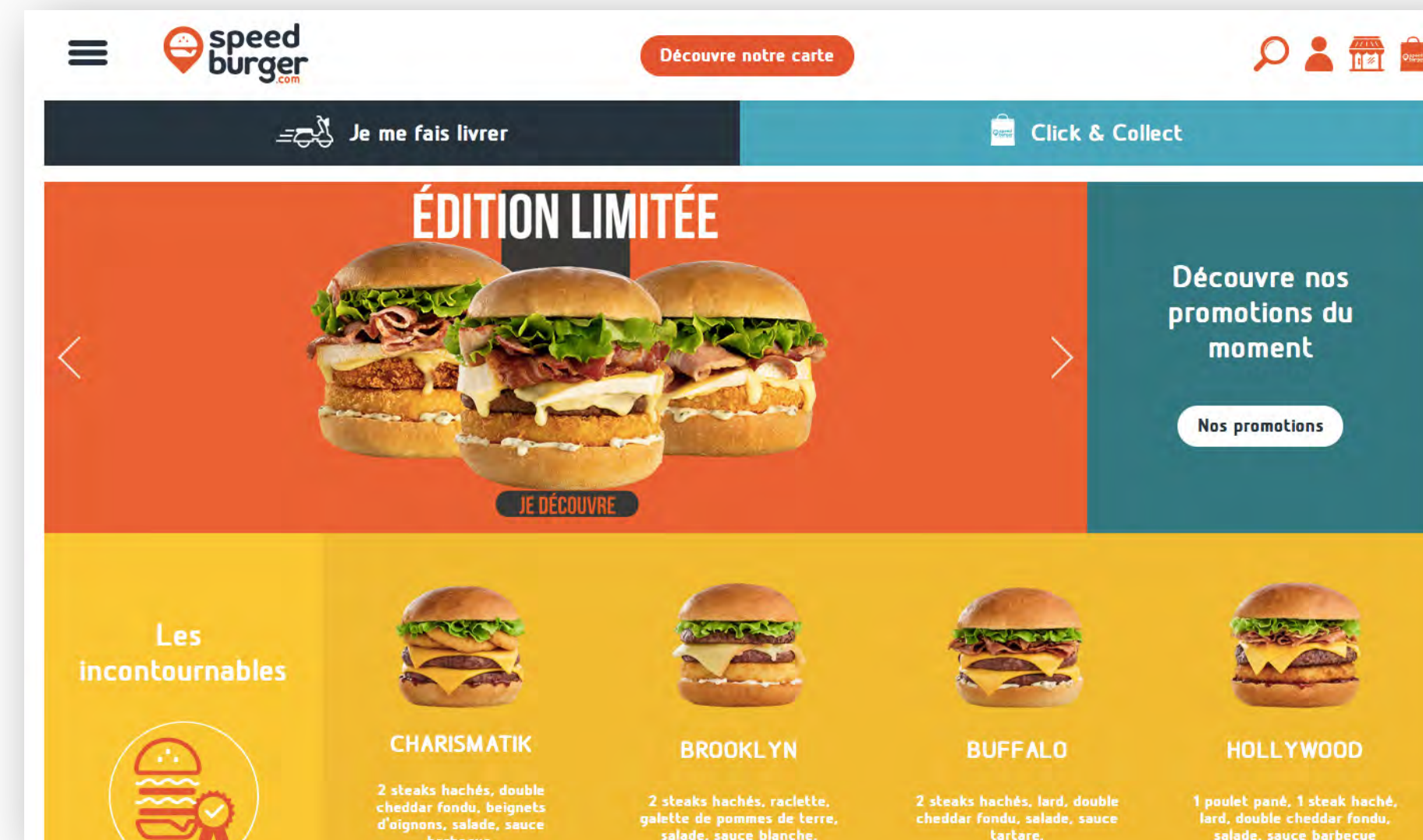


Speed Burger est une enseigne française, dont le premier restaurant a été créé en 1995 à Angers.

Depuis, le réseau s'est développé sous forme de franchise pour atteindre aujourd'hui 48 restaurants délivrant des burgers à domicile, partout en France. Nous élaborons nos

recettes de burgers avec des produits frais, et c'est ce qui les rend aussi savoureux. Du burger classique à la version XXL, en passant par notre sélection de burgers du moment, nous vous proposons un large choix de recettes savoureuses susceptibles de plaire aux plus gourmands d'entre vous.

	Positif	Négatif
Page d'accueil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vue d'ensemble sur les produits</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trop d'informations et de couleurs différentes</li> <li>• Menu gauche seulement pour 3 onglets</li> <li>• L'action principale n'est pas mise en valeur</li> </ul>
Promotion	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liste des bons de réduction dans chacun de leur restaurant</li> <li>• Compte fidélité</li> </ul>	
Burger sur mesure	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mon burger se compose en même temps que je choisis mes ingrédients</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pas très moderne</li> </ul>
Commande	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Choix pour chaque burger si c'est une formule ou à l'unité</li> <li>• Burger en édition limité</li> <li>• Un donut offert lors de la première commande</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pas très moderne dans sa totalité</li> </ul>



Bien manger pour de bon ! Voilà ce que Frichti garantit aux parisiens depuis 2015 : rendre le bon pratique et abordable.

D'abord en livrant en 18 minutes un choix de plats cuisinés maison, et depuis l'été 2018, des produits ultra-frais pour révolutionner l'expérience des courses quotidiennes au supermarché du coin. En 3 ans d'existence et

43M€ levés, l'ambition de Frichti est à la fois économique et sociétale : devenir LA référence du bien manger en Europe et dans le monde. Pour y parvenir, nous avons bâti un système logistique révolutionnaire qui nous permet de livrer plus vite, plus frais et moins cher.

Page d'accueil

Positif

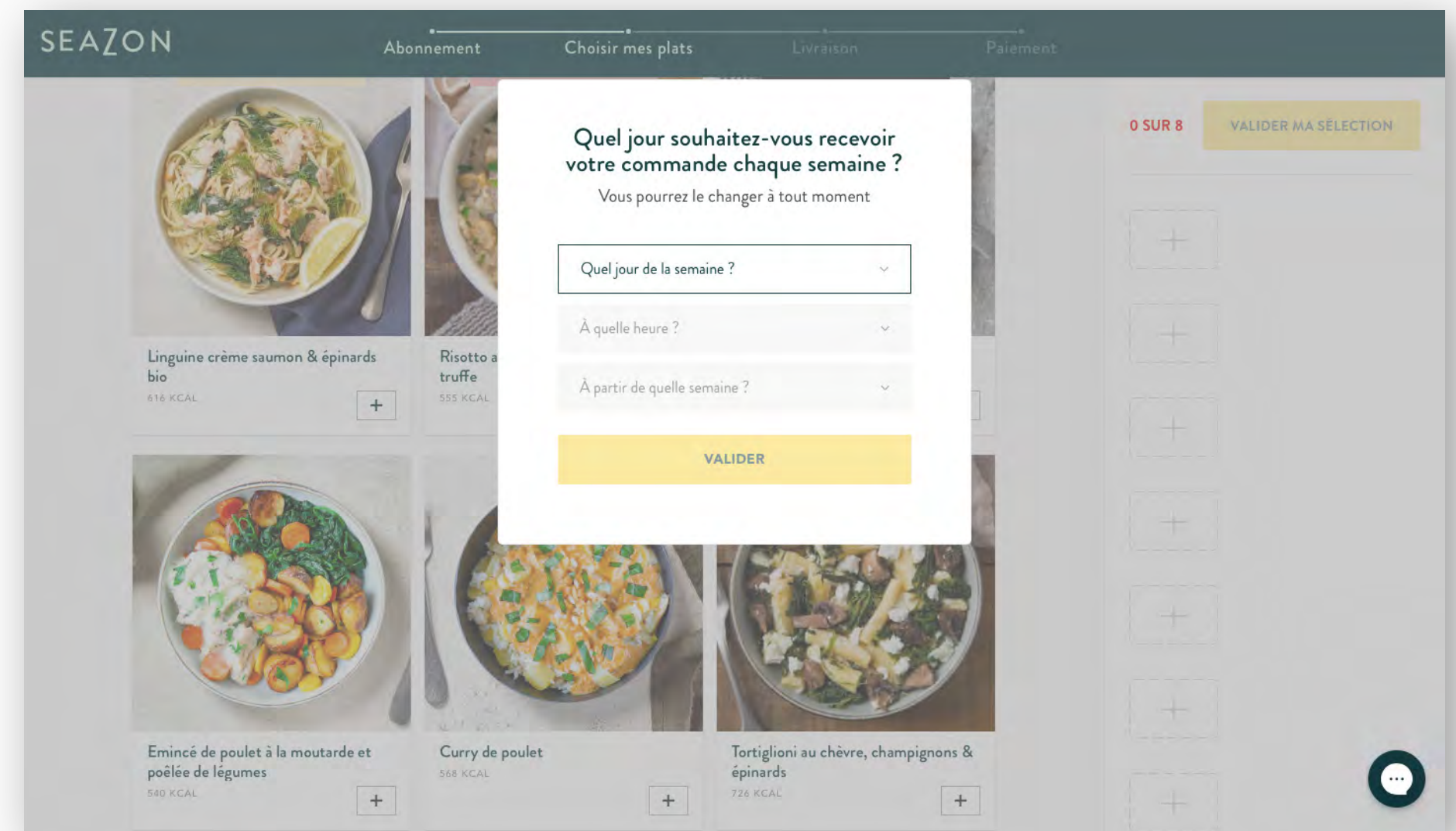
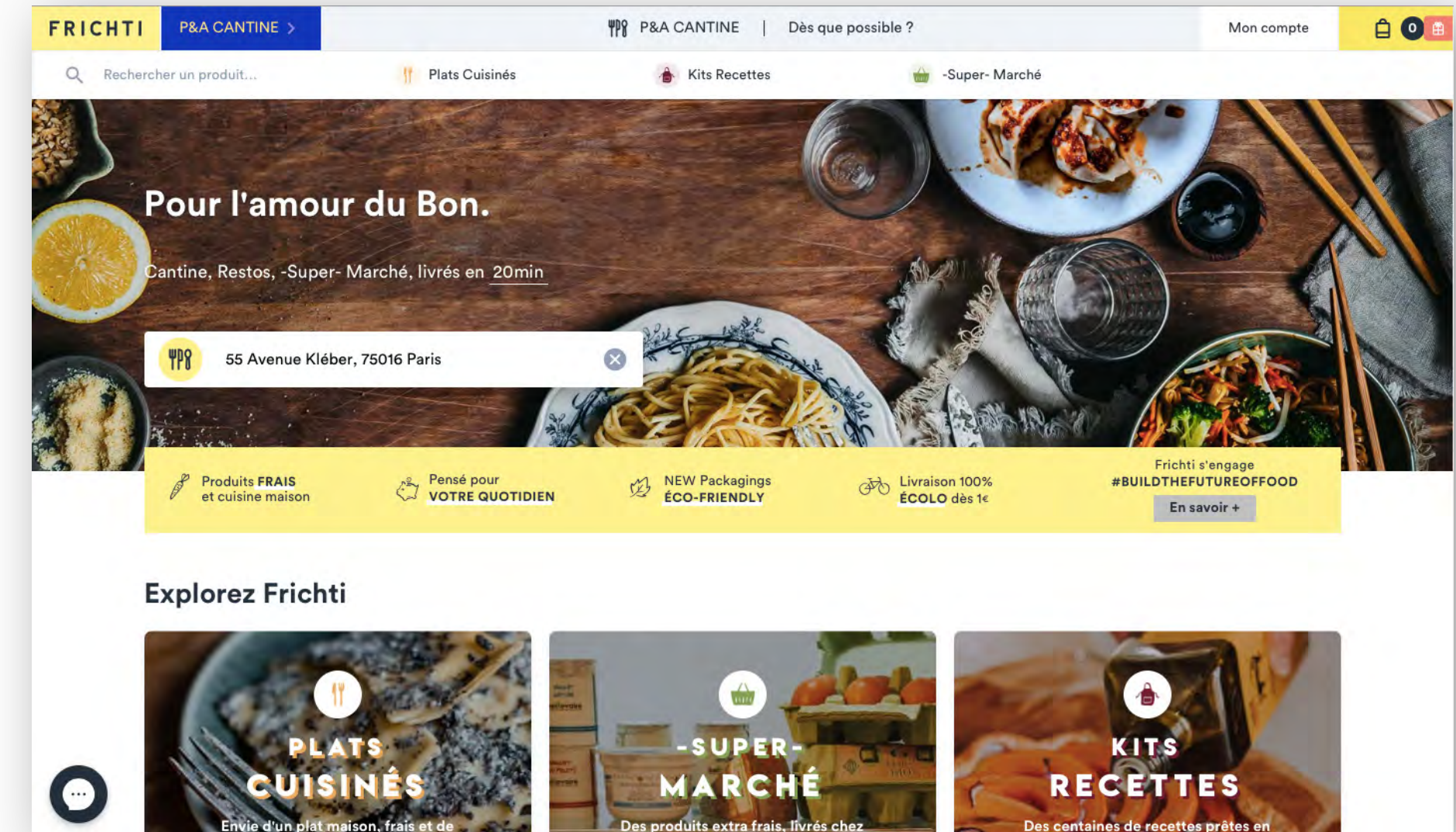
- Met en avant la rapidité de livraison
- 2 barres de recherche pour commander au dessus de la ligne de flottaison donc pousse à l'achat
- Liste des engagements et valeurs de la marque
- Redirection web vers un site dédié à leurs engagements
- Ligne éditoriale qui vise à montrer au client les bienfaits de leurs plats
- Packagings éco-responsables
- Idées de recettes

Négatif

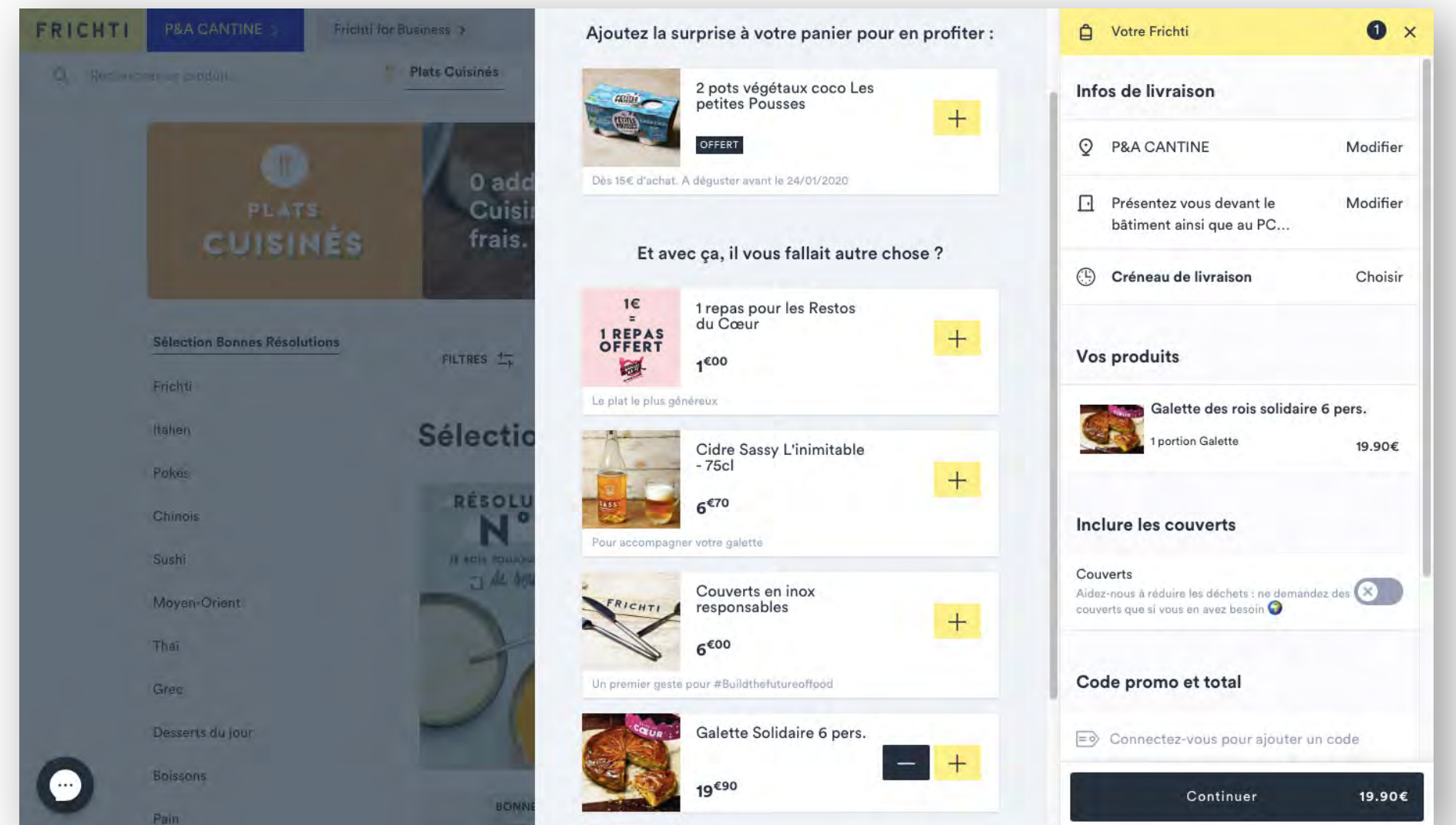
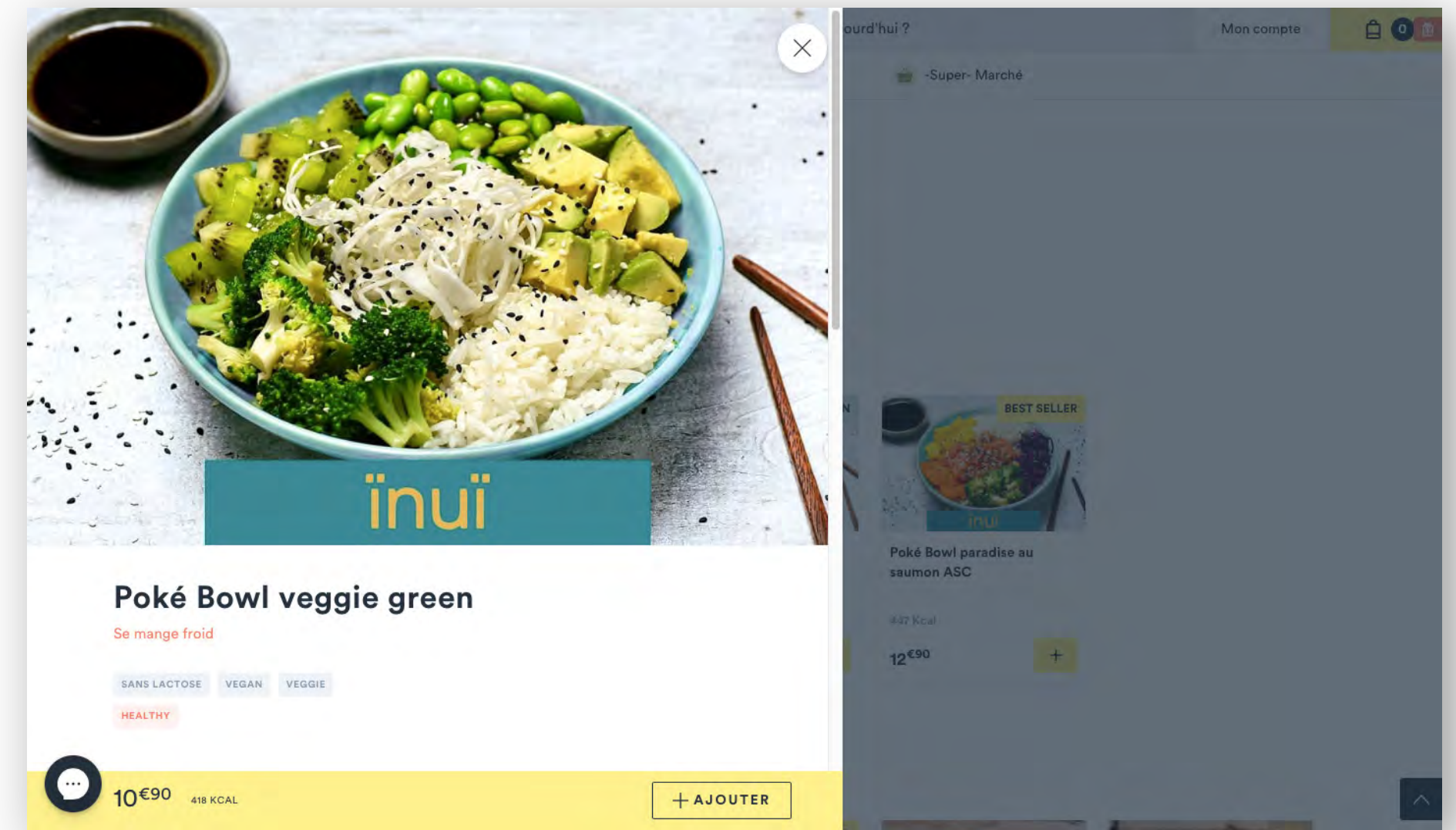
- Trop d'articles donc risque de perdre l'utilisateur
- Beaucoup d'onglets

Fichtri Business

- Formules business pour les professionnels et entreprises



	Positif	Négatif
Parrainage	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Offre de parrainage : 1 ami parrainé = 5€ offerts sur la prochaine commande</li> </ul>	
Commande	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Étiquettes pour indiquer les “Best-seller”, “Bonne résolution”...</li> <li>• Quand click sur un produit, un fenêtre s’ouvre sur la gauche avec les apports nutritifs du plat</li> <li>• Possibilité de filtrer par type de plat, préférence alimentaire, etc...</li> </ul>	
Panier	<ul style="list-style-type: none"> <li>• On peut payer des couverts en inox pour un geste éco-responsable</li> <li>• On peut demander que ce soit un collègue/ami qui vient récupérer votre commande à votre place</li> <li>• Proposition de plats ou offres à ajouter en un click au panier</li> </ul>	



# SEAZON

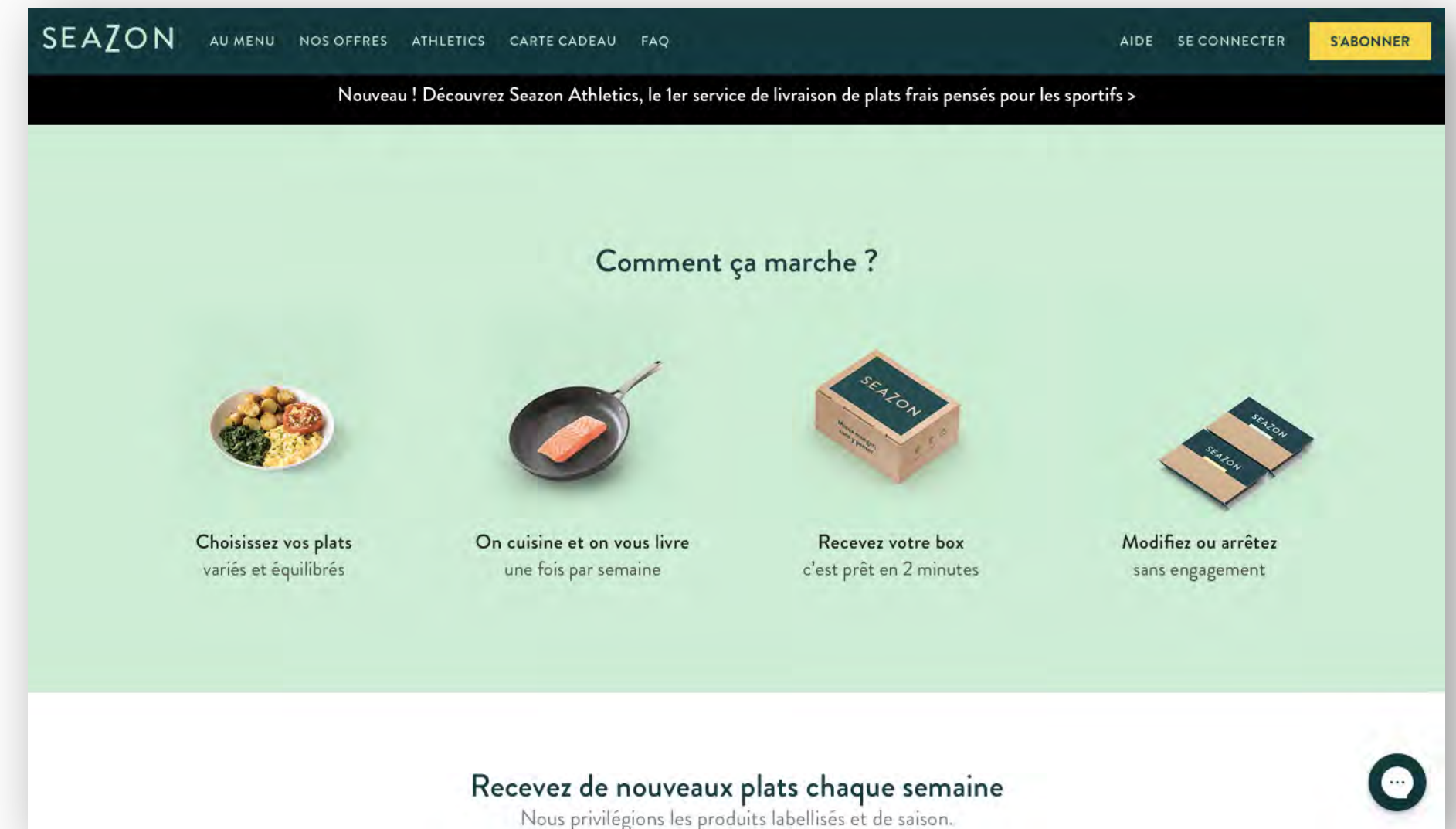
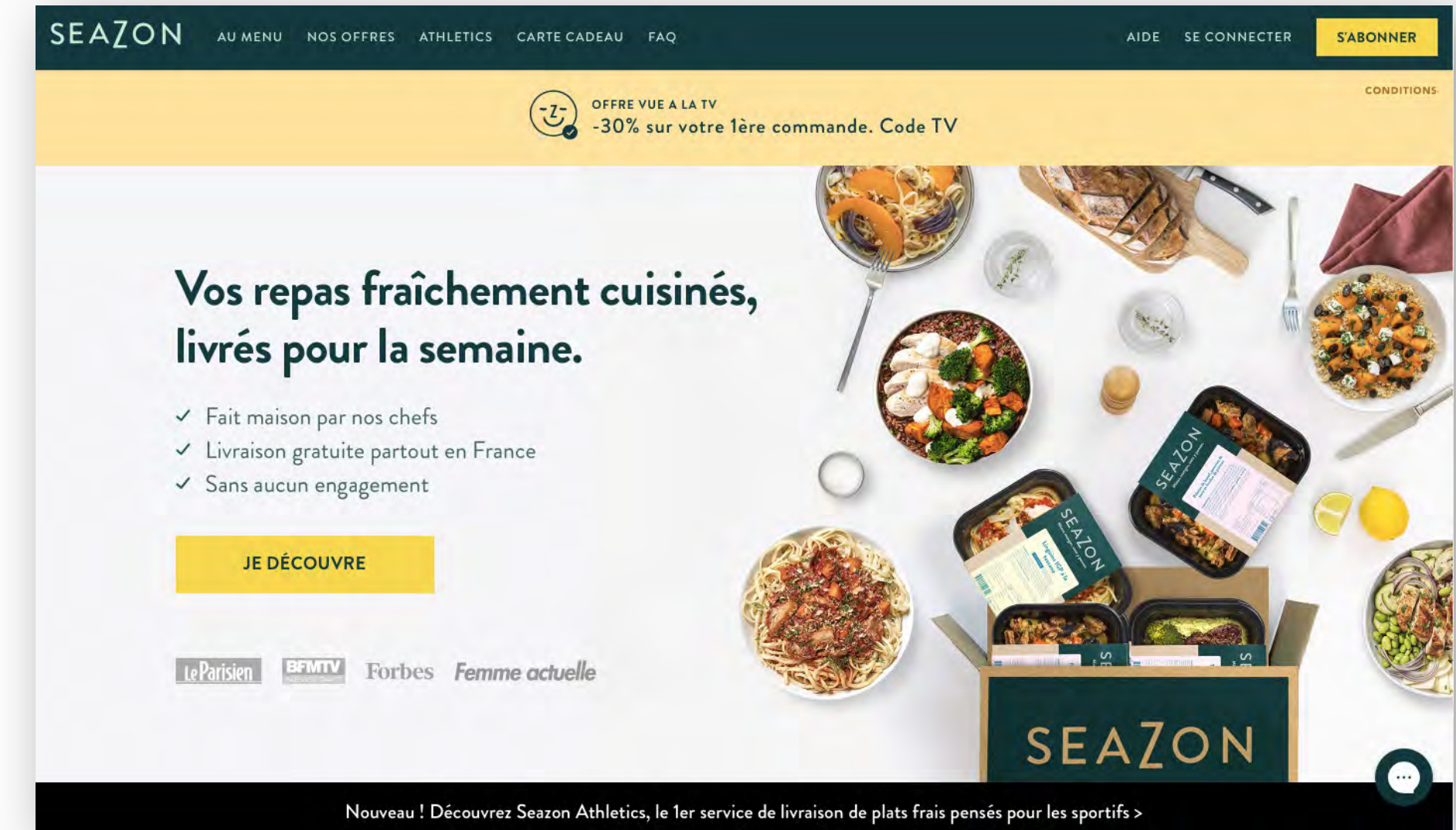
Seazon a été créé par l'entreprise parisienne FoodChéri qui livre des plats cuisinés par leurs chefs, frais et faits maison. Le défi qu'ils se sont lancé, créer Seazon pour en faire profiter la France entière !

Après les box beauté, accessoires, vin, pâtisserie, voici la box de repas frais et sains. La start-up FoodChéri, qui livre chaque jour en

région parisienne des milliers de petits plats réalisés dans ses cuisines de Montreuil, lance une box de quatre à dix repas frais à recevoir chaque semaine à la maison ou au bureau.

## Concurrent tertiaire

	Positif	Négatif
Page d'accueil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Présentation des plats/ dès la première image + Mise en situation</li> <li>• CTA pour commander au dessus de la ligne de flottaison</li> <li>• Code promo</li> <li>• Présentation animée du concept</li> <li>• Présentation des plats et des valeurs nutritionnelles</li> <li>• Avis utilisateurs</li> <li>• Abonnement</li> <li>• Belle identité graphique</li> <li>• Marques qui leur font confiance</li> </ul>	
Commande	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proposition de plusieurs abonnements</li> <li>• Étiquette qui indique l'abonnement le plus populaire</li> <li>• Système d'étapes</li> </ul>	

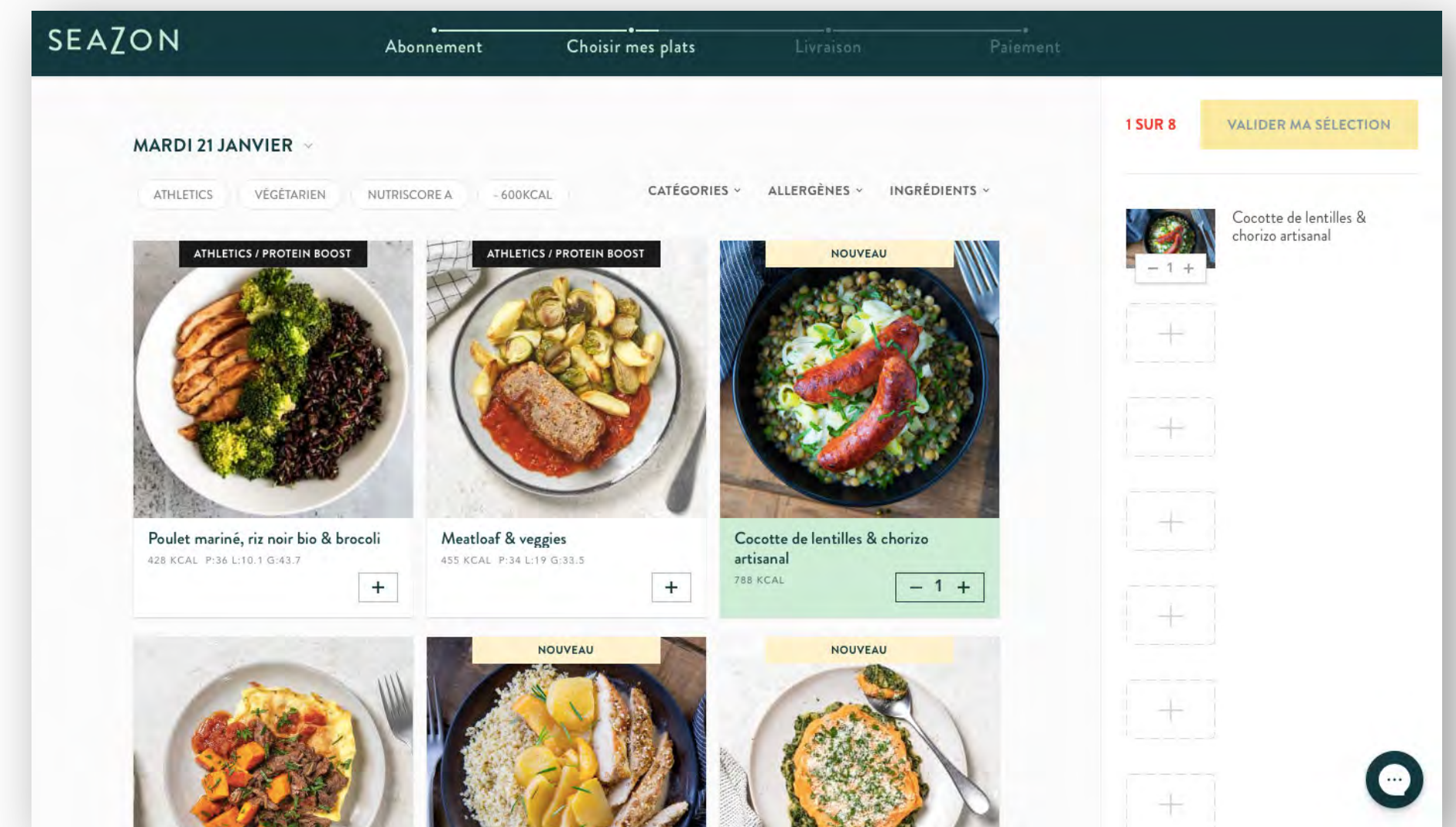
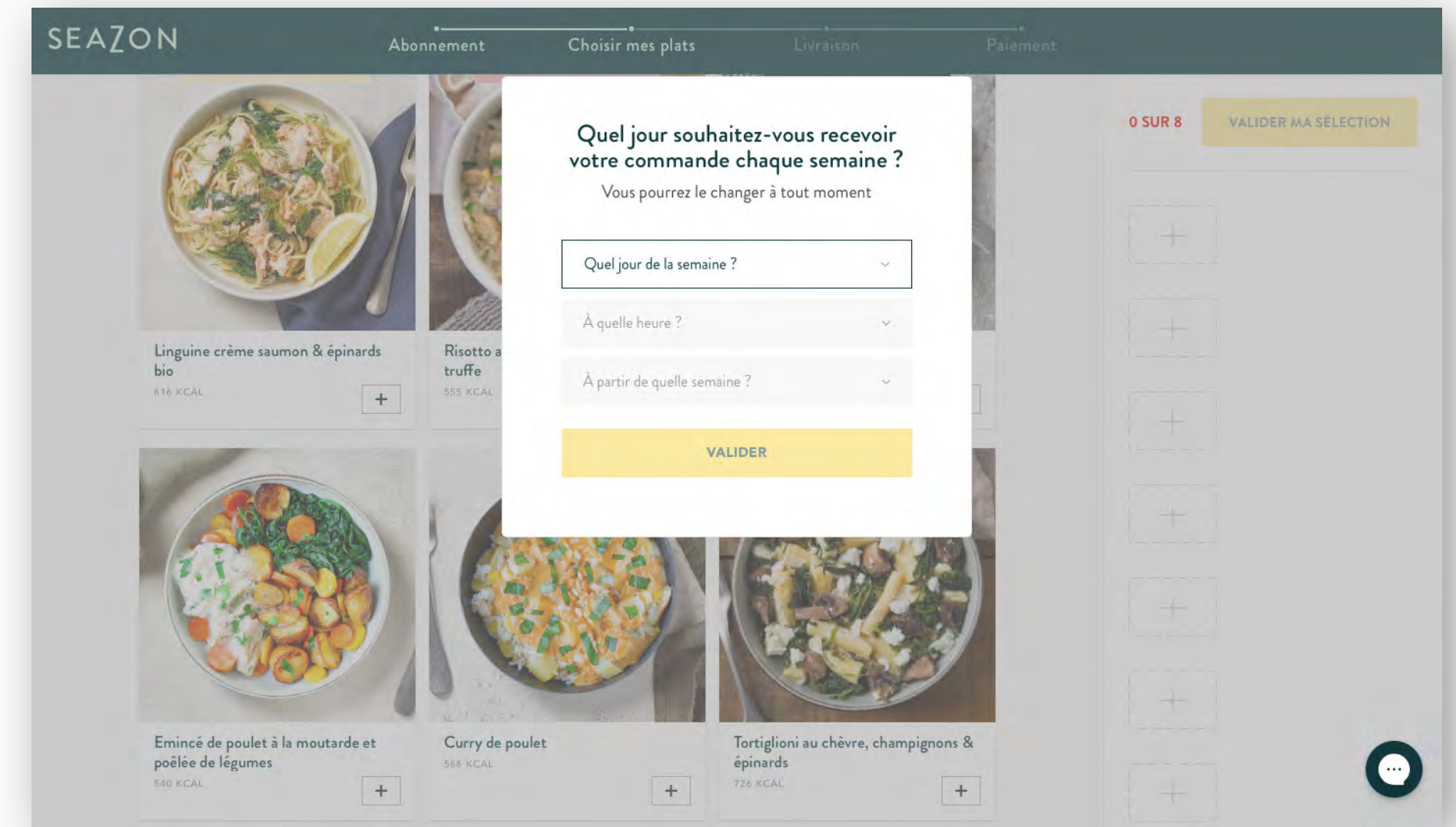




# SEAZON

## Concurrent tertiaire

	Positif	Négatif
Partie Business	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Choisir le jour de la semaine où je souhaite profiter de mon abonnement, l'heure et la date de démarrage</li> <li>• Filtrer par type de plats (végétarien, athlétique...)</li> <li>• Étiquette de produit coup de coeur, meilleure vente, nouvelle recette...</li> </ul>	
Composer sa salade	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumule de points de fidélité afin de gagner des bons de réduction</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pas d'explication claire du système de gain</li> </ul>



# QUITOQUE

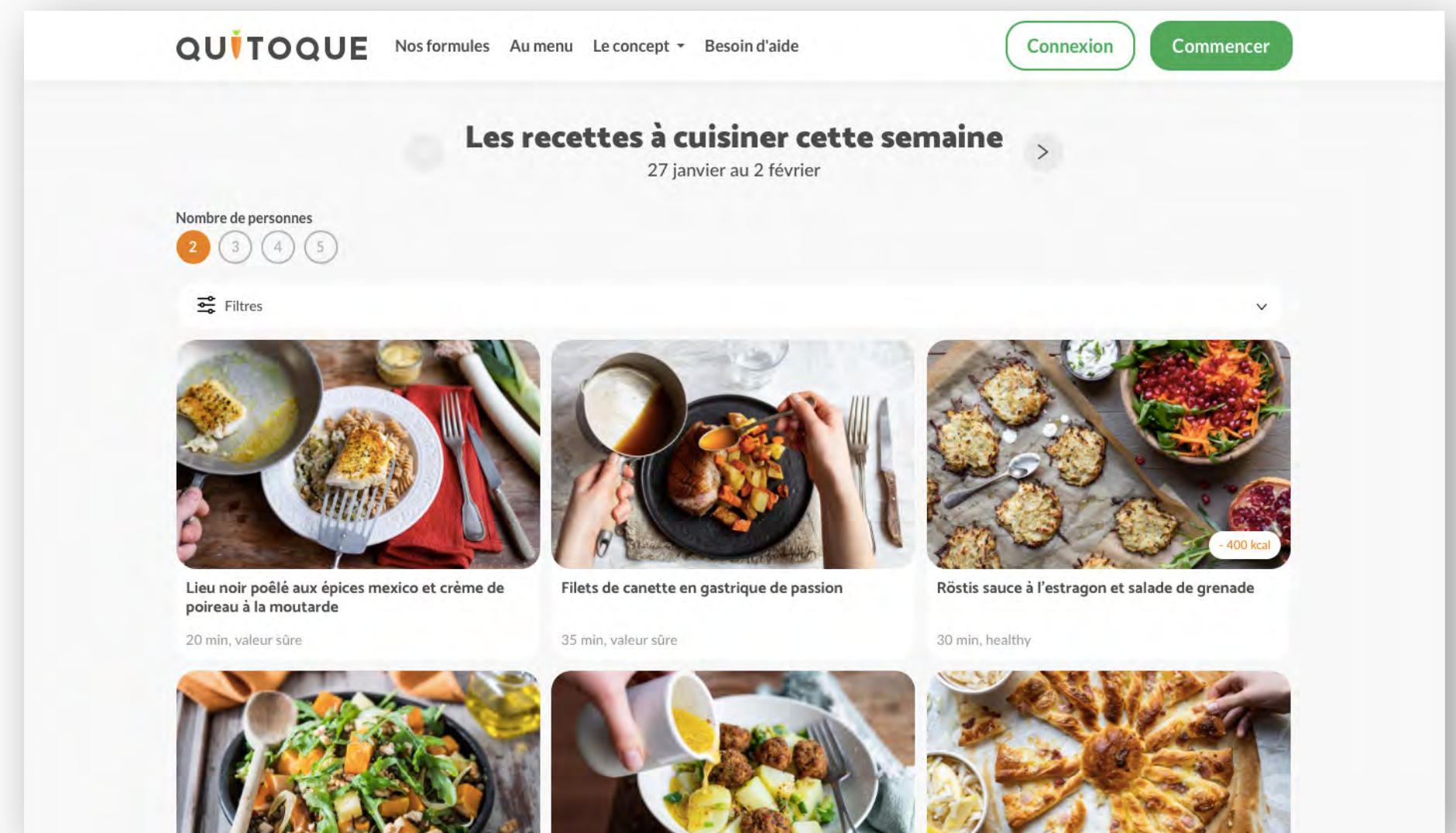
« Depuis 2012, nous sommes persuadés que cuisiner de temps en temps, beaucoup, passionnément rend la vie plus belle.

Alors, nous avons imaginé les paniers à cuisiner Quitoque, un concentré d'aliments frais, de saison et surtout savoureux, pour vous simplifier la vie au quotidien. On le sait, bien manger au quotidien est un vrai défi !

Alors, pour devenir votre allié de tous les jours, nous avons à cœur d'innover pour trouver les solutions qui répondent toujours plus à vos besoins. Vous pouvez compter sur nous ! »

Une petite pub sympa : [https://www.youtube.com/watch?v=92Uh\\_90hmLI](https://www.youtube.com/watch?v=92Uh_90hmLI)

	Positif	Négatif
Page d'accueil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Met en avant les valeurs des produits et ce que l'utilisateur y a à gagner</li> <li>• Présentation en 3 icônes du concept</li> <li>• Avis &amp; témoignages clients</li> <li>• Liens vers l'application mobile</li> <li>• Carte cadeau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pas de CTA au dessus de la ligne de flottaison</li> </ul>
FAQ	<ul style="list-style-type: none"> <li>• FAQ complète</li> <li>• Lien direct vers la page de contact en cas de besoin</li> </ul>	
Panier	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demande comment l'utilisateur a connu la marque, permet de récupérer des feedbacks.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• On ne peut pas modifier les recettes choisies</li> </ul>



Nixon est la marque d'accessoires de référence pour les esprits indépendants, actifs & aventuriers.

Nos produits sont «team-designed» en collaboration notre communauté d'indépendants, de créatifs et de libres-penseurs du monde entier. Nous créons des accessoires jusqu'au plus petit détail pour

refléter la vie sans limites que nous menons et ne nous arrêtons pas tant que nous n'y arrivons pas.

Fondée à Encinitas, en Californie, en 1998, Nixon a commencé avec une petite collection de montres exclusive pour des détaillants spécialisés dans le sport de glisse et la mode.

Le petit +

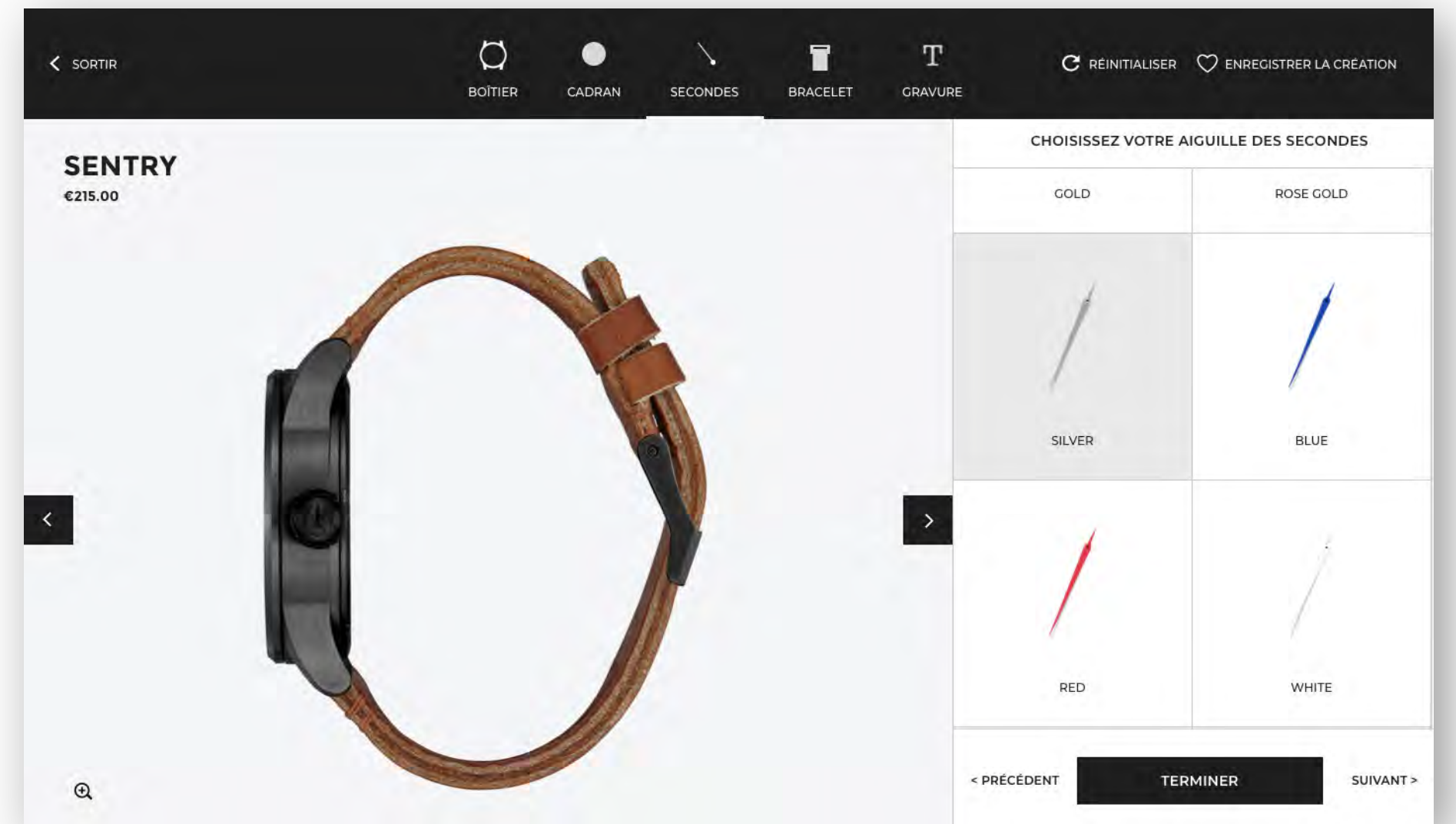
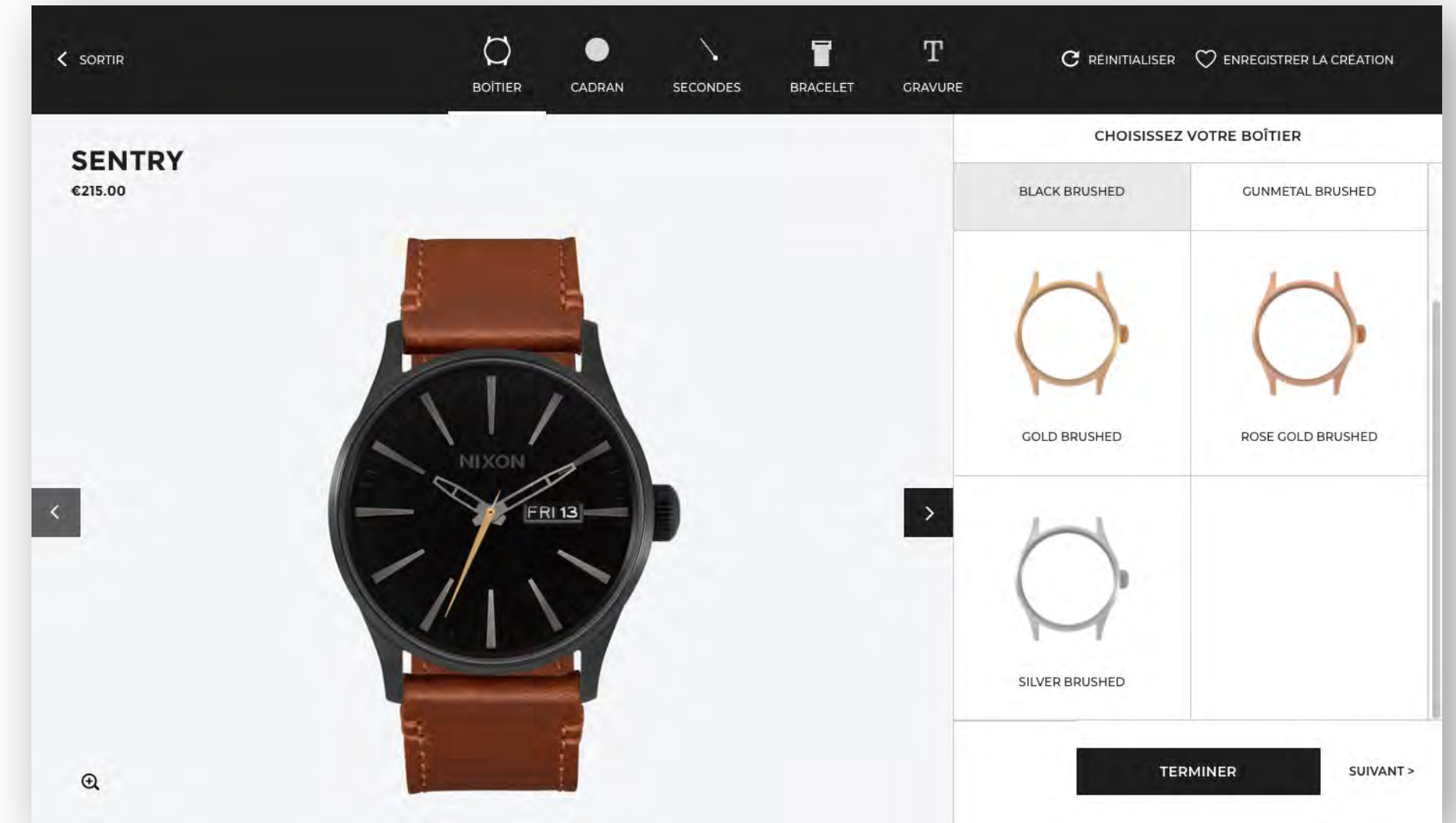
## Personnalisation

### Positif

- Site épuré et intuitif
- Personnalisation étape par étape
- Icônes pour représenter les éléments à personnaliser dans la montre
- Enregistrer la création pour la retrouver plus tard
- Vue sous plusieurs angles de la montre
- Personnalisation dynamique des éléments
- Réinitialiser la création

### Négatif

- Choix du modèle avant même le début de la personnalisation donc on ne peut pas changer en cours
- Le bouton pour continuer est secondaire, donc on ne le voit pas forcément
- La page de validation est une simple page produit



# 05. Conclusion





# Tableau récapitulatif

Fonctionnalités	EatSalad. <small>— Votre salade sur mesure ! —</small>	jour <i>Healthy by nature</i>	elgi <small>Super bowl</small>	CÔTÉSUSHI	speed burger <small>.com</small>	FRICHTI	SEAZON	QUITOQUE
• CTA au dessus de la ligne de flottaison pour commander	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✗
• Avis utilisateurs	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✓
• Explication du concept	✗	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓
• Photos attractives	✗	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓
• Commande en plusieurs étapes	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✓	✗
• Offres promotionnelles	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗
• Filtrage des aliments	✗	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓
• Mise en avant de la qualité des produits	✗	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓
• Compte fidélité	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗
• Animation des éléments	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓



## L'addition s'il vous plait !

Maintenant que nous avons analysé le site d'Eat Salad ainsi que ceux de ces concurrents, nous savons que la marque a tout intérêt à se développer sur le web.

Que ce soit au niveau graphique, textuel & ergonomique, Eat Salad a de quoi faire afin de rattraper ces concurrents. La marque a su implanter ses restaurants à travers la France, mais ne semble pas encore avoir démarré sa transformation digitale.



**EatSalad**<sup>®</sup>  
— Votre salade sur mesure ! —

Spé UI/UX

**Merci !**  
**Des questions ?**

