Seeds & Chips, quattro cose da sapere sui ristoranti del futuro

thefork-20ee61ca

Cresce l’attesa per l’intervento dell’ex Presidente degli Stati Uniti **Barack Obama** a **Seeds & Chips**, che si terrà nelle prossime ore. Intanto l’evento è già partito con un fitto calendario di conferenze sulle tematiche più calde del momento legate a **food e innovazione**: dai big data alle stampanti 3D, dalla sharing economy alle nuove generazioni di consumatori, dal packaging intelligente ai superfood.

In questo ricco palinsesto non poteva mancare la riflessione, attualissima, sui **ristoranti del futuro**, tra i principali temi che hanno contraddistinto la prima giornata dell’evento. La discussione ha coinvolto chef, startupper e innovatori tra cui **Almir Ambeskovic**, Regional Manager di **TheFork**, una delle maggiori app di prenotazione online dei ristoranti a livello globale con una posizione leader nel mercato italiano. TheFork, che conta su 40mila ristoranti a livello globale di cui 8mila in Italia, ha analizzato l’andamento recente dei ristoranti per individuare alcuni trend.

Ecco dunque **4 cose da sapere sui ristoranti del futuro (e del presente)**
1. La posizione geografica non è così importante: una volta un ristorante lontano dal centro o dalle vie della movida aveva più difficoltà a emergere. Il web offre ai ristoranti la possibilità di essere visibili e prenotabili anche online, quindi la posizione geografica non favorevole può essere facilmente compensata da una buona “posizione” online o, altrimenti detto, web reputation.
2. I feedback dei clienti contano: quando un cliente prenota il ristorante con TheFork e vi pasteggia, riceve una notifica per lasciare tre voti a proposito di qualità dei piatti, servizio e atmosfera del ristorante. Questi voti di tutta la community vanno poi a confluire nella valutazione globale all’interno della scheda di ciascun ristorante su TheFork. Se consideriamo i ristoranti con un voto inferiore a otto, all’aumentare della valutazione, il numero di prenotazioni ricevute si moltiplica. Tradotto: a voti più alti corrispondono sempre più prenotazioni. Il passaparola online può dunque aiutare a incrementare il numero di clienti.
3. Il servizio è fondamentale: i ristoranti che hanno voti alti sul servizio tendono ad avere voti alti sulla cucina, non sempre accade il contrario. E’ chiaro che un buon ristorante offre sia una buona

cucina sia un buon servizio. Ciò detto, i numeri lasciano intendere che quando il cliente si sente coccolato, questo influisce anche sulla sua valutazione della cucina. Con una buona sala, il cliente sembra anche più disposto a chiudere un occhio su un piatto non proprio perfetto. Insomma, come recentemente dichiarato da Bottura, “una grande sala salva un piatto modesto, una cattiva sala rovina anche un grande piatto”.

4. La tecnologia aiuta i gestori: le opportunità di un gestionale per ristoranti come TheFork Manager (ma per citarne altri anche Open Table) sono tantissime. Un software infatti consente di ottimizzare le prenotazioni e le operazioni, e di migliorare servizio e ricavi, secondo i principi dello Yield Management, pratica utilizzata con successo nel settore turistico che permette di variare i prezzi a seconda delle disponibilità. Insomma, il ristoratore può decidere in base alle fasce orarie se e quando applicare eventuali sconti nell’ottica di avere il ristorante pieno ogni giorno, per più servizi. Quindi per esempio può decidere di applicare una promo del 50% alle 19.30, di essere a prezzo pieno alle 20.00 e di fare una promo del 30% alle 21.00. Dal canto suo l’utente che al telefono sarebbe stato irremovibile sull’orario della prenotazione, è disposto a valutare tutte le possibilità quando la scelta gli si presenta online. Una soluzione molto utile per fare più giri di tavolo, in un contesto, quello italiano, dove il 90% delle prenotazioni dei ristoranti è tra le 20.00 e le 21.00.