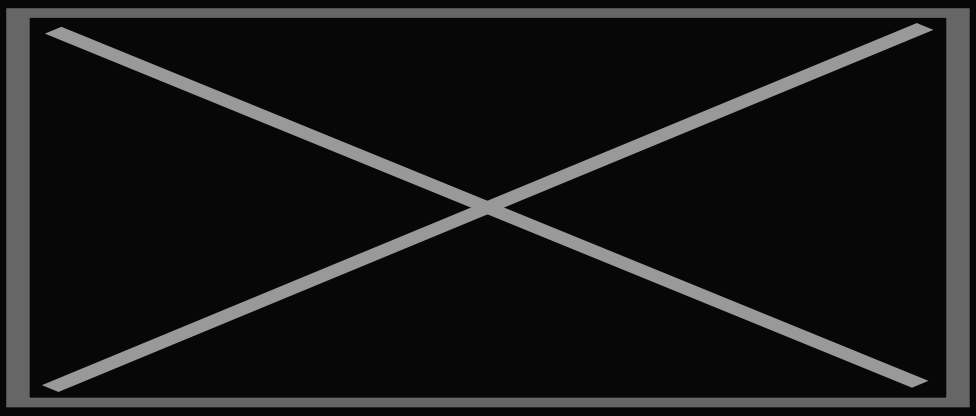
Gaming Retail: beviamoci su

gaming-retail-beviamoci-su-05b09d3b

Con l’emergenza sanitaria provocata dal nuovo coronavirus, l’intero mondo del Retail si è trovato di fronte alla necessità di ripensare i propri locali, riorganizzandone gli spazi e dotandoli di ulteriori servizi o tecnologie, in virtù delle nuove misure di sicurezza e in conseguenza delle nuove esigenze e sensibilità emerse tra i consumatori. In questo scenario orientato alla ricerca della (più che inflazionata) “nuova normalità”, non risulta immune il mondo del gioco. Come per ogni altro punto vendita e come tutti gli altri ambienti di consumo, anche nel *Gaming retail* è necessario riorganizzare le location rivedendo, anche drasticamente, i layout delle sale – di ogni tipologia – mantenendo (o, volendo, esaltando) l’area dedicata alle attività di gioco, ma introducendo delle novità o innovazioni orientate a una sempre migliore *user experience*. In questo contesto può trovare nuovi e ulteriori spazi l’offerta Food & Beverage nei locali di gioco, che in alcuni casi già rappresenta un elemento centrale, mentre in altri potrebbe facilmente diventarlo, soprattutto per chi vorrà esplorare i nuovi concept o investire in nuovi format “*Onlife*” o in altri trend emergenti. In questo senso, gioca un ruolo strategico la ricerca specialistica realizzata da TradeLabe e Gioco News di cui abbiamo parlato nel numero precedente, orientata proprio all’analisi delle potenzialità del Food & Beverage nel gaming retail. Partendo dallo stato dell’arte del settore, analizzando cioè le principali realtà in cui è già presente un’attività di somministrazione o ristorazione, di qualunque tipologica, oltre a quelle dove non è ancora stato previsto un servizio di questo tipo. Svelando e analizzando i punti vendita che l’hanno integrata e che la mantengono, con le case history più significative descritte in seguito a interviste rivolte sia agli operatori che ai frequentatori dei locali. Come sono organizzati i locali che propongono Food & bevereage? Con quali layout e che tipo di servizi “collaterali” offrono oltre al gaming? E ancora: qual è la permanenza media dei consumatori in questi locali? E con che frequenza il pubblico torna a visitarli? Una serie di domande a cui vengono date risposte concrete, analizzando casi reali in maniera analitica e approfondita, su tutto il territorio nazionale (oltre 180 gestori e circa 1.800 consumatori intervistati dagli analisti). Producendo risultati interessanti.



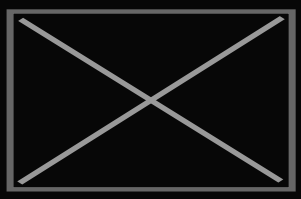
Tra i locali che offrono momenti di consumo, 1 gestore su 3 dice che l'aumenterà. Ampliando l'assortimento dei prodotti (45%), aggiungendo momenti di consumo come aperitivo o cena (33%) o con ampliamenti strutturali. Segno evidente che chi ha già fatto questa scelta non si è affatto pentito, anzi. Ecco perché la ricerca si rivela uno strumento utile per gli addetti ai lavori, consentendo di intervenire sulla propria rete distributiva sfruttando in maniera scientifica le opportunità e potenzialità ancora inespresse. Un aspetto che diventa oggi ancora più importante alla luce del mutato contesto che impatta fortemente sull'intero mondo del gaming retail. Ma oltre alla "mera" offerta F&B, ciò che emerge dall'indagine è che, in questi locali, si rimane a lungo e ci si va frequentemente. E allora: su che tipo di arredi ed accoglienza lavorare? Cosa è importante per i gestori? TradeLab lo ha chiesto ai gestori ma anche – e soprattutto – ai giocatori. Offrendo una panoramica completa su importanza e soddisfazione per gli elementi di offerta del locale. Delineando, quindi, come si cura la relazione con il cliente, quale assortimento può risultare migliore e come integrare al meglio online e offline. Sapete, per esempio, qual è la bevanda o lo snack più gettonato all'interno dei locali di gioco italiani? Probabilmente no, non essendo mai stato realizzato prima uno studio di questo tipo. Ed è solo una delle tantissime risposte che scaturisce nelle 150 pagine di analisi. Da consumare preferibilmente negli ambienti di gioco.

"Le potenzialità del Food&Beverage nella nuova normalità del Gaming Retail"



Per saperne di più:

www.gamingretail.it
gamingretail@gnmedia.it



GiocoNews e il quotidiano online GiocoNews.it rappresentano il network di riferimento per l'industria del gioco pubblico. Il prodotto cartaceo, distribuito in tutte le aziende del settore in Italia e nei principali centri di gioco italiani e dei territori limitrofi, è lo strumento di approfondimento delle più importati tematiche di business, politica, economia, ma anche di costume, società e life style. L'ultimo nato nella famiglia di GiocoNews è il quotidiano del giocatore www.GiocoNewsPlayer.it dove puoi trovare anche il localizzatore degli ambienti di gioco!