# Intelligenza artificiale, sostenibilità e cloud: le dritte di SumUp per i ristoratori

20240110123258sumup-bc672776

Il 2023 (ma non solo) ha messo a dura prova i **ristoratori**: il settore ha subito un considerevole aumento dei costi e l'incertezza geopolitica su più fronti. Per affrontare il 2024, la fintech **SumUp** ha individuato i temi chiave dell'anno per trasformare sfide e difficoltà in nuove occasioni di business, dando alla ristorazione cinque consigli da seguire.

"*In un periodo storico così incerto è importante per gli esercenti capire le necessità e le richieste dei clienti, per rimanere al passo con i bisogni che cambiano e anticiparli ove possibile* – commenta **Vittorio Moretti**, Commercial Director di SumUp – *In particolare, l'uso consapevole di tecnologie e processi come digitalizzazione e AI, l'ottimizzazione del marketing digitale, l'integrazione collaborativa e l'attenzione alla sostenibilità, all'inclusività e al benessere di clienti e dipendenti possono diventare pratiche virtuose che migliorano le piccole e medie attività commerciali, per creare business solidi e proiettati nel futuro*".

Qui di seguito i cinque consigli di SumUp per il mondo della ristorazione:

**ATTIVITÀ DIGITALE E AI**
Secondo un sondaggio svolto da SumUp, la metà degli esercenti italiani intervistati ritiene che l'attuale contesto economico abbia accelerato la digitalizzazione della propria azienda. La digitalizzazione si conferma quindi sempre più un vantaggio competitivo. In particolare, sarà fondamentale implementare **strumenti di analisi basati su intelligenza artificiale** per approfondire i comportamenti dei clienti e la propensione all'acquisto attraverso l'analisi dei dati, le preferenze e i feedback dei consumatori. Questo consente di creare offerte e servizi personalizzati e targettizzati, migliorando l'esperienza del cliente e aumentando le vendite.

**PAROLA D'ORDINE SOSTENIBILITÀ**
L'80% dei ristoratori italiani – svela SumUp – considera la sostenibilità **una priorità** della propria

attività. In effetti, le pratiche virtuose dovrebbero essere al centro delle strategie per il nuovo anno: saperle mettere in atto e comunicarle al cliente fa bene al pianeta e al commerciante, in quanto potente mezzo di attrazione e fidelizzazione. Per ristoranti, food truck e fast food questo può significare, ad esempio, sostituire l'acqua in bottiglia con impianti di acqua trattata o aderire a programmi di vuoto a rendere, evitare la plastica monouso utilizzando imballaggi ecologici, come piatti, bicchieri e stoviglie riutilizzabili o compostabili, oppure offrire opzioni ecocompatibili al momento dell'acquisto, come la segnalazione a non inserire le posate nelle consegne a domicilio. Inoltre, **analizzare i comportamenti dei clienti** può aiutare a evitare gli sprechi: se, da un lato, può essere importante costruire o rafforzare partnership con app che si occupano di rimettere in circolo il cibo che non viene consumato, dall'altro si può proporre ai clienti l'uso di una '**doggy bag**' per portare a casa gli avanzi. Fondamentale, soprattutto nel caso dei fast food, creare delle 'isole' per la **raccolta differenziata**, spiegando correttamente come farla. Infine, essere sostenibili significa anche pensare all'**inclusione alimentare**, proponendo menù bio, vegani, attenti alle esigenze religiose o etiche: già il 61,2% dei ristoratori italiani propone alternative vegane e/o vegetariane, il 60% glutenfree e il 40% utilizza prodotti biologici.

**IL PESO DEL MARKETING**

Il 30,4% degli esercenti, racconta SumUp, ritiene che rafforzare la propria comunicazione digitale rappresenti una strategia positiva in un'ottica di fidelizzazione del cliente. In particolare, il 26% dirotta il piano marketing su offerte mirate in base ai periodi dell'anno (festività, saldi, Black Friday) e il 23,7% intende integrare nuovi canali di vendita online. Nel 2024, per ampliare il proprio raggio d'azione e raggiungere un pubblico sempre più ampio, sarà dunque inevitabile investire in **campagne di marketing digitale mirate**, utilizzare le piattaforme dei social media e l'ottimizzazione dei motori di ricerca  per raggiungere un pubblico più ampio. Sfruttare la pubblicità a pagamento sulle piattaforme e collaborare con **micro-influencer** può aumentare il traffico dei business online e incrementare le vendite anche nei negozi fisici.

**IL CLOUD**

Strumenti innovativi e basati su cloud possono aiutare commercianti, ristoratori ed esercenti nel semplificare il lavoro da remoto, la comunicazione e il controllo sulle proprie attività senza bisogno di costante presenza fisica. Per il 36,2% degli esercenti italiani, spiega SumUp, la digitalizzazione ha ottimizzato il risparmio di tempo e nel 24,7% dei casi ha reso più efficiente l'operatività. Questo grazie a dispositivi che semplificano le procedure lavorative, liberando tempo utile per seguire i clienti e offrire servizi sempre più efficienti, come SumUp Cassa Pro, **cassa cloud multifunzione e connessa** , che consente di  gestire in modo integrato tutti i processi, dall'elaborazione degli ordini ai pagamenti

digitali, dal magazzino alle consegne, **fino alla sicurezza e all’aggiornamento delle norme fiscali**.

**PIÙ BENESSERE**

La salute, sia fisica che mentale, è uno dei temi da mettere al centro nel corso del 2024. L’introduzione di programmi di benessere, della modalità di lavoro flessibile e la valorizzazione di opportunità di crescita aiutano a **fidelizzare i dipendenti e migliorare l’ambiente**, con una diretta ricaduta positiva anche sulla clientela. Inoltre, eliminare le barriere e i pregiudizi legati a genere, cultura, etnia o età fin dalla scelta del personale diffonde la cultura dell’accoglienza: **un approccio inclusivo, open minded e positivo** è in grado di trasformare l’ambiente di lavoro e le performance dell’attività. Questo atteggiamento influenza anche le scelte relative alla proposta commerciale e ha effetti importanti sulla percezione del cliente.