Food delivery: 6 clienti su 10 scelgono sul web

loghi-v-98430f5e

L’online è un’opportunità importante per i ristoranti non solo per il food delivery, ma anche per cercare clientela che riempia il locale. The Fork, oggi “costola” di TripAdvisor, applica alla ristorazione la tariffazione flessibile già diffusa nel mondo dei viaggi: i prezzi variano cioè in base alle disponibilità.

“Quando mangia fuori - dice **Almir Ambeskovic**, country manager Italia The Fork - *internet è diventato uno strumento indispensabile per il consumatore. Secondo Tradelab, il 61,5% degli intervistati naviga sul web per scegliere un ristorante. E analizzando l’andamento del traffico sull’app TheFork per Android vediamo che l’85% degli utenti cerca ispirazione e poi prenota. Per i ristoranti ciò significa agganciare attraverso il web nuovi clienti, avere un’agenda digitale delle prenotazioni che permette di applicare promozioni nei giorni di scarsa affluenza, rendere più efficienti i processi, acquisire dati sui clienti per comunicare con loro e fidelizzarli. Anche queste azioni hanno come risultato un aumento di prenotazioni, e dunque di entrate*”.

Leggi altro sul food delivery qui.