Tablet e smartphone, i ristoranti si danno una mossa

hamburger-9bdf9d82

Il cliente usa le tecnologie mobili e ordina tramite tablet o smartphone. Il mondo della ristorazione si adegua in fretta.

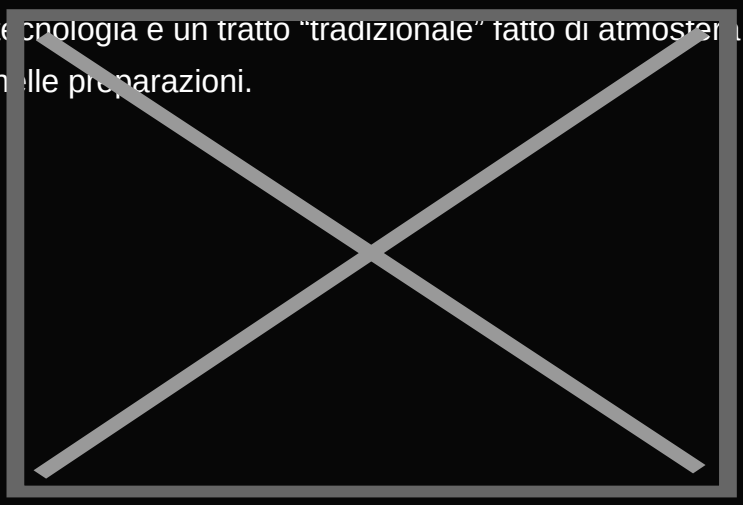
Non c'è aspetto della nostra vita che non stia subendo un profondo cambiamento in seguito alla dirompente diffusione di smartphone e tablet verificatasi negli ultimi anni. Anche il mondo della ristorazione si adegua in fretta, e nell'immediato futuro si troverà ad affrontare nuove sfide e a scoprire nuove opportunità sempre sul terreno dei dispositivi mobili.
Con la dimensione della geolocalizzazione i pubblici esercizi fanno i conti già da tempo. E' quindi abbastanza diffusa la consapevolezza di come siano cambiate le modalità con cui la gente decide in che posto andare (consultazione di siti e app, anche quando si è già in giro) e di conseguenza di quanto sia importante non trascurare le applicazioni del tipo di FourSquare. Oggi però alcuni ristoranti hanno pensato di "prendere il toro per le corna", diventando soggetti attivi, dando pane per i suoi denti a chi ama smanettare su un touchscreen.



E' il caso di District 39, grande e moderno ristorante-pizzeria aperto un anno e mezzo fa nel quartiere milanese della Bovisa, nei pressi della nuova sede del Politecnico. "Pizza connection" è il simpatico gioco di parole con cui si presenta la possibilità di ordinare via smartphone seconde consumazioni, dolci, spumanti, caffè, eccetera (ma non la pizza, che viene servita come "giropizza": pizze di vario tipo portate a oltranza dai camerieri finché non si dice stop con un apposito cartello disponibile al tavolo).

«L’idea è nata ispirandosi ad alcuni locali che i titolari hanno visitato negli Stati Uniti» spiega il direttore **Vito Livrieri**. «Si tratta di un sistema che rende più rapido e semplice il servizio, ma al contempo è anche un’operazione di marketing. A quanto ne sappiamo, siamo stati i primi a fare una cosa del genere a Milano. La clientela reagisce positivamente e con molto stupore. Gli intoppi sono davvero pochi perché il meccanismo è davvero semplice».

A puntare forte su formule di questo tipo è anche il gruppo Sebeto, quello di **Rossopomodoro** e **Anema e cozze**. Presso **Ham Holy Burger**, hamburgeria con tre punti vendita aperti a Roma e Milano (previste entro fine anno altre aperture nelle medesime città e a Venezia), l’ordinazione avviene attraverso dei tablet che vengono forniti ai clienti al tavolo. Il format gioca sul contrasto fra la tecnologia e un tratto “tradizionale” fatto di atmosfera vintage e stile artigianale nelle materie prime e nelle preparazioni.

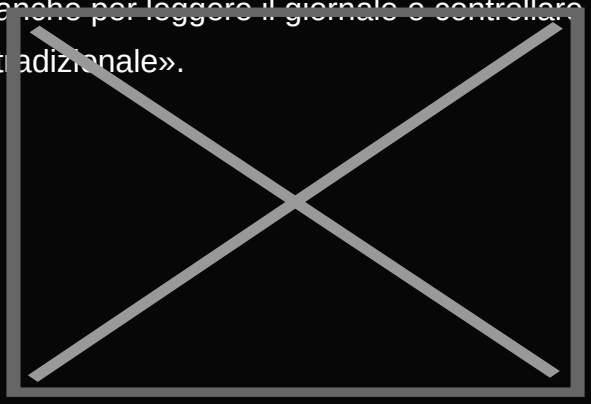


«Abbiamo recentemente introdotto un’ulteriore novità: la possibilità di effettuare un pre-ordine tramite smartphone» spiega il presidente di Sebeto **Franco Manna**. «è un modo per far risparmiare tempo a chi ha l’esigenza di mangiare in fretta. Per esempio un gruppo numeroso di impiegati, effettuando il pre-ordine dall’ufficio, eviterà di perdere quella decina di minuti necessaria per scegliere dal menu una volta seduti al tavolo. Arrivati al ristorante, si effettuerà il log al sistema e si sbloccherà la prenotazione dando il via all’ordine. La possibilità di loggarsi, cioè di dotarsi di un codice con cui si viene riconosciuti come clienti abituali, è legata anche alla card virtuale che noi rilasciamo, e che dà diritto a sconti».

Realtà aumentata e dialogo cucina-cliente

Un’altra novità è partita dall’**Ham Holy Burger di Roma**, che si trova in una ex birreria. “Abbiamo allestito una zona, chiamata ‘cava delle birre’, in cui si trovano cinquanta birre artigianali gourmet non presenti nel normale menu. Chi vuole può andare in quella zona e, inquadrando un’etichetta con il tablet, avrà accesso a una serie di informazioni su quella birra. Poi potrà decidere in massima libertà se rimettere la birra a posto, se portarla al tavolo e degustarla o acquistarla per consumarla a casa”.

Quali le reazioni della clientela? «Più che positive, e hanno attivato un forte passaparola. I clienti la vedono come un’opportunità per rendere più facile e velocizzare il servizio. Il tablet può essere usato anche per leggere il giornale o controllare l’email, e chi preferisce può sempre ordinare nel modo tradizionale».



Se le innovazioni di Ham Holy Burger si collocano a cavallo fra la praticità e il marketing, connotandosi come un di più innovativo e sfizioso per i clienti, le soluzioni adottate nella catena degli oltre cento Rossopomodoro puntano dritto alla sostanza. «I camerieri sono dotati di un mini iPad che a differenza di quelli comunemente diffusi, è bidirezionale» prosegue Manna. «Non solo la comanda arriva in cucina, ma dalla cucina arrivano informazioni utili da comunicare al cliente, in particolare sui tempi di attesa. Così, se ad esempio per uno spaghetto bisogna aspettare diciotto minuti e il cliente ha fretta, gli si può consigliare di optare per un piatto più espresso. Nelle nostre cucine funziona un programma progettato da noi, KDS - Kitchen Display System, che consente di ‘tracciare’ lo stato di avanzamento di una comanda come accade per le spedizioni rapide. Avendo tre zone distinte di produzione – cucina, pizzeria, bar – questo sistema ci permette di fare passi avanti nel cercare di eliminare il problema con cui si confrontano tutti i ristoranti, quello dell’allineamento degli ordini, cioè del fare in modo che piatti con tempi di preparazione diversi ordinati dallo stesso tavolo vengano serviti contemporaneamente»