Restaurant Customization: menù personalizzati sono il nuovo trend

personalizzazione-menu-f8746bfe

"I clienti possono avere automobili di qualsiasi colore desiderino, purché siano nere". È di Henry Ford questa nota frase, spesso citata come l'antitesi dell'approccio al marketing moderno.
Esigere ciò che voglio, nel momento in cui voglio e nel modo in cui lo voglio, è ciò che la domanda di mercato richiede sempre più, oggi, all'offerta. È da tempo, infatti, che importanti brand come Nike consentono ai consumatori, potenziali clienti, di personalizzare i propri prodotti (La Nike permette di creare la scarpa che ti rappresenta, personalizzando suola, occhielli, lacci, linguetta, tomaia, swoosh, etc). Secondo un'indagine, condotta da **Accenture Loyalty**, il 54% dei giovani, tra i 18 e i 34 anni, ha rivelato di essere più fedele alle aziende che hanno dato loro la possibilità di personalizzare il prodotto/servizio acquistato, creando, in tal modo, qualcosa che solo loro possiedono.
Alla **personalizzazione di massa**, dunque, si arriverà ben presto e, come spesso affermo durante i miei corsi, credo diventerà la "norma" entro i prossimi anni. Per quanto attiene al settore del Food & Beverage, secondo David Portalatin, vicepresidente e analista del settore alimentare presso NPD Group "i consumatori odierni non hanno inserito nuove eating occasions nella loro giornata, è il modo in cui vivono i pasti e le occasioni di consumo tra un pasto e l'altro che sono cambiati e continueranno a cambiare nel tempo". Portalatin spiega che, al fine di soddisfare le nuove e personali esigenze del consumatore nei diversi momenti della giornata, aumenterà la somministrazione di alimenti "flessibili" nell'adattarsi alle diverse eating occasions, sia che si tratti di beni confezionati sia prodotti direttamente da un pubblico esercizio. Non sorprende, allora, che anche secondo il **Flavor Consumer Trend Report il 72% dei consumatori si aspetta che i ristoranti accolgano richieste di personalizzazione**.
Durante i miei corsi di Food and Beverage Management apro sempre un dibattito sul come e se attrarre questo ampio segmento della società e quanto importante possa diventare, per un locale, l'implementazione di una specifica strategia che condurrà, indubbiamente, ad una maggiore redditività aziendale. Ma che cosa significa personalizzazione per il settore ristorativo? Sarà possibile adattare i

menu e le procedure aziendali in modo da soddisfare i diversi gusti individuali? Come si riuscirà ad attivare la personalizzazione senza aumentare i costi e creare problemi in cucina?
Per sposare questa tendenza, senza rallentare la produzione e senza aumentare i costi di manodopera e cibo, indubbiamente bisognerà (ri)organizzarsi, in ottica *win-win*, e **proporre piatti duttili** che agevolmente si prestino a questo nuovo modus operandi.