HealthyFood rivoluziona l'horeca

presentazione-mycia-3-hd-00e956fb

HealthyFood, l’azienda italiana food-tech di Pietro Ruffoni,inserito da Forbes tra i migliori 100 manager e imprenditori italiani del 2020, cala un altro asso per i ristoratori e disegna la rivoluzione per tutti, a prova di lockdown, rendendo facilmente accessibile agli esercenti del settore, siano piccole trattorie, ristoranti stellati, bar o catene, un ventaglio di servizi innovativi e tecnologici ad alto valore aggiunto. Si tratta di una vera e propria partnership strategica con un potenziale risparmio mensile, per singolo ristoratore, pari a 20 volte l’investimento, fondamentale per resistere alle nuove regole imposte dal Dpcm e mantenere la competitività sul mercato per la ripartenza.

Parole chiave del nuovo pacchetto sono semplicità di utilizzo, digitalizzazione, sicurezza, accorciamento dei tempi, moltiplicazione delle ordinazioni, riduzione degli sprechi e, non ultima, la crescita di visibilità del locale sui social presso i clienti in target. Ma soprattutto, considerando il momento storico che stiamo vivendo, la possibilità di gestire in modo immediato i servizi di prenotazione e take away pasti e di delivery. La novità di HealthyFood per gli esercenti della ristorazione è infatti un servizio a 360° unico nel mercato:a differenza delle altre piattaforme, prevede un costo fisso mensile inclusivo di tutto, senza alcuna commissione sulla prenotazione o sui piatti ordinati, con zero tempi di attesa, zero costi di investimento sui social e una programmazione del servizio ottimale e senza sprechi.

L’essere parte del network MyCIA, l’unica App con la Carta d’Identità Alimentare lanciata da HealthyFood, consente inoltre ai ristoratori l’immediato accesso diretto a 120mila utenti registrati e profilati per gusti e intolleranze: un bacino potenziale di clienti ad alta capacità di spesa nella cucina fuori casa che verrà ulteriormente implementato da campagne di pubblicità ad hoc, comprese nel pacchetto, per ogni singolo ristorante sui principali social, senza bisogno di sostenere costi per sponsorizzazioni o canoni di gestione profilo.

“La seconda ondata di restrizioni rischia di mettere in ginocchio uno dei principali asset della nostra economia, penso soprattutto alle piccole città dove i servizi di asporto e delivery non sono ancora così diffusi e dove i grandi player non sono ancora arrivati” dichiara **Pietro Ruffoni**, fondatore di

HealthyFood. *“E’ proprio per aiutare concretamente tutte le realtà che ne hanno bisogno a superare il momento e avere una rampa di lancio appena ne usciremo che offro a prezzi altamente competitivi un sistema completo per far incontrare domanda e offerta: attraverso il nostro pacchetto, che include anche attività di digital marketing, i ristoratori si rendono visibili, gli utenti possono visualizzare il loro menù, ordinare e scegliere l’asporto oppure la consegna a domicilio, pensiamo a tutto noi”.*

Grande o piccolo che sia, il ristoratore avrà a disposizione - sulla piattaforma HealtyFood - una propria dashboard per gestire con estrema facilità il menù – aggiornandolo ogni volta che sia necessario – le comande, nel giusto ordine di priorità, ridurre gli sprechi e godere di una pianificazione di attività di marketing mirata sulla propria insegna,attraverso i principali social, inclusa nel costo mensile. I vantaggi sono innegabili anche per il cliente che potrà eseguire ogni azione dal proprio smartphone: effettuare ordini visualizzando il menù in 60 lingue, scegliere dove consumare il proprio pasto – sul posto prenotando un tavolo oppure con modalità delivery o asporto - e saldare con un clic il conto, con pagamento digitale e sicuro.

Continua Ruffoni analizzando le ultime rilevazioni del Centro Studi HealthyFood: *“I dati parlano chiaro. Chi ha scelto innovazione e tecnologia per garantire la sicurezza e abbattere i costi ha visto aumentare i clienti: lo registriamo quotidianamente con il nostro MyContactless Menù, lanciato a fine lockdown ed utilizzato già da oltre 2000 ristoranti in Italia, che ha superato i 2 milioni di aperture. Abbiamo voluto disegnare un pacchetto che risolvesse per i ristoratori tante necessità con un’unica soluzione, riducendo i costi in modo significativo, sfruttando tutta la tecnologia all’avanguardia e nel contempo ampliando le loro occasioni di presentarsi e nuovi clienti.Stiamo inoltre studiando un servizio ulteriore, che sarà pronto a dicembre, per consentire ai ristoratori di gestire con noi la consegna a domicilio con costi irrisori rispetto alle medie di mercato. Le sorprese non finiscono qui”.*

Ed è il valore aggiunto del servizio, che non ha competitor nel mercato in questa nuova formulazione, ad avere convinto partner del calibro di Campari, che ha scelto da mesi di sperimentare l’innovazione di HealthyFood per portare innovazione nei bar e ristoranti italiani e SumUp, player dei pagamenti digitali sempre più presente in Italia, ha scelto HealthyFood per presidiare insieme il mondo dei locali e della ristorazione: “*Siamo molto soddisfatti di questa collaborazione perché rappresenta un valore aggiunto per il mondo della ristorazione”* commenta **Umberto Zola**, Country Growth Leader Italia di SumUp. *“In un momento come questo, è fondamentale andare incontro alle esigenze dei ristoratori con metodi di pagamento veloci e sicuri che contribuiscano ad assicurare la continuità di business ad uno dei comparti più colpiti dalla crisi che stiamo affrontando”.*