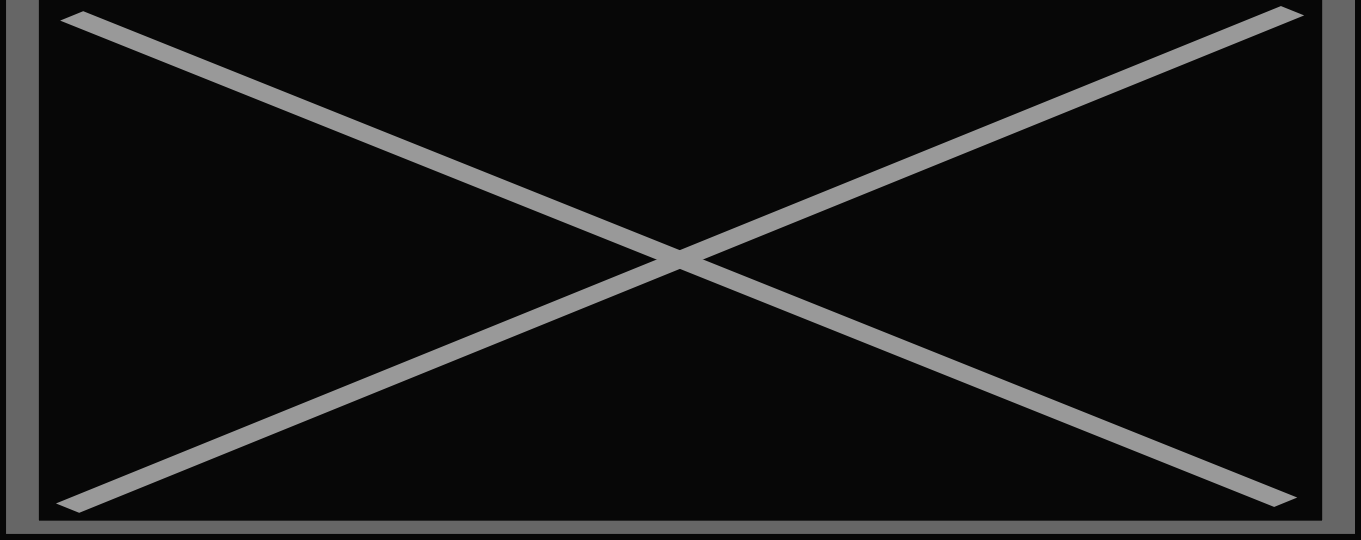
Il nuovo ristorante punta alla digitalizzazione

digitalizzazione-1-c49c0d61

Un ristorante sempre più digital. Sono varie le funzioni tradizionalmente delegate all’analogico – carta, telefono, contante e così via – che sono trasmigrate in digitale, grazie all’ormai onnipresente e onnipotente smartphone. Non è una novità, certamente, ma – complici le nuove esigenze di salute – nella Nuova Normalità la digitalizzazione dei ristoranti ha subito un’accelerazione netta e improvvisa. Con tante soluzioni per trasformare la fruizione dei pasti fuori casa in una esperienza fluida e veloce, grazie a un dialogo costante tra off e online. Nelle maglie del digitale è caduto ad esempio il menu. Quella che prima era una curiosità relegata a poche catene di ristorazione “per giovani” è divenuta all’improvviso una necessità per tutti. Innumerevoli le soluzioni che consentono di consultarlo prima di arrivare nel locale, con calma: un modo anche per ridurre i tempi di permanenza quando si tornerà in ambienti chiusi. Altri servizi utili sono la traduzione in varie lingue e la possibilità di “filtrare” i piatti in menu secondo le proprie esigenze nutrizionali. E magari anche proporre l’abbinamento, con un vino o un cocktail, sempre più apprezzati anche a tutto pasto. La possibilità di modificare il menu in tempo reale seguendo una disponibilità che cambia nel corso della giornata è un indubbio vantaggio, in vista di una migliore gestione degli ordini e riduzione degli sprechi. Ma c’è anche la notifica geolocalizzata al potenziale nuovo cliente che transita nelle vicinanze, magari corredata di una promozione ad hoc. Partendo dal menu si può decidere di ricorrere al delivery o di prenotare direttamente un tavolo, in un’ottica fluida e “user-friendly” come si diceva un’era geologica fa. Il delivery è poi sistema complesso specie per i tanti ristoranti che non l’avevano mai affrontato. Su questo fronte esistono app di prenotazione che consentono anche di gestire l’ordine da cima a fondo, aiutando nello stabilire i tempi di consegna a seconda del carico di lavoro in cucina e della distanza dal ristorante all’abitazione.

[caption id="attachment_181063" align="aligncenter" width="700"]



La lettura del menu è possibile inquadrando il QRcode del locale[/caption]

Ma via app si gestisce ormai anche l’asporto che oggi ha l’ulteriore necessità di evitare assembramenti fuori dal locale: problema facilmente risolvibile grazie alla possibilità di ordinare online e di avere un’ipotesi precisa sull’orario di ritiro. Alcuni sistemi poi implementano ai servizi sul front end anche quelli nel back end: dalla comunicazione tra sala e cucina al pagamento contactless, dalla visualizzazione dei dati alla gestione di promozioni o carte fedeltà per i clienti più affezionati: e si è visto come in questa prima fase di rientro la conoscenza di un locale “di fiducia” sia risultata più importante della ricerca di novità, perché più rassicurante. Le opportunità del ristorante digitalizzato sono dunque innumerevoli. Si parte da un menu e si sconfina nella gestione interna e nel marketing. Un aiuto non indifferente in questo momento di grandi cambiamenti, da cogliere al volo. Queste, come tutte le innovazioni che interessano il vasto mondo dell’ospitalità, saranno ad HostMilano a ottobre 2021. Un’edizione da non perdere e che promette di segnare il grande rilancio del settore. Perché il futuro sarà di chi saprà guardare al mercato con sangue freddo, pronto a cogliere le nuove opportunità. Anche grazie alla tecnologia.