Guida alle principali App per scegliere bar e ristoranti

app-ecff84a3

Quali sono e come funzionano le più importanti app e relativi siti che hanno sostituito per molti clienti il vecchio passaparola

Indovina dove andiamo a cena stasera? La scelta di un ristorante da sempre segue itinerari misteriosi, influenzata da vari fattori. La voglia di un piatto particolare o la vicinanza all'ufficio o al cinema, il prezzo certo, ma anche la curiosità verso un locale appena aperto. Sopra a tutto però c'è il passa parola, il consiglio di un amico o un collega. È un processo vecchio come il ristorante, che sta ora vivendo una vera rivoluzione. Tutta digitale.
Messi in soffitta guide e agendine, si ricorre sempre più a quei siti e app che aiutano a trovare un ristorante. Grazie alla geolocalizzazione che individua la posizione del dispositivo e segnala i locali in zona, con informazioni più o meno dettagliate che vanno dal numero di telefono al menu, ai posti disponibili e prenotabili.
Ovvio che farsi trovare in cima alla lista è un innegabile vantaggio, e promette di portare più clienti ai tavoli. Ma quali sono questi siti – nati in Italia due-tre anni fa e in costante espansione - e come funzionano? Lo abbiamo chiesto a chi li crea e a chi li usa.

I servizi di prenotazione
misiedo"Il mercato è in mano a poche realtà ma deve ancora esplodere – assicura **Simone Tomaello** di **MiSiedo**, servizio real time di prenotazione nato nel 2011 dalla partnership tra 2night e H-Farm -. Il nostro obiettivo è portare le persone all'interno dei ristoranti, perché percepiamo un fisso per ogni cliente che si presenta. Inoltre, il ristoratore può ottimizzare le prenotazioni". Ad esempio proponendo promozioni in serate "spente", come i weekend estivi in città, o chiudendo del tutto le prenotazioni online nel caso ci siano gruppi in arrivo. Le promozioni non sono obbligatorie, ma i ristoranti con offerte balzano in alto nella lista dei ristoranti disponibili.
RestOpolis-1"Ogni ristorante ha un account di riferimento che aiuta a gestire gli ordini e le promozioni

– spiega **Almir Ambeskovic**, Ceo di **restOpolis**, altro servizio di prenotazione online –, definendo un percorso che assicuri maggior visibilità e più clienti. Il ristorante non perde mai. Prova ne è che, al netto dello sconto effettuato, lo scontrino finale resta invariato".
"Certo, una prenotazione non registrata è per noi una pessima pubblicità, oltre a un danno per l'utente. Per questo cerchiamo di limitare al massimo questa evenienza – dice Tomaello – e facciamo un recall ai nuovi ristoranti per capire se stanno usando bene il sistema".

Il funzionamento

ingannamorteAd ogni prenotazione online il ristorante riceve un avviso (sms o e-mail). L'interfaccia, fornita dallo sviluppatore, può essere o meno utilizzata per gestire anche le prenotazioni telefoniche o quelle tramite sito o facebook. È comunque il ristoratore che decide quanti posti riservare all'online, a seconda dell'orario o del giorno della settimana. E in qualsiasi momento può intervenire e cambiare i parametri. I vantaggi? Una maggiore visibilità del ristorante grazie alle azioni di marketing messe in atto dai siti, particolarmente aggressive sul web, ma anche un argine – almeno parziale – all'odioso fenomeno del no show, le prenotazioni "saltate" senza preavviso. Le politiche in questo senso sono rigide: azzeramento di punti guadagati la prima volta, espulsione per i recidivi. "Anche se a noi il danno resta. Sarebbe utile avere un recall automatico per chi ha prenotato molto tempo prima, ma anche la possibilità di legare la prenotazione alla carta di credito come garanzia" dice **Danilo Ingannamorte**, socio fondatore dei ristoranti milanesi **Erba Brusca e Ratanà**, entrambi su MiSiedo.
Altro vantaggio: le app piacciono agli stranieri che non devono cimentrasi in telefonate in un'altra lingua e possono prenotare a tutte le ore del giorno e della notte, senza problemi di fuso orario.

Dinamiche social

Il "recrutamento" dei ristoranti avviene su base locale, città per città. Non c'è una valutazione qualitativa, anche se i più gettonati sono dei must-have per tutti. La vera selezione la fanno i clienti con le loro recensioni.
Questi sono infatti esortati a commentare e "passare parola" sui social, anche guadagnando punti dalla loro attività online, riscattabili in buoni da spendere in uno dei ristoranti associati.
freeppieCon **Freeppie**, start-up fiorentina, gli utenti guadagnano pernottamenti e cene gratis con i punti accumulati recensendo ristoranti e hotel. Unico "vincolo": registrarsi con nome e cognome tramite facebook, e inserire il commento quando ci si trova ancora nel locale, pena la perdita della promozione. "Questo ci consente di avere solo recensione autentiche – spiega la project manager **Benedetta Borri** -. La nostra app del resto è nata perché gli operatori potessero farsi conoscere favorendo il flusso dei clienti in serate con pochi utenti. Funziona perché chi è registrato ha magari la pizza gratis, ma porta con sé un amico, e ordina da bere e il dolce". La piattaforma è autogenerante,

perché sono gli utenti a inserire man mano nuovi locali.

Dal menu al take-away

Ogni sito segue un suo concept. Menuale seleziona il ristorante partendo dal piatto che si ha voglia di mangiare. Partita come guida nel 2009 su Milano, oggi è sbarcato sul web con un blog e presto un'app. "Ai ristoratori offriamo visibilità gratuitamente, all'interno di un portale molto ben organizzato che offre informazioni puntuali all'utente" spiega **Luca Poggiaroni**, tra gli ideatori del progetto.

cibando logoPunta invece sul potere delle immagini **Cibando**, sito e app con un database di 82mila ristoranti. "Essere presenti sulla nostra guida permette di migliorare il posizionamento su internet, favorire il ranking e aumentare la visibilità della propria attività. Al contrario del cartaceo, ormai obsoleto, con Cibando, presente sui più importanti organi d'informazione e di settore web, le notizie sui ristoranti sono sempre aggiornate".

justeatL'inglese **JustEat**, sbarcata in Italia a marzo, dà la possibilità di ordinare online pranzo e cena a domicilio. I ristoranti sono elencati secondo vari criteri: dalla distanza dal cliente alla novità, alla valutazione degli utenti . "Il nostro obiettivo? Convogliare verso i ristoranti affiliati il maggior numero di ordini possibili – spiega **Nicolò Grosoli**, marketing manager Italia –. L'ordine è stampato da un POS che forniamo al ristorante, il cliente riceve una e-mail di conferma con l'ora di consegna. L'intervento umano è davvero limitato". Avete mai escluso dei ristoranti? "È capitato quando non sono stati in grado di soddisfare le esigenze dei clienti. Ma l'obiettivo è piuttoso educarli tramite i nostri account che spiegano come lavorare per dare il miglior servizio. In media i nostri ristoranti registrano un incremento di ordini del 20-25%". "Mi piacerebbe ricevere tutte le prenotazioni online, risparmierei parecchio tempo. Ma l'uso di questi sistemi è ancora limitato, per lo più ai clienti sui 30-40 anni. Alcuni, dopo avere prenotato online, telefonano: non c'è fiducia e dimestichezza sufficienti, si cerca ancora il contatto diretto" dice Ingannamorte.

Un futuro tutto online?

Una cosa è certa: l'utilizzo degli smartphone aumenterà, fino a diventare prevalente. Probabilmente già nel giro di due o tre anni. Oggi è già molto usato per cercare un ristorante all'ultimo minuto, mentre quando si ha più tempo si usa il pc.

Insomma, il futuro è qui. Lo dimostrano i Paesi più digitalizzati, Usa e Regno Unito. Un mercato, grazie al turismo, comunque interessante anche per i ristoranti italiani, e da subito.

tabella