Chef Express punta sulla digitalizzazione

chef-express-esterni-2-83b39724

Chef Express, società che gestisce tutte le attività di ristorazione del Gruppo Cremonini, punta sulla digitalizzazione con l’obiettivo di rendere la sosta dei viaggiatori più sicura e conveniente, oltre a migliorare la qualità dell’attività lavorativa del personale.

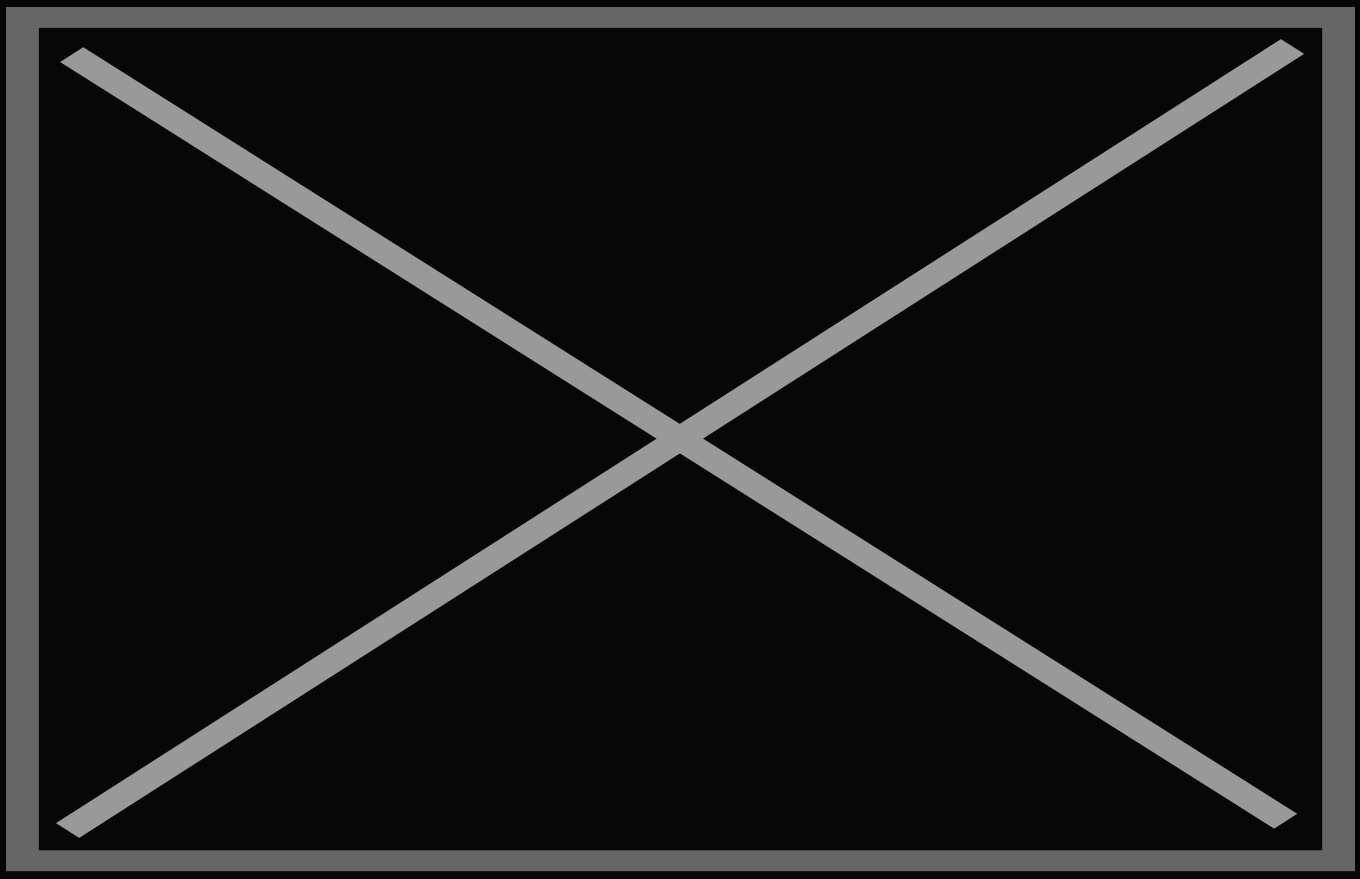
Il percorso di digitalizzazione voluto da Chef Express **mette al centro la persona**: sia il cliente, per migliorare a tutto tondo la sua esperienza nella sosta, sia i dipendenti, che possono concentrarsi su aspetti del lavoro a maggior valore aggiunto.



Fulcro del progetto è la nuova APP **Chef Express**, che integra il programma di loyalty, la scontistica su alcuni prodotti e i servizi dedicati alla clientela: come gli sconti per i truck driver, le guide turistiche o gli altri sconti per tutti i clienti, oltre alla possibilità di **accedere facilmente alla fatturazione elettronica** per la clientela business.

Altra novità riguarda l’istallazione dei **Kiosk**, le casse digitali nei punti vendita del canale autostradale per l’ordinazione e il pagamento diretto, veloce e in tutta sicurezza, con tutte le tipologie di pagamenti possibili. I kiosk sono stati studiati per una migliore user experience, combinando design e interfaccia utente, offrendo un utilizzo semplice ed efficace.

Infine, l’ulteriore novità che va a completare il percorso di digitalizzazione è il sistema **Webcam Park**, una soluzione tecnologica ideata, sviluppata e integrata nell’APP per venire incontro all’esigenza di massimo comfort e sicurezza del cliente, permettendogli di monitorare, in tempo reale, la propria autovettura posteggiata all’interno delle aree di servizio. Il sistema è dotato di telecamere che permettono di **controllare dal proprio smartphone, l’area del parcheggio in cui è in sosta l’autovettura**. Il tutto nel massimo rispetto delle regole sulla privacy (GDPR).



Cristian Biasoni, Amministratore Delegato di Chef Express, spiega che *“nonostante il forte impatto della pandemia sul settore della ristorazione, non ci siamo mai fermati e, al contrario, abbiamo schiacciato l’acceleratore sugli investimenti per le infrastrutture e l’innovazione, con oltre 20 milioni di euro investiti nel triennio solo sul canale autostradale. Oltre alla qualità dei menu, costantemente migliorata, garantita e apprezzata dai nostri clienti, oggi l’approccio ai nostri punti vendita è decisamente orientato sul digitale, in linea con un nuovo trend di consumo che coinvolge tutti i nostri clienti. In più, miglioriamo l’attività del personale: dopo la pandemia siamo alla ricerca di 700 nuove risorse e, grazie alle innovazioni digitali, possiamo concentrare il lavoro dei nostri dipendenti su aspetti a maggior valore aggiunto, quindi al servizio del cliente”.*

A supporto del progetto di digitalizzazione, **Chef Express** ha pianificato in collaborazione con l’agenzia Life una **campagna radio nazionale e digital**. Composta da 4 soggetti differenti da 15’’, di

cui uno istituzionale e tre verticali relativi alle novità di APP, Kiosk e Webcam Park, la campagna è on air sulle principali emittenti radiofoniche nazionali, rafforzata da una pianificazione digital, social e di Influencer Marketing che si prolungherà **sino alla fine dell'estate**.