TheFork Manager: le nuove funzionalità di Revenue Management, intelligenza artificiale e anti no-show

20241128122618tfm-pic-03314145

Supportare i ristoranti nella gestione delle prenotazioni, ottimizzare le operazioni e attrarre nuovi clienti, massimizzando la visibilità online e i ricavi. Sono questi i nuovi obiettivi di **TheFork Manager**, il software della piattaforma di prenotazioni online, che nel corso degli ultimi mesi ha introdotto **nuove funzionalità, tra cui quelle basate sull'intelligenza artificiale.**

LE NUOVE FUNZIONALITA'

TheFork ha introdotto il **Revenue Management Hub,** una nuova area del TheFork Manager che consente di **monitorare i rendimenti e attivare strumenti di yield management in autonomia** per massimizzare i ricavi. Dal lancio ad aprile 2024, oltre 16.000 visite sono state registrate in questa sezione, con più di 350 attivazioni da parte dei ristoranti.

Inoltre, TheFork Manager permette ora il **confronto tra ristoranti** tramite un'analisi comparativa e urilizzando dati esclusivi e aggiornati. Questa funzionalità offre metriche su prestazioni, classifiche e leve di marketing, aiutando i ristoratori a prendere decisioni strategiche per incrementare il proprio successo.

Entra in gioco anche l**'intelligenza artificiale.** Infatti, i ristoratori possono analizzare rapidamente le 50 recensioni più recenti in tutte le lingue. Ma non solo, questo strumento identifica punti di forza e aree di miglioramento, aiutando a ottimizzare l'esperienza cliente in modo mirato e strategico. In più, basandosi sui dati delle ultime quattro settimane, è possibile ora **generare previsioni** sui coperti per ogni servizio, facilitando la pianificazione e l'organizzazione del lavoro.

TheFork Manager introduce anche **strumenti anti no-show**: attraverso un algoritmo predittivo, il software aiuta i ristoranti a capire quanti e quali no-show potrebbe ricevere in modo da prendere delle contromisure. Questa funzionalità si aggiunge all'indice di affidabilità dei clienti già presente su TheFork Manager e alla nuova politica anti no-show, per cui da ottobre 2024, TheFork sospende gli account che effettuano quattro no-show in un anno. Ad oggi in Europa, sono stati sospesi 400 account, di cui il 72% identificati come no-shower seriali, portando il livello di no-show su TheFork al miglior dato da inizio anno in Italia ovvero 2,8%.

Infine, l'integrazione con **PopCall**, è possibile identificare identifica il cliente che chiama il ristorante, permettendo di rispondere in modo rapido ed efficiente e di gestire le prenotazioni ottimizzando tempo e risorse.

LE TRE LINEE DI PRODOTTO

Considerando le esigenze dei ristoratori, TheFork ha organizzato la sua offerta di TheFork Manager **in tre linee di prodotto.**

La prima è "**Visibility**", pensata per ristoranti appena aperti o di nuova gestione, con bassa visibilità o bassi tassi di occupazione, e per chi desidera massimizzare le prenotazioni dirette attraverso strumenti mirati per accrescere la propria attrattività.

In seguito, i ristoranti che vogliono espandere il proprio business, digitalizzare i processi e ottimizzare il servizio al cliente, o incrementare i ricavi grazie a strumenti avanzati di gestione, possono seguire la linea guida "**Performance**".

Ed, infine, "**Enterprise**" è creata per per gruppi e ristoranti gestiti come vere e proprie imprese, con un focus su soluzioni scalabili e sulla personalizzazione dell'esperienza culinaria per i clienti, oltre che sulla gestione dei flussi aziendali complessi.