TheFork Manager traccia il bilancio del 2025 sotto il segno dell’innovazione

20251215161032theforkmanager

Traccia un bilancio del 2025 TheFork Manager, che nel corso dell’anno ha introdotto funzionalità pensate per offrire un’esperienza ancora più affidabile, mobile friendly e soprattutto innovativa. Il 2025 si è concluso con un importante aggiornamento rilasciato a novembre, che consolida i progressi compiuti e prepara il terreno a un 2026 di ulteriore evoluzione.

L’utilizzo su dispositivi mobili rappresenta ormai una parte centrale dell’esperienza: oggi il 60% del traffico totale su TheFork Manager proviene infatti da smartphone e tablet. Per rispondere a questa esigenza crescente, nel corso dell’anno l’app è stata arricchita di nuove funzioni e ottimizzazioni che rendono più intuitiva e immediata la gestione del ristorante anche in movimento. Tra queste, l’introduzione del piano della sala e del riepilogo dei servizi direttamente su app, un sistema di notifiche più intelligente e un insieme di azioni rapide pensate per velocizzare modifiche e aggiornamenti. L’attenzione si è inoltre concentrata sull’ottimizzazione dei flussi di prenotazione, che ora risultano più fluidi, coerenti e integrati con le esigenze operative della sala. Questi aggiornamenti hanno portato a un incremento significativo dell’utilizzo dell’app TheFork Manager, con un picco del 13% in più nei mesi estivi.

Un altro importante ambito di sviluppo è stato quello del modulo di prenotazione, uno strumento strategico che consente ai ristoranti di essere prenotabili 24 ore su 24 sui propri canali digitali, rafforzando al contempo la propria identità di brand. L’investimento dedicato nel 2025 ha portato il numero dei ristoranti che utilizzano il modulo di prenotazione (widget) a crescere del 24%, mentre le prenotazioni generate da questo strumento sono quasi raddoppiate (+83%), il tutto senza alcuna commissione per i ristoratori. Questi risultati sono stati possibili grazie al rilascio di un nuovo modulo di prenotazione, più moderno, flessibile e immediato, e all’introduzione di nuove opzioni pensate per valorizzare il brand del ristorante, dai menù alle esperienze speciali.

CONTRASTO AL NO SHOW

La lotta contro i no show rimane una delle priorità assolute di TheFork: anche nel 2025 il gestionale è stato potenziato con nuovi strumenti per garantire la maggior tutela possibile dei ristoratori e migliorare l’affidabilità delle prenotazioni. Il risultato è che app e sito TheFork hanno registrato il miglior dato dal 2022 con una media di 2,6% di mancate presentazioni,con novembre che segna il mese con meno no show (2,4%). Si tratta della percentuale più bassa in assoluto rispetto ai vari canali di prenotazione, segno evidente che la community di utenti di TheFork è più sensibile e rispettosa riguardo a queste tematiche. Tra le novità introdotte nell’ultimo anno spiccano l’aggiornamento delle policy interne e la pre-autorizzazione della carta di credito, che si aggiungono alle funzionalità già disponibili come la garanzia con carta di credito, la riconferma automatica e la predizione dei no show. Un ecosistema progettato per ridurre al minimo le mancate presentazioni e offrire alle sale una gestione più serena e controllata.

Tra le innovazioni più rilevanti dell’anno c’è poi TheFork Call, che rinnova completamente la gestione delle prenotazioni telefoniche. Grazie al riconoscimento automatico della chiamata, i campi della prenotazione vengono precompilati e il ristoratore può visualizzare in tempo reale la storia del cliente, le sue prenotazioni precedenti, le preferenze e persino etichette personalizzate. Questa nuova funzionalità permette di risparmiare tempo prezioso, da 30 secondi a 1 minuto per chiamata.

INSTAGRAM

Il 2025 ha segnato inoltre un passo avanti importante nel rapporto tra TheFork Manager e i social media, grazie alla nuova integrazione con Instagram resa disponibile a partire dall’aggiornamento di giugno. Questa funzionalità permette ai ristoranti, senza costi aggiuntivi, di gestire in modo più semplice la loro presenza social e di valorizzare contenuti e riconoscimenti.