Fipe: riflettori accesi sulle prenotazioni online

img3984-2-efc97db7

Le tecnologie digitali hanno profondamente cambiato processi produttivi e catene del valore ma anche (e sempre di più) comportamenti ed abitudini dei consumatori. Prenotare il biglietto di un concerto o quello di un aereo, organizzare un viaggio, acquistare un libro o una camicia, prenotare una macchina per un breve spostamento in città sono soltanto alcune delle tante attività a portata di click. Ed il fatto straordinario è che non richiedono particolari abilità perché il know how è incorporato nelle macchine e nel processo per via di applicazioni sempre più *friendly*. Le attività turistiche sono state tra le prime ad essere “investite” da questa rivoluzione digitale che ha anche generato significativi processi di disintermediazione con pesanti conseguenze in alcune filiere produttive. Grazie alla rete abbiamo cambiato la nostra visione di tempo e spazio ed oggi con un semplice click siamo in grado di viaggiare attraverso il mondo e comunicare con tutti i suoi abitanti. img3984Di colpo un ristorante che prima era noto solo nella ristretta cerchia del proprio quartiere si apre al mondo ed il ristoratore può comunicare con i propri clienti in maniera immediata e diretta anche semplicemente fornendo in tempo reale la disponibilità dei tavoli. E così un cliente che desidera prenotare non ha più bisogno di aspettare l’orario di apertura per chiamare e chiedere la disponibilità dei tavoli. In pochi secondi, semplicemente utilizzando il loro smartphone, i clienti potranno valutare la disponibilità dei tavoli nel locale preferito e prenotarne uno. Essere presenti online non aiuta solo ad aumentare la visibilità del proprio locale, ma permette di stabilire un rapporto diretto con i clienti reali e potenziali per migliorare il business È a partire da queste brevi premesse che ci siamo posti l’esigenza di promuovere all’interno del mondo della ristorazione la cultura dell’innovazione digitale sia per seguire l’onda del cambiamento nei rapporti con il consumatore e sia per fornire alle imprese strumenti per migliorare gestione e performance aziendali. Abbiamo pensato che il tema delle prenotazioni on line fosse un buon punto di partenza per le numerose implicazioni positive che porta con sé. È la variante del commercio elettronico nella ristorazione e, dunque, si colloca nel filone dei nuovi canali di acquisto, permette al consumatore di risparmiare tempo e, soprattutto, gli consente di scegliere in piena libertà nel momento della giornata che ritiene migliore per sé. Dal lato dell’impresa i vantaggi non sono solo quelli, già importanti, di fare qualcosa che il cliente apprezza ma ve ne sono alcuni che riguardano

direttamente la gestione dell'azienda. Si pensi al fatto di non dover più dedicare una persona a rispondere al telefono, all'aggiornamento in tempo reale della situazione della sala, al problema dei "no show" per arrivare alla opportunità di costruire un data base clienti che permetta non soltanto di dare servizi personalizzati ma anche di sviluppare politiche commerciali più adeguate ai cambiamenti del mercato. Acquisire nome, cognome, telefono, indirizzo email del cliente via telefono richiede una quantità di tempo che il ristoratore non sempre ha. L'applicazione on line permette invece di raccogliere queste informazioni in modo automatico e permette perfino di conoscere (e di archiviare) al momento della prenotazione se il cliente ha particolari esigenze nutrizionali. Tutte informazioni che potranno essere utili in occasione di un possibile ritorno. A questi temi abbiamo dedicato un *focus* della collana Le Bussole in collaborazione con TheFork, la più importante piattaforma di prenotazioni on line di ristoranti in Italia. Una partnership che ha nel comune obiettivo di stimolare l'innovazione nelle imprese del settore, anche a prescindere dalle scelte commerciali e tecnologiche che ciascuna di esse farà, il tratto distintivo che la affranca da una mera operazione di sponsorizzazione.

DAL PUNTO DI VISTA DEI CONTENUTI LA MONOGRAFIA SI COMPONE DI 4 PARTI.

La **prima parte** affronta il tema delle "Prenotazioni on line come leva di business" illustrando le logiche del comportamento di acquisto del consumatore su web, le dinamiche di utilizzo degli strumenti di prenotazione on line e le potenzialità insite nel sistema. Particolare attenzione viene posta, come abbiamo già anticipato, ad alcuni comportamenti critici dei consumatori che riguardano il c.d. "No Show" ed i "Walk In" per i quali viene data evidenza alla correlazione con le prenotazioni. Un altro aspetto che entra a pieno titolo tra le leve di business è quello della profilazione della clientela.

La **seconda parte** dà una "panoramica degli strumenti" che esistono attualmente sul mercato della prenotazione on line con un approfondimento dei "casi di successo" con l'intento di valutare gli aspetti chiave di ciascuno e dare così alle imprese gli strumenti interpretativi per capire quello che meglio si adatta al proprio posizionamento di mercato, al proprio modello organizzativo ed alle proprie strategie commerciali.

La **terza parte** illustra i "Trucchi per attrarre i consumatori all'utilizzo del sistema". Vengono indicati gli elementi chiave su cui fare leva perché il sistema di prenotazione on line soddisfi le esigenze dei consumatori, venga percepito come un facilitatore e diventi, così, un significativo plus del ristorante. Una specifica attenzione viene dedicata alla descrizione degli strumenti valutativi a cui fanno riferimento i consumatori quando sono collegati ad un sistema di prenotazioni. E non poteva mancare un approfondimento del rapporto recensioni-prenotazioni per le ovvie ed importanti conseguenze che esso ha nella reputation delle imprese di ristorazione.

La **quarta parte** affronta un tema sempre più attuale nel mercato della ristorazione. “Come generare extra-business attraverso il sistema di prenotazione on line” è la dimensione con la quale ogni impresa si deve confrontare perché la ricerca di nuove opportunità è essenziale per i bilanci delle imprese. In questa sezione verrà dato ampio spazio all’illustrazione di casi in cui l’utilizzo “intelligente” dello strumento delle prenotazioni on line genera aumento del fatturato. In conclusione il *focus* affronta, con un taglio pratico ed operativo, le molteplici dimensioni di un fenomeno semplice, la prenotazione del ristorante, ma decisivo per l’attività di migliaia di imprese.