L’ambiente giusto piace ai clienti. A tutto vantaggio del business

stefanini-evid-d71e324c

Non sono molti, sul web, a parlare di arredo di bare ristoranti. Ma chi ne parla, però, ha le idee ben chiare: un look “sbagliato” (perché scomodo o fuori target) erode la clientela. L’arredamento giu Stefanini 1sto, al contrario, è da intendersi la conditio sine qua non perché un locale possa avere successo. Ovviamente il tutto misurato con il livello di aspettativa che sia ha nei confronti del locale. Entriamo ora nel dettaglio dell’analisi quali-quantitativa della web research, tenendo presente che gli ambiti web maggiormente utilizzati per commentare l’arredamento di bar e ristoranti sono i Social Media (78%), molto staccati Blog e Forum (22%).La talkability è caratterizzata da una forte stagionalità, l’argomento è trattato in prossimità dell’esperienza, prima di recarsi in un locale o dopo esserci stati, con picchi nel fine settimana, durante le festività e nel periodo estivo. La prima macro aggregazione è la ripartizione tra pareri riguardanti l’arredamento di bar o ristoranti:

- Arredo Bar **28%**
- Arredo Ristoranti **72%**

I tre cluster in cui si accorpano i giudizi vedono primeggiare le opinioni su quello che abbiamo definito “arredo fisso” intendendo sedie, poltrone, divani, tavoli, bancone ecc., ultimi i “complementi di arredo” in cui abbiamo inserito commenti su lampade, vasi, fioriere, quadri ecc.

- Arredo fisso **53%**
- Tovaglie, piatti, bicchieri, posate **39%**
- Complementi di arredo **8%**

Solo un parere ogni quattro circa riguarda l’arredamento esterno: dehor, terrazze, tavoli all’aperto, giardini ecc.

- Arredo Interno **76%**

- Arredo Esterno **24%**

PRINCIPALI CRITERI DI GIUDIZIO

In base a cosa viene giudicato l’arredamento di bar e ristoranti (pareri multipli)?

- Ambiente / atmosfera **79%**
- Comodità / funzionalità **68%**
- Bellezza / estetica **43%**
- Pregio / valore **18%**

Quando i netsurfer nazionali scrivono riguardo l’arredo di bar e ristoranti si riferiscono a (pareri multipli):

- Arredo di Locali Tradizionali **62%**
- Arredo di Locali Casalinghi **59%**
- Arredo di Locali Etnici **31%**
- Arredo di Locali Prestigiosi **22%**
- Arredo di Locali a “buon mercato” **18%**

Con “locali tradizionali” abbiamo indicato i locali “generici” cioè bar e ristoranti non “della trazione enogastronomica”, locali non connotati da una particolare cucina, da una particolare mescita, non locali con un bacino di utenza particolare, un target mirato come ad es. lounge bar.

Con “locali prestigiosi” abbiamo indicato bar e ristoranti, ritenuti dai naviganti che ne hanno scritto con riferimento all’arredamento, lussuosi o “alla moda”, “di tendenza”.

Tipologia di arredamento commentato:

- Arredo High tech **62%**
- Arredo di Design **58%**
- Arredo Minimalista **49%**
- Arredo Rustico **26%**
- Arredo Lussuoso **21%**

LE RAGIONI DEGLI INSODDISFATTI

L’analisi psicometrica del sentiment lasciato in rete ha permesso la seguente ripartizione:

- Commento Positivo **16%**
- Commento Neutrale **28%**
- Commento Negativo **56%**

Si scrive nel web di arredo di bar e ristoranti quando si è inappagati.

Ciò è confermato dalle reason why di scelta di un locale, come visto in una nostra precedente web research, dove l'arredo non compare nelle prime cinque motivazioni. Un approfondimento dei pareri negativi (56%) ha consentito di misurare che nel 78% dei casi l'insoddisfazione riguardo l'arredamento del locale implica la decisione del non ritornarvi. Va precisato che questo78% di pareri fa riferimento quasi esclusivamente a:"ambiente/atmosfera", "comodità/funzionalità".

Stefanini 2L'arredamento dei locali è sicuramente una commodity, non è determinante per la scelta ma diviene fondamentale per non perdere i clienti. Abbiamo volutamente tralasciato nella web research effettuata il terzo comparto del canale Ho.Re.Ca., gli Hotel, poiché i giudizi si basano su criteri di valutazione troppo spesso non compatibili con quelli utilizzati dai netsurfer per bar e ristoranti.

CONCLUSIONI

L'arredamento del locale è considerato più importante peri ristoranti che non per i bar, si valuta soprattutto l'arredo fisso, dell'interno del locale. I locali più citati sono i più criticati per l'arredamento: "locali tradizionali/generici" e "casalinghi", i meno criticati sono i locali "prestigiosi, lussuosi" e quelli "a buon mercato", per questi ultimi sicuramente influisce il livello di aspettativa, una maggiore tolleranza. Le tipologie di arredo maggiormente criticate sono: "high tech", "design", "minimalista". E non perché questi stili non siano graditi in generale, ma perché, in questi casi, è più facile disattendere le aspettative in termini di "ambiente/atmosfera" e "comodità/funzionalità". Il consiglio potrebbe essere: usate questi stili con oculatezza: non dimenticate che un bar/ristorante deve essere accogliente e comodo.

Il profilo dei netsurfer

Vediamo il profilo socio demografico dei clienti/avventori che digitano spontaneamente nella rete domestica pareri e opinioni sull'arredo di bar e ristoranti. Maggioranza femminile: 61%%, fascia di età compresa tra i 25 ed i 45 anni: 47%, cultura medio alta 59%.Questa la provenienza dei pareri in base alle aree geografiche: Nord 41%, Centro 33%, Sud e Isole 26%.Segmentando la provenienza dei commenti in base all'urbanizzazione si ottiene la seguente distribuzione: aree metropolitane 39%, zone urbane 5%, aree suburbane 4%, piccoli insediamenti/zone rurali 2%.

WWW.WEB-RESEARCH.IT Srl

È un istituto di ricerche di mercato e consulenze di marketing che offre servizi rivolti ad aziende e multinazionali presenti nel mercato domestico. Ha portato tra i primi in Italia una nuova metodologia di ricerche ed analisi di mercato: Web listening - Web research - Web monitoring. Utilizzando software di intelligenza artificiale che emulano il funzionamento delle reti neurali effettua un'analisi semantica e psicometrica dei testi presenti nel Web attribuendo loro personalità e punteggi.

www.web-research.it ascolta il Web per scoprire, analizzare, razionalizzare cosa i clienti reali e potenziali pensano e dicono oggi e indietro nel tempo fino agli ultimi tre anni. È il partner ideale di aziende, marchi, prodotti, servizi e personaggi pubblici con esposizione mediaticasignificativa.www.web-research.it - Tel. 02.89367297 - Fax 02.89367298 - P.zza Castello26 - 20121 Milanoinfo@web-research.it - gianmarco.stefanini@web-research.it