


# Recensioni stellari

A photograph of two women in a restaurant setting. The woman on the left has blonde hair and is wearing a black long-sleeved blouse, holding a gold clutch bag. The woman on the right has dark hair and is wearing a light-colored blouse, holding a brown clutch bag and a smartphone up to take a selfie. In the foreground, there is a round table with a vase of pink and purple flowers and a small decorative object. The background shows a modern restaurant interior with wood paneling and recessed lighting.

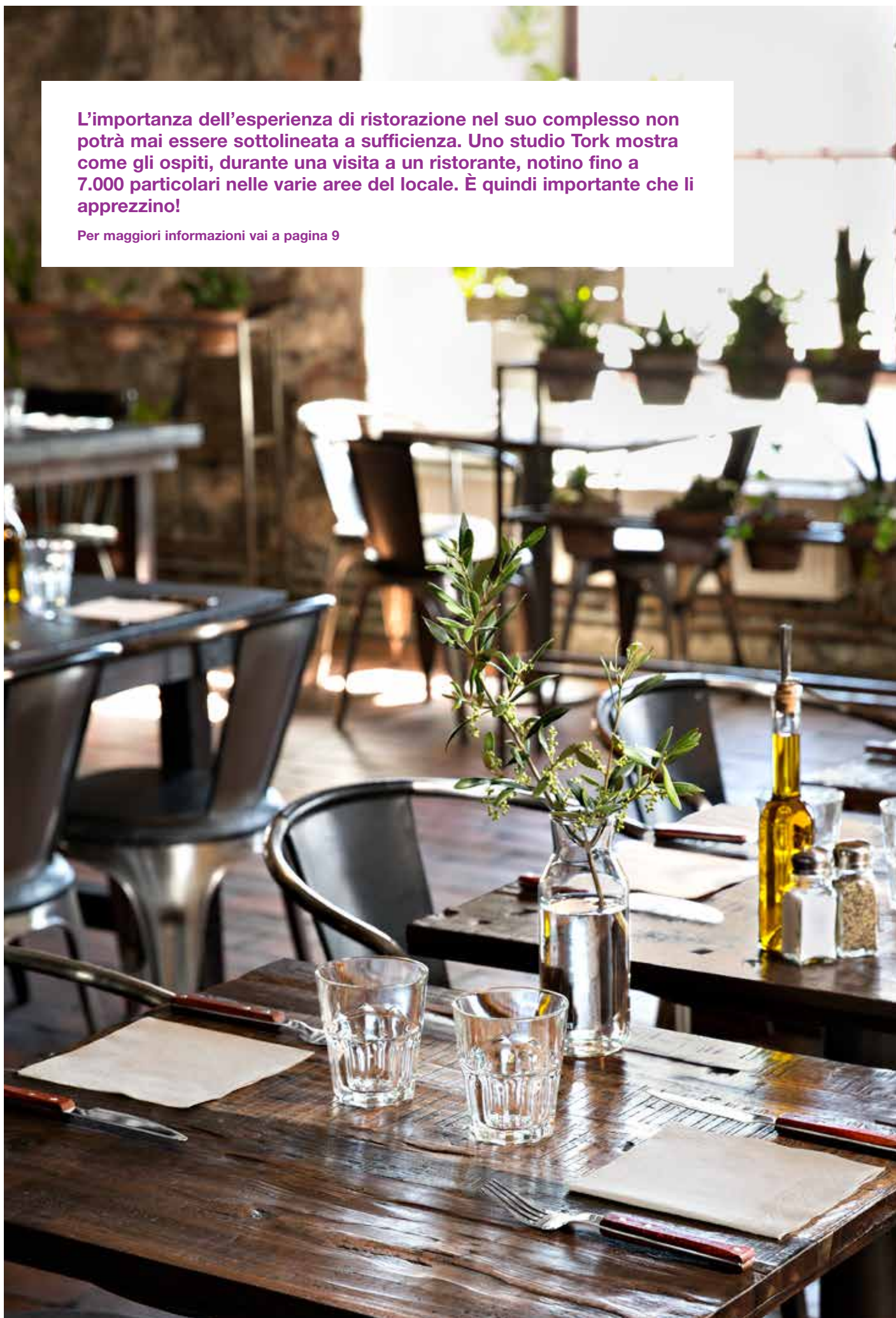
**Come rendere  
più fotogenico  
il tuo ristorante  
e dare slancio  
alla tua attività**

**TORK®**

Think ahead.

**L'importanza dell'esperienza di ristorazione nel suo complesso non potrà mai essere sottolineata a sufficienza. Uno studio Tork mostra come gli ospiti, durante una visita a un ristorante, notino fino a 7.000 particolari nelle varie aree del locale. È quindi importante che li apprezzino!**

Per maggiori informazioni vai a pagina 9





# Un'esperienza che vada oltre il cibo

In un mondo in cui le persone possono farsi consegnare a casa dell'ottimo cibo in qualunque momento, i ristoranti veri e propri devono andare oltre i piatti proposti e offrire esperienze esclusive che riescano ad attrarre ospiti nei propri locali. Quando la concorrenza è accanita, la qualità del cibo resta sempre fondamentale, ma altri fattori come ambientazione e allestimenti interni, compresa la scelta dei tovaglioli e delle bustine di zucchero, diventano altrettanto importanti per l'esperienza complessiva degli ospiti. Ci è sempre stato insegnato che un libro non si giudica dalla copertina, ma la prima impressione può essere quella che conta. Ciò significa, per un ristorante, che le condizioni della sala da pranzo, dei bagni e persino della cucina avranno un impatto determinante su tutto, dall'esperienza degli ospiti alle recensioni sui social media, fino al successo della propria attività.

Questo report parte dal presupposto che una maggiore condivisione delle esperienze sui social

media possa avere influenzare direttamente la tua attività e che tu posseda gli strumenti per trarre vantaggio da questa opportunità. Oggi nulla sfugge all'occhio dei clienti e ogni dettaglio può essere istantaneamente condiviso sui social media. È quindi fondamentale che ai tuoi ospiti attuali e futuri piaccia ciò che vedono sia nella sala da pranzo sia nelle altre zone del ristorante, bagni compresi. Un ottimo modo per fare centro è creare un'ambientazione più accattivante, che possa rendere più divertente e condivisibile l'esperienza degli ospiti. Tork vanta un'esperienza di lunga data nel segmento della ristorazione. Con questa relazione speriamo di riuscire a ispirarti e guidarti attraverso le richieste in continua evoluzione del mercato, aiutandoti a trasformare le sfide in opportunità, a battere la concorrenza e a lanciare la tua attività verso il successo.

# Social media: il più potente strumento di marketing dei nostri tempi

Che i social media abbiano un peso sempre maggiore non è certo una novità, sia in termini di tempo dedicato dagli utenti sia per quanto concerne il ruolo svolto nel mercato. All'interesse dei singoli fa seguito in genere quello delle aziende, e proprio per questo le recensioni digitali stanno diventando sempre più importanti per il successo di un'attività.

Secondo un sondaggio internazionale condotto da TripAdvisor, l'87-94% dei commensali subisce l'influenza delle recensioni pubblicate online al momento di scegliere dove andare a mangiare. Sia TripAdvisor sia Yelp sono tra le piattaforme preferite dai clienti per condividere esperienze positive e negative: i clienti dei ristoranti le utilizzano come guide per decidere dove mangiare<sup>1</sup>, basandosi unicamente sull'opinione altrui.

Inutile dire che il passaparola si è ormai trasferito ufficialmente online e che tra i protagonisti principali ci sia anche Instagram. Questa piattaforma basata sulle immagini consente ai clienti di condividere le proprie opinioni pubblicando foto scattate personalmente e commentando quelle degli altri. E la popolarità di questo social è in continuo aumento. Nel 2018, il numero dei ristoranti che hanno utilizzato Instagram a scopo promozionale è schizzato dal 24 al 78%.<sup>2</sup>





Questo ha spinto negozi, ristoranti, musei e hotel di tutto il mondo a rinnovare i propri interni pensando proprio ai social media. Sfondi floreali alle pareti, specchi firmati e insegne al neon sono solo alcuni esempi dei cambiamenti innescati da istantanee e condivisioni online.<sup>3</sup>

Lo spostamento dell'attenzione sull'aspetto estetico, assieme alla maggiore concorrenza del settore, hanno reso la capacità di attrarre nuovi clienti un fattore determinante per il successo o il fallimento di un'attività. In quanto canale di comunicazione principale e piattaforma di marketing diretto dei nostri tempi, i social media devono essere considerati un potente strumento promozionale, quale effettivamente sono. Un consiglio utile è rimanere aggiornati sulle ultime tendenze dei social media per imparare come coinvolgere maggiormente gli ospiti e incoraggiarli a condividere le proprie esperienze nel tuo locale, estendendo in ultima analisi la tua fama online.

Incrementa fino al

**9%**

le tue entrate conquistando  
mezza stella in più su Yelp<sup>4</sup>

Fino al

**94%**

degli ospiti è influenzato dalle  
recensioni online durante il  
processo decisionale<sup>5</sup>

**“Tutti i miei amici controllano la pagina Instagram di un ristorante quando usciamo a mangiare, per vedere se risponde alle nostre aspettative.”**

Dichiarazione del 23 enne londinese Georgie al quotidiano *The Independent*<sup>1</sup>



## Il potere dei social media

|| **91%**



dei ristoranti statunitensi utilizza Facebook, mentre il 78% usa Instagram<sup>2</sup>

|| **30%**



dei millennials britannici eviterebbe un ristorante per la sua scarsa presenza su Instagram<sup>1</sup>

|| **45%**



degli ospiti statunitensi ha provato un ristorante grazie a un post pubblicato sui social media dallo stesso esercizio commerciale<sup>21</sup>

Percentuale di ospiti influenzati dalle recensioni online durante la scelta di un ristorante<sup>5</sup>



90%  
Francesi



91%  
Spagnoli



93%  
Italiani

# Il tuo ristorante è abbastanza “instagenico”?

Fino a poco tempo fa, gli ospiti dei ristoranti pubblicavano per lo più foto dei piatti e l'assortimento di Instagram riguardava solamente frappè, cappuccini decorati, torte e toast con avocado tagliato artisticamente. L'attenzione, però, si va via via spostando verso tutto ciò che sta oltre i piatti. Per questo, i ristoratori fanno tutto il possibile per allestire nei loro locali ambienti che siano il più possibile “instagenici”. Le idee spaziano da tavoli che ricordano la forma dei cibi, illuminazioni che esaltano pietanze e ospiti oppure pavimenti personalizzati, confezioni da asporto accattivanti e tovaglioli che

rispecchiano la personalità del marchio. I risultati di queste iniziative si traducono in tag correlati ai diversi locali come anche attraverso le ondate di hashtag. **#ihavethisthingwithfloors** e **#accidentallywesanderson** sono due esempi che mostrano come la sola ambientazione possa influenzare la ricettività di un ristorante.



## Riflettori puntati su cucine e aree bagno

Con ospiti sempre alla ricerca di esperienze esclusive e intime, i ristoranti si impegnano al massimo per soddisfare le esigenze dei propri ospiti. Una delle tendenze più in voga negli ultimi anni è la diffusione delle cucine aperte e delle “tavole degli chef”. Offrire agli ospiti l’opportunità di sbirciare “dietro le quinte” e sperimentare la cucina attraverso tutti i sensi significa portare l’esperienza di ristorazione a un livello completamente nuovo. La presenza di ospiti in prima fila significa tuttavia che un’igiene perfetta è più che mai un requisito imprescindibile. È probabile, infatti, che i commensali scattino foto e girino video mentre i propri eroi mettono in mostra il loro talento, ed è

compito tuo fare in modo che i contenuti attraggano i clienti. Ben il 75% degli ospiti non visiterà o pubblicherà un ristorante con recensioni negative riguardo alla pulizia<sup>7</sup>, additando come requisito fondamentale un buon aspetto del personale e standard igienici elevati.

Oltre alle cucine, anche le aree bagno sono finite sotto i riflettori dei clienti, e l’opportunità di migliorare l’intera esperienza del ristorante racchiusa in questa tendenza ne ha fatto uno strumento di branding sempre più diffuso. Poiché le persone continuano ad attribuire sempre più valore all’atmosfera nel suo complesso, è importante che gli ospiti apprezzino gli

# 75%

dei clienti non visiterà o pubblicherà un ristorante con recensioni negative riguardo alla pulizia<sup>7</sup>





spazi a loro disposizione nei ristoranti, e le aree bagno non fanno eccezione. Scattare foto nelle aree bagno è diventata un'abitudine così diffusa che la rivista *Restaurant Hospitality* offre attualmente consigli su come rendere instagrammabili le aree bagno dei ristoranti: dall'aggiunta di carte da parati artistiche alla decorazione degli specchi con stencil a forma di hashtag, fino alla bella mostra di sfere da discoteca appese<sup>3</sup>, mentre in Internet spuntano elenchi con "le aree bagno dei ristoranti più instagrammate".<sup>6</sup>

accogliere gli ospiti in un ambiente pulito e ordinato, dotato di soluzioni adeguate per mantenere i pavimenti puliti e i cestini in ordine, tanto in cucina quanto nei bagni. Fai perciò in modo che queste aree offrano ai tuoi ospiti l'impressione che desiderano avere, e poi condividi!

Inutile dire che, per qualsiasi titolare di ristorante, la priorità principale dovrebbe essere quella di

## Un esperimento tecnologico rivela i segreti per ottenere recensioni migliori per i ristoranti

Uno studio condotto da Tork fornisce una migliore comprensione dell'importanza che tutti i dettagli rivestono nell'esperienza dei clienti. Nell'ambito dell'iniziativa è stato effettuato un sondaggio su 3.000 ospiti di ristoranti nonché un esclusivo esperimento di tracciamento oculare per scoprire come viene percepito l'ambiente del ristorante attraverso gli occhi di un ospite.<sup>9</sup>



**Durante la loro permanenza, gli ospiti notano fino a 7.000 dettagli nelle varie aree di un ristorante**

.....

**Oltre il 50% delle persone intervistate ha condiviso sui social media foto scattate nei ristoranti di qualsiasi cosa, dal cibo agli arredi per la tavola**

.....

**9 persone su 10 ritengono importante che nelle aree bagno siano mantenuti gli stessi standard di igiene della sala da pranzo**



## L'efficacia della personalizzazione

Il 75% degli utilizzatori di tovaglioli ne nota la stampa, mentre il

# 70%

è in grado di ricordare il messaggio

**Stampe simpatiche e coinvolgenti sui tovaglioli** possono aumentare la possibilità di condivisione sui social media e rappresentano un efficace strumento di marketing utilizzabile per veicolare il messaggio che meglio rispecchia la storia di un marchio. Se una frase o uno slogan non ti si addice, perché non usare i colori distintivi del tuo ristorante per rendere più divertente e condivisibile l'esperienza?<sup>10</sup>

# Alcuni esempi ispiratori su come muoversi

Abbiamo raccolto alcuni esempi ispiratori su come caffetterie, bar e ristoranti di tutto il mondo abbiano reso i propri ambienti più instagrammabili per far sì che i clienti raccontassero poi la propria esperienza nei locali in questione, sfruttando con intelligenza la possibilità di promuovere il proprio marchio.

## Ambienti accattivanti e coinvolgenti

Il murale dipinto all'esterno del bar **The Riddler** di San Francisco riproduce un'enorme bottiglia di champagne. Si tratta di un accorgimento strategico e intelligente che fa presa sui visitatori, inducendoli sia a scattare delle fotografie sia a entrare nel locale.

Diversamente, il **Cosmic Diner** di Bali, in Indonesia, ha allestito il proprio interno con un design dedicato agli anni '60 di New York. Il ristorante propone complementi d'arredo di color rosso brillante, vignette retrò e ritagli di fumetti. I frappè, infine, vengono serviti in bicchieri a forma di stivale di cowboy.<sup>11</sup> A volte, però, la semplicità può essere altrettanto efficace.

Lo **Zenith** in Portogallo serve cocktail e bruch lasciando che siano i cibi a parlare da sé a fronte di pareti in mattoni minimaliste e instagrammabili.<sup>11</sup>

## Bustine di zucchero che ti fanno sorridere tanto da fotografarle

A prescindere dal fatto che gli ospiti si siedano tranquillamente a tavola nel tuo ristorante oppure ordinino velocemente un caffè, c'è sempre un modo per far notare loro i dettagli, magari proponendo qualcosa in più che li faccia sorridere.

Il frequentatissimo **Jack's Wife Freda** di New York City, per esempio, propone bustine di zucchero con frasi come "I Love You A Latte" e "Sugar For My Honey", che i clienti postano regolarmente su Instagram dall'apertura del ristorante nel 2012.<sup>12</sup> Altri dettagli possono emergere attraverso idee più ambiziose, attraverso i colori e l'illuminazione del locale o la musica.

## Il colore come tratto distintivo assoluto

**MaMa Kelly** ad Amsterdam ha scelto il colore rosa come tratto distintivo assoluto del proprio locale, dalle pareti alle sedie, senza dimenticare ovviamente i tovaglioli.<sup>13</sup>

## La potenza del colore

Uno studio Tork rivela che i colori possono avere un impatto determinante non solo sull'impressione che il ristorante può fare sugli ospiti, ma anche su come vengono percepiti gusto e aroma di un piatto. Abbinare ogni piatto al colore giusto è una grande opportunità per migliorare l'esperienza generale degli ospiti.<sup>14</sup>



A Londra, anche la catena di fast-food **Pret A Manger** si affida agli effetti che possono avere i colori, specialmente per la propria affiliata **Veggie Pret** dove la prevalenza del colore verde funge da tratto distintivo in tutti i punti di ristorazione.<sup>15</sup>

Un altro ambiente caratterizzato da colori coordinati è la caffetteria **Matcha Mama** di Tulum, in Messico. Il mix di materiali rustici e bizzarre insegne turchesi hanno reso famoso il locale come “la piccola caffetteria più instagrammabile di sempre”.<sup>11</sup> Casi come questo sono una prova che il vero segreto sta nei dettagli.

### Confezioni, insegne al neon e aree bagno a prova di selfie

Nata nel 2004 a New York, l’hamburgeria **Shake Shack** è cresciuta fino a diventare una catena globale. Parte del successo è riconducibile all’identità del marchio e, in quanto catena di ristoranti fast-food, le confezioni rivestono un ruolo fondamentale. Il look è ispirato ai ristoranti fast-food degli anni ’50, con insegne al neon e simboli. In concomitanza con l’espansione internazionale era prioritario garantire che l’immagine del marchio fosse omogenea e che gli ospiti di tutto il mondo potessero identificare gli iconici sacchetti, le scatole e le uniformi in qualsiasi locale della catena si

recassero.<sup>16</sup> Le linee a forma di papavero continuano a essere un importante strumento di marketing, come elemento caratterizzante e accattivante dei post pubblicati sui social media, facilmente riconoscibili dai clienti vecchi e nuovi.

**Media Noche**, un ristorante di San Francisco ispirato all’Avana, è famoso per i pavimenti colorati e la tappezzeria a banane delle aree bagno... e con quali risultati! I proprietari sono convinti che metà delle ospiti femminili posti su Instagram foto delle visite ai bagni. Oltre a essere un investimento, è probabile che l’ampio raggio dell’attività di marketing possa avere un effetto più che positivo sul numero di ospiti.<sup>17</sup>

### Raffinatezza e pulizia a livello della cucina e del personale

Nel ristorante **VEA** di Hong Kong, dove fino all’80% degli ospiti siede lungo il bancone, la cucina è progettata proprio per ottimizzare l’esperienza degli ospiti, con sofisticati piani in marmo e complementi d’arredo studiati per offrire una vista migliore sulle preparazioni culinarie. Prima di ogni servizio, l’intero staff si allinea per un’ispezione fisica volta a confermare che le unghie siano tagliate, i denti siano puliti, i capelli legati e le uniformi stirate.<sup>11</sup>



# 62%

degli ospiti dei ristoranti ha più probabilità di tornare se ha vissuto un'esperienza personalizzata<sup>18</sup>



# Cinque consigli pratici

## Come invogliare gli ospiti a condividere la propria esperienza

Attuando alcuni semplici cambiamenti nei dettagli, potrai garantire un vero miglioramento nell'esperienza dei tuoi ospiti. Soluzioni intelligenti e orientate verso i social media possono valorizzare il tuo ristorante, incoraggiando i tuoi ospiti a spargere la voce. Sorridi e preparati allo scatto!



### Apertura

Poiché i tuoi ospiti vedranno ogni zona del tuo ristorante come un'opportunità di pubblicazione sui social media, invitali tu stesso a farlo. Segui la moda delle cucine aperte, ma accertati che i dispenser di prodotti per l'igiene siano coordinati a livello dell'intera cucina perché i tuoi ospiti lo noteranno, come del resto tutto il popolo di Instagram.

**Tork raccomanda:** panni per pulizia in ambito alimentare Tork® e staffe per piccoli dispenser



### Fidelizzazione

Poiché i tuoi ospiti noteranno i dettagli di prodotti come tovaglioli, bustine di zucchero e confezioni da asporto, cogli l'opportunità per fare una buona impressione stampando slogan o frasi che identifichino la tua attività rendendo memorabile l'esperienza dei tuoi ospiti.

**Tork raccomanda:** tovaglioli Tork con stampa personalizzata e dispenser Tork Xpressnap® con pannello AD-a-Glance®



### Prodotti coordinati

Avvaliti di un fornitore che possa offrirti prodotti in linea con l'estetica del tuo ristorante. Oltre a lasciare sui tuoi ospiti un'impressione visivamente gradevole, le collaborazioni con fornitori strategici sono un ottimo modo per risparmiare tempo e denaro nonché per ricevere consigli personalizzati per la tua attività.

**Tork raccomanda:** dispenser Tork Image Design™



### **Raffinatezza**

Gli allestimenti richiedono attenzione. Tovaglioli, cannuccie e dispenser per il sale e lo zucchero saranno determinanti per l'esperienza vissuta dai tuoi ospiti in relazione al cibo e all'ambiente. Dedica un po' di attenzione in più alla scelta di colori, piegatura dei tovaglioli e disposizione degli articoli per l'arredo tavola. Le opportunità sono infinite: scegli quella più adatta a te.

**Tork raccomanda:** tovaglioli e articoli per l'arredo tavola Tork LinStyle



### **Condivisione**

Accertati che gli allestimenti nel tuo ristorante siano a prova di Instagram, con dettagli esteticamente gradevoli e messaggi personalizzati che inducano i clienti a volerli condividere con gli altri. E lascia che la voce si sparga.

**Tork raccomanda:** strumento fai da te per il marketing digitale sui social media e pannelli AD-a-Glance



Think ahead.

---

## Fonti

1. The Independent, 2017
  2. Toast, Restaurant Success Report, 2019
  3. Restaurant Hospitality, 2019
  4. Harvard Business School, 2016
  5. Sondaggio 2018 di TripAdvisor "Influences on Diner Decision-Making"
  6. Adweek, 2018
  7. Cintas Corporation, Harris Poll, 2015
  8. The Daily Mail, 2019
  9. Esperimento di tracciamento oculare sulle aspettative degli ospiti effettuato da Tork nel 2016
  10. Tork, 2019
  11. Big 7 Travel, 2019  
CNN, 2018
  12. Antravelfoodie.com, "15 Most Instagrammable restaurants of Amsterdam", 2018
  13. Tork, "Qual è il tuo colore?", 2016
  14. Pret A Manger, 2016
  15. Fast Company, 2015
  16. Bon appétit, 2017
  17. Guida Michelin, 2018
- 

[www.tork.it](http://www.tork.it)