

Introduzione al Food Delivery

Il *Food Delivery* è la consegna a domicilio del cibo: è ben diverso dal servizio *take-away* o d'asporto offerto da pizzerie e ristoranti. Nel caso del Food Delivery, è il ristoratore che sceglie di riorganizzare la sua attività per consentire il trasporto del cibo direttamente al domicilio dei clienti, senza che questi si rechino presso il locale.



Il Food Delivery tende ad avere un impatto positivo sul fatturato dei ristoranti e delle pizzerie che scelgono di adottarlo, in quanto le motivazioni che spingono i consumatori a scegliere questa modalità per consumare un pasto possono essere molteplici. Oltre al momento storico nel quale tutti necessitano di stare in casa, ricorrono al Food Delivery i consumatori con uno stile di vita dinamico, in cui l'attività lavorativa si intreccia con altri impegni che riducono il tempo per potersi dedicare alla preparazione di pranzi e cene. Inoltre, anche i consumatori che non hanno una vita frenetica, possono avere il piacere di ordinare un pasto preparato da mani più esperte e concedersi un piatto che non sarebbero in grado cucinare direttamente a casa propria. Quindi, per usufruire di un servizio aggiuntivo e soddisfare i propri bisogni, i clienti sono spesso disposti a spendere qualcosa in più per farsi consegnare il cibo direttamente dal ristorante ad orari concordati.

Fornire un servizio di Food Delivery ai propri clienti può essere un'occasione per distinguersi dalla concorrenza o stare al passo con essa. Inoltre, una volta entrati nel circuito delle consegne a domicilio è più facile essere riconosciuti e contattati anche da altri consumatori, abituati a questa modalità.

Come iniziare un'attività di Food Delivery – alcuni consigli

L'attività di Food Delivery può essere intrapresa da qualsiasi attività ristorativa, in quanto non esiste una normativa dedicata alla consegna a domicilio ed è sufficiente che le aziende si organizzino per rispettare le norme HACCP.

Per garantire un buon servizio di consegna a domicilio è necessario che:

- il piatto venga consegnato caldo, indicativamente ad una temperatura non inferiore ai 60° a cuore del prodotto;
- il prodotto fresco e deperibile non venga consegnato ad una temperatura superiore ai 7° (vengono tollerati 3° in più rispetto alla temperatura del frigorifero pari a 4°);
- l'interno dei veicoli e i contenitori utilizzati siano ben puliti e adatti al trasporto dei cibi.

Di seguito verranno spiegati alcuni passaggi da tenere a mente se si sceglie di iniziare ad effettuare un servizio di consegna a domicilio e alcune scelte importanti da fare per svolgere al meglio l'attività.

1. Dove effettuare il servizio di Food Delivery

Preso la decisione di intraprendere l'attività, ci si deve fermare un attimo per pensare in quale zona è possibile consegnare il proprio cibo a domicilio, in modo che arrivi caldo sulla tavola del cliente. Quindi, per poter consegnare il cibo ancora caldo, le zone che possono essere servite non dovrebbero essere più distanti di 10-15 minuti dal proprio locale.

2. Il menù e i prezzi

I prodotti più richiesti dai clienti che utilizzano la modalità del Food Delivery, sono nell'ordine pizza, hamburger e cibi etnici, ma in realtà nessuno vieta di distinguersi dalla concorrenza consegnando pietanze gourmet.

Si potrebbe partire dal proprio menù, apportare qualche modifica, inserendo o togliendo alcuni piatti (o semplicemente descrivendoli meglio). Il Food Delivery può anche diventare un'occasione per rilanciare il proprio ristorante, rivedere le ricette, magari migliorandole per identificarsi meglio rispetto ai concorrenti.

L'eventuale aggiornamento dei prezzi è una scelta del ristoratore, in quanto trasportare il cibo presso il domicilio del cliente comporta aggravii che pesano sul *food cost* del piatto, rispetto al consumo presso il locale. Si può per esempio scegliere di creare un menù destinato al Food Delivery con prezzi più alti, scegliere di mantenere invariati i prezzi e applicare una commissione dovuta al trasporto oppure scegliere di aumentare tutti i prezzi e mantenere un unico menù sia per il Food Delivery che per il consumo presso il proprio locale. La scelta che ci sentiamo di consigliare è la n°2, modificando il costo della consegna in base alla distanza e inserendo un ordine minimo.

Esempio:

Ristorante che consegna in tutto il comune di Verona

- Ordine superiore ai 30€ → consegna gratuita
- Ordine inferiore ai 30€ → 2€ in aggiunta

Come abbiamo deciso 2€?

Usciamo mediamente con 5 consegne, recuperando 10€ che, al costo di chilometrico di 0,50 (tariffa ACI <http://www.aci.it/i-servizi/servizi-online/costi-chilometrici.html>) ci coprono 20km di strada.

3. Presenza su internet e sui social network

Perché l'attività di Food Delivery sia efficace e di successo è necessario che le persone sappiano quali locali sono disposti a consegnare pasti a domicilio. Gli strumenti in grado di informare i consumatori sono i siti internet, i social network ed eventuali app. Sui social network come Facebook e Instagram è più facile essere trovati e pubblicare notizie sulla propria attività che potrà poi essere condivisa da molti altri consumatori, come una sorta di passaparola. I costi di utilizzo di Facebook e Instagram per la semplice attività in questione sono irrisori.

4. Gestire il servizio online

Una volta presenti su internet e dopo aver comunicato la propria disponibilità ad effettuare consegne a domicilio, un ulteriore passo è quello di pubblicare in modo chiaro e trasparente il proprio menù con i relativi prezzi di vendita e una descrizione dettagliata degli ingredienti dei vari piatti. Per attirare l'attenzione e la curiosità dei clienti, il menù può essere accompagnato da fotografie dei piatti, per rendere più affidabile il servizio offerto.

Bisognerà poi scegliere la modalità con cui si vuole recepire un ordine e garantire il servizio di consegna a domicilio. Il metodo più costoso è quello di creare un sito internet dedicato, nel quale i clienti ordinano direttamente i propri pasti. Ci permettiamo di consigliare di istituire semplicemente una linea telefonica dedicata, attraverso la quale i clienti possono chiamare e ordinare direttamente, anche grazie a *WhatsApp*, creando un format definito per la messaggistica.

Esempio:

Format messaggio per l'ordine

Nome: ...

Indirizzo: ...

Orario preferito: ...

Modalità di pagamento: ...

Scelta piatti: ...

La modalità evoluta da applicare se il servizio ha successo è certamente la gestione attraverso un'applicazione scaricabile su smartphone o tablet, sia dai clienti che dai ristoratori. In questo modo il cliente può ordinare il piatto direttamente, una volta scelto il ristorante nella sua zona. Esistono varie aziende dedicate al Food Delivery, come ad esempio *Smart Touch Menù*, *Foodora*, *Deliveroo*, *Just Eat*, *Glovo*, *Mymenu*.

Concordato l'orario della consegna e il metodo di pagamento che può avvenire al ritiro oppure online, chi riceve l'ordine ha poi tutto il tempo per organizzarsi e preparare i piatti da consegnare.

5. Personale addetto alla consegna

Altra questione su cui ci si deve interrogare è la scelta della persona cui spetterà il compito di consegnare i piatti a domicilio, per questo si deve decidere se appoggiarsi ad una terza parte esterna o se formare uno o più dipendenti della propria azienda.

Se si sceglie di affidarsi a piattaforme come quelle citate precedentemente, il personale di queste società arriverà presso il proprio locale, ritirerà il cibo e lo consegnerà al cliente. In questo caso, il fattorino interviene solo quando richiesto e il costo è lo stesso sia che debba fare un solo viaggio che più viaggi. Quest'alternativa è vantaggiosa in termini di costi, in quanto non è necessario essere in possesso di un veicolo dedicato alle consegne e a tutti gli altri accessori necessari per effettuare le consegne nel rispetto delle norme igieniche e sanitarie.

Si può invece scegliere di affidare la consegna al proprio personale per tenere sotto controllo il servizio offerto, dalla preparazione del piatto, alla consegna al cliente e per dare visibilità al nome del proprio locale. Affidare la consegna al proprio personale richiede però una formazione adeguata. I dipendenti devono essere abili alla guida indipendentemente dalle condizioni del traffico, devono apprendere strade e percorsi più veloci e devono essere in grado di gestire l'interazione con la clientela in modo professionale, anche nel rispetto di tutte le norme igieniche e sanitarie (rispettare eventuali distanze di sicurezza, utilizzare mascherine e guanti). Consigliamo caldamente una divisa/maglietta recante il logo del ristorante.

6. Predisporre attrezzature e mezzi per la consegna

Se si è deciso di coinvolgere soggetti terzi, questi si occuperanno del trasporto del cibo nel rispetto di tutte le norme igieniche e sanitarie e non sarà responsabilità del ristoratore gestire eventuali difficoltà assicurative e tecnico-logistiche.

Se invece si è deciso di consegnare direttamente i piatti ai propri clienti bisognerà predisporre i mezzi e le attrezzature per la consegna. Per poter garantire una consegna a domicilio efficiente, bisognerà essere in possesso di una borsa termica predisposta al trasporto del cibo, indispensabile per consegnare i piatti ancora caldi. Saranno inoltre essenziali i box per la pizza, contenitori per cibi usa e getta e posate confezionate singolarmente che devono avere la certificazione MOCA (Materiali e Oggetti a Contatto con gli Alimenti).

Con il Food Delivery il cliente non vive l'esperienza di consumare un pasto in un locale, ma curare le confezioni e il packaging è certamente il modo per differenziarsi dalla concorrenza. Applicare un adesivo, aggiungere un tovagliolo o un qualsiasi gadget potrebbe essere una mossa vincente che il cliente ricorderà facilmente, oltre alla bontà della pietanza preparata.

Spazio alla creatività, e buon delivery!



www.pregis.it