



Il sito Web del ristorante

Perché è importante avere uno spazio su Internet quanto costa un sito e cosa non deve assolutamente mancare



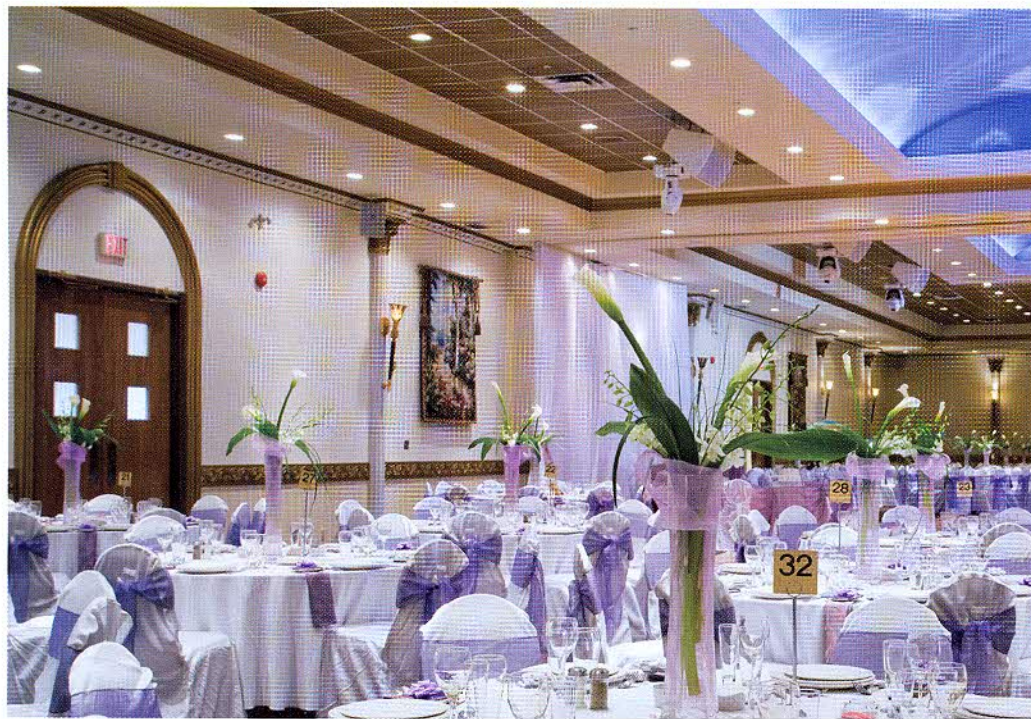
Siamo ristoratori e il nostro lavoro è una missione. La predisposizione all'accoglienza, la passione verso il buon cibo e i buoni vini fanno parte del nostro mestiere e questo non si discute. Però siamo anche degli imprenditori e sappiamo bene che a fine mese bisogna far quadrare i conti. Avere un locale sempre pieno di gente rappresenta la strada migliore per raggiungere il nostro scopo, ma i tempi cambiano e oggi, perché questo accada, non è sufficiente rifare l'insegna del ristorante, oggi è fondamentale avere anche una seconda vetrina: stiamo parlando di Internet.

Perché dobbiamo avere un sito

Un cliente che sente parlare di un nuovo ristorante, per prima cosa va a controllare su Internet se c'è un sito da visitare. Un cliente che intende organizzare una cena fuori utilizza il Web per verificare i giorni di apertura del suo ristorante preferito e, sempre via Internet, spedisce l'indirizzo del sito del locale agli ospiti che non lo conoscono ancora e che ha intenzione di invitare. Di esempi ▶

DOBBIAMO ESSERCI

Internet è una vetrina troppo importante e noi non possiamo permetterci il lusso di non essere presenti.



di questo tipo potremmo farne decine e decine, ma la sostanza non cambia: oggi un ristorante che vuole fare affari ha l'assoluta necessità di avere un sito Internet, questo è poco ma sicuro. «Essere presenti sul Web è vitale» racconta Andrea Meoni, fondatore di Seven Group e titolare di otto ristoranti. «Per me aprire un ristorante e mettere online il suo sito, sono operazioni che devono procedere di pari

passo. Internet è un mondo parallelo e se il nostro ristorante esiste nella vita reale, deve esserci anche sulla Rete.

Oggi i clienti navigano dalla mattina alla sera, possono controllarsi un menu direttamente dal computer anche mentre sono a lavoro e quindi noi dobbiamo esserci, anche perché se così non fosse non avremmo nessuna possibilità di essere trovati». Conclude il nostro interlocutore.

I SEI PUNTI CARDINE NEL SITO DI UN RISTORANTE

- 1 Il menu**

- 2 Le foto del locale**

- 3 I giorni di chiusura**

- 4 Il telefono per le prenotazioni**

- 5 L'indirizzo completo del locale**

- 6 La mappa per raggiungerlo**

OCCHIO ALLE FOTO

Facciamo sempre molta attenzione alle immagini del ristorante che pubblichiamo sul Web: devono essere perfette.

remmo mai l'immagine del nostro locale in mano a un ragazzino di 18 anni? Il paragone non è esagerato, il sito è una vetrina, la nostra vetrina su Internet e non è il caso di prenderla sottogamba. Ricordiamoci sempre che realizzare un sito velocemente e senza le dovute considerazioni si riflette anche sull'immagine del ristorante, rischiando di portare più danni che benefici.

I professionisti del Web

Chi non conosce il nostro locale e trova il suo sito navigando su Internet dovrà valutarci basandosi unicamente su quello che vede sullo schermo del proprio

computer. Non possiamo permetterci quindi di dare un'impressione distorta del ristorante, dobbiamo

Il sito Web non è una spesa, dobbiamo considerarlo come un investimento che ci porterà nuovi clienti

Come mi muovo?

Messo in chiaro una volta per tutte che per un ristorante il sito Internet è

di vitale importanza, ci troviamo davanti a un dilemma: offriamo 200 euro al cugino di un nostro cono-

scente e gliene facciamo preparare uno, oppure mettiamo in conto un investimento più sostanzioso e contattiamo un professionista che realizza siti Web per mestiere? La parola chiave in questo caso è "investimento", proprio così. Se vediamo il sito del nostro ristorante come una semplice spesa non andiamo da nessuna parte. Viceversa, se lo consideriamo come qualcosa che nel tempo ci darà dei frutti, allora cambia tutto e scopriamo che non è il caso di accontentarci di cose fatte male o semplicemente arrangiate. D'altro canto, risparmieremo mai sulla vetrina o sul bancone del nostro ristorante? Mette-

cercare di avere un sito che rispecchi il più possibile le sensazioni che vogliamo trasferire ai clienti. «Un risultato del genere si ottiene però solo studiando con attenzione la grafica delle pagine, scegliendo con cura il tipo di carattere da utilizzare per tutte le parti scritte e le foto che intendiamo mettere on-line» racconta Laura Loprieno, graphic designer di Zefiro Comunicazione. In pratica, chi guarda il nostro sito deve sentirsi come se fosse nell'anticamera del locale. Un lavoro di questo tipo può essere eseguito solo da un professionista, su questo non si discute e lo sanno benissimo alcuni colleghi ristoratori che non hanno

