**Jak zbudować lojalność klientów w branży gastronomicznej?**

**Alergie pokarmowe stają się powszechne na całym świecie. Dotyczą obecnie ponad 15 milionów Amerykanów i 17 milionów Europejczyków. Paradoksalnie, mogą stać się zjawiskiem, które pozwoli restauratorom na zbudowanie silnej bazy lojalnych klientów.**

**Nowe trendy w branży gastronomicznej**

Na całym świecie wzrasta liczba różnego typu alergii. Od 1997 do 2011 liczba przypadków zachorowań u dzieci wzrosła o ponad 50%. Dodatkowo mamy do czynienia z dużą różnorodnością alergii, jak na przykład alergie na ryby, owoce morza, orzeszki ziemne i inne. Alergicy to coraz większa grupa konsumentów, na której powinni się skupić właściciele lokali gastronomicznych.

Badania QuickBite prowadzone w Anglii przez firmę Horizon wskazały, że konsumenci domagają się od restauracji lepszego dostępu do danych o możliwościach w obszarze zdrowej diety. Grupa klientów, koncentrująca się na produktach nie zawierających szkodliwych składników to wielki potencjał, nadal nie dostrzegany przez przedsiębiorstwa z branży gastronomicznej.

W jaki zatem sposób można lepiej sprostać wymaganiom tej grupy? Oczywiste jest, że dostęp do informacji dotyczących składników jest dla klientów istotniejszy niż duży wybór dań w menu. Badania FreeFrom Awards pokazały, że większość osób cierpiących na alergie oczekuje od restauracji jednoznacznych, prawdziwych i przejrzystych informacji na temat alergenów, jakie mogą występować w daniach. Niespodziewanie mało, bo tylko 20 % ankietowanych alergików deklarowało, że restauracje powinny oferować większy wybór dań.

Wzrosła liczba osób, które wymagają informacji o alergenach. Dla przykładu, grupa osób uczulonych na gluten wzrosła o 229% w przeciągu ostatnich 10 lat. Zdrowe odżywianie jest obecnie kluczowym trendem, także dlatego, że starsza część populacji chce żyć dłużej, w dobrej kondycji.

Dodatkowo wraz z wydłużeniem średniej długości życia, coraz więcej osób choruje na cukrzycę, podwyższone ciśnienie, schorzenia układu wieńcowego. Starsi konsumenci powinni przestrzegać odpowiedniej, zdrowej diety. Dlatego wszelkie ważne informacje dotyczące wartości odżywczych serwowanych dań są dla nich istotne.

Bez względu na to, czy powodem jest zdrowie czy utrzymanie dobrej kondycji, klienci coraz bardziej świadomie podchodzą do spraw odżywania. Gwarantując im pełną informacji o wartościach odżywczych potraw, lokale gastronomiczne mogą uzyskać przewagę konkurencyjną oraz przyciągnąć nową grupę lojalnych konsumentów.

**Zmiany prawne szansą dla lokali gastronomicznych na budowę lojalności?**

Prowadząc restaurację, kawiarnię, bar lub innego typu punkt gastronomiczny, od 13 grudnia 2014 r. właściciele muszą informować klientów o alergenach oraz składnikach, zawartych w oferowanych daniach, które mogą spowodować nietolerancję pokarmową. Zmiana przepisów wpłynęła także na dostawców oprogramowania dla gastronomii, którzy oferują systemy dopasowane do obecnych realiów.

Obowiązek ten został nałożony mocą Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady nr 1169/2011 z dnia 25 października 2011 r. w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności. Spowodował, iż przedsiębiorstwa gastronomiczne coraz więcej uwagi przywiązują do konieczności informowania swoich gości o wartościach odżywczych serwowanych potraw i zawartych w nich alergenach.

Według raportu Euromonitor, który dotyczył dziesięciu kluczowych trendów globalnych w 2014, klienci zarówno w krajach rozwijających się, jak i rozwiniętych są skłonni zapłacić więcej za zdrową, dobrej jakości żywność.

Wymagania związane z dostępem do informacji wynikają nie tylko z przepisów prawa, ale także z oczekiwań klientów. Coraz większa grupa ludzi musi przestrzegać zakazów dietetycznych. Rosnące wymogi w zakresie diety to szanse dla firmy - możliwości stworzenia nowej bazy lojalnych konsumentów.

**Rozwiązania IT w odpowiedzi na nowe trendy**

Konsumenci ze szczególnymi wymaganiami dietetycznymi to grupa, która oczekuje szczegółowych informacji na temat alergenów i wartości odżywczych. Chce mieć dostęp do tych danych także mobilnie. Jednym z rozwiązań, które spełnia te wymagania jest [LS Nav Hospitality](https://www.systemretail.pl/oferta/ls-nav-hospitality/) firmy [LS Retail](https://www.systemretail.pl/).

Jest to gotowe rozwiązanie, które bazuje na systemie [Microsoft Dynamics NAV](http://www.dynamicsnav.pl/microsoft-dynamics-nav/). Pozwala na podniesienie wydajności operacyjnej dzięki centralnemu zarządzaniu operacjami. Wszechstronna funkcjonalność obsługuje wszelkie aspekty działalności przedsiębiorstwa, począwszy od centrali do restauracji. Ważną cechą systemu jest wielokanałowość, stwarzająca możliwość różnorodnej relacji z klientem poprzez urządzenia mobilne. Na interakcje składają się zamówienia, płatności mobilne czy udostępnianie danych o produktach.

Rozwiązanie [LS Nav Hospitality](https://www.systemretail.pl/oferta/ls-nav-hospitality/) pozwala na łatwiejsze zarządzanie lokalem gastronomicznym, umożliwiając szybkie dostarczenie gościom wymaganych danych żywieniowych. Zapotrzebowanie na informacje ze strony konsumentów to potencjał rozwoju dla restauracji.

[LS Nav Hospitality](https://www.systemretail.pl/oferta/ls-nav-hospitality/) to wszechstronny sprzymierzeniec, który wspomaga firmy w realizacji potrzeb i wymagań klientów w zakresie dostępu do informacji o alergenach i składnikach odżywczych. Dzięki oprogramowaniu można w pełni kontrolować skomplikowane operacje związane z restrykcyjnymi przepisami obowiązującymi w Europie, i jednocześnie zwiększyć zyski firmy.

Satysfakcja klientów i gwarancja bezpieczeństwa pozwala uzyskać przewagę konkurencyjną, podnieść zyski oraz zbudować bazę lojalnych klientów.