

**ESEMPIO**

## **Processi per rendere ancora più rapido il fast food**



*Fonte: Andrew Woodley/Alamy Images*

Nel settore della ristorazione fast food, si ritiene comunemente che il primissimo ristorante per automobilisti risalga al 1928, quando Royce Hailey promosse per la prima volta questo servizio nel suo ristorante di Los Angeles, denominato Pig Stand. I clienti si accostavano con l'automobile alla porta posteriore del locale dove si affacciava lo chef, che serviva loro i celebri sandwich "Barbequed Pig". Adesso questi processi sono ancora più lineari e più rapidi. Sono anche più comuni: nel 1975, la McDonald's non aveva un servizio fast food per automobilisti, ma oggi, negli Stati Uniti, più del 90% dei suoi ristoranti offrono tale servizio. In effetti, l'80% della crescita registrata recentemente nel settore fast food si deve proprio a questo. Dice uno specialista del settore: "C'è un numero sempre maggiore di clienti per i quali il fast food non è abbastanza veloce. Vogliono ridurre il tempo di attesa al minimo assoluto, o senza nemmeno scendere dalla macchina. La soddisfazione dei loro bisogni dipende dalla fluidità che possiamo ottenere nel processo".

La concorrenza nella progettazione di un servizio fast food per automobilisti più rapido e più affidabile è spietata. I locali della catena Starbucks dispongono di videocamere piazzate strategicamente presso i tabelloni su cui è riportato il menu, in modo che gli addetti possono riconoscere i clienti abituali e cominciare a evadere l'ordine ancor prima che venga effettuato. Burger King ha sperimentato l'utilizzo di menu semplificati e di contenitori trasparenti per assicurare una maggiore accuratezza del servizio (non ha senso operare velocemente se non si recapita esattamente ciò che ha ordinato il cliente). Questi dettagli contano. McDonald's stima che il suo fatturato aumenti dell'1% ogni sei secondi risparmiati nel servire gli automobilisti, mentre un ristorante Burger King ha calcolato che i suoi introiti aumentavano di 15.000 dollari all'anno ogni volta che riusciva a ridurre di un secondo il tempo di attesa. I piatti elencati nel menu devono essere facilmente leggibili e facilmente comprensibili. La messa a disposizione di "menu standard" (hamburger, patatine e Coca-Cola), per esempio, fa risparmiare tempo nella fase di ordinazione. Ma non tutti sono contenti del boom di questa forma di ristorazione superveloce. I vicini si lamentano del traffico extra, e l'immagine, già poco salutistica, del fast food, combinata con un processo che evita addirittura ai clienti di scendere dalla macchina, è per alcuni francamente intollerabile.

*Fonte: Horovitz (2002).*