

06 июня 2022

Большинство потребителей хотят использовать QR-коды в качестве способа оплаты при заказе в ресторане.

Внедрение QR-кодов вместо меню ресторана в первые дни COVID имело большой смысл. В то время считалось, что COVID может передаваться через поверхности, а это означало, что общие вещи, такие как ламинированные меню, могли вызвать заболевание у многих людей. Но затем наука развивалась, и многие рестораны предпочли вернуться к более традиционному меню вместо пиксельного квадрата, который клиенты могли сканировать с помощью своих телефонов.

В течение последнего года пандемии заголовки о QR-кодах заставляли вас поверить в технологию, которую потребители в основном ненавидят, а некоторые даже списывали ее как мертвую технологию с точки зрения ее потенциала в ресторанной индустрии.

Но потребители на самом деле предпочитают их как способ сделать заказ и оплатить гораздо больше, чем может ожидать ресторатор.

По данным Datassential, 58% потребителей в целом говорят, что хотели бы иметь возможность использовать QR-код для оплаты в ресторане или продуктовом магазине. И реакция еще более положительна, когда речь идет об использовании QR-кодов для открытия меню ресторана. Среди потребителей, которые раньше использовали QR-коды для вызова меню или оплаты, 70% говорят, что они им нравятся, причем самый высокий положительный отклик исходит от миллениалов, которые использовали их раньше (78%). Даже удивительные 56% бумеров, которые использовали QR-коды, говорят, что им нравится использовать их для отображения меню в ресторанах.

Это, безусловно, положительный знак для рестораторов, которые внедрились или хотят внедрить, учитывая огромное количество преимуществ, в том числе возможность поддерживать санитарные нормы за счет устранения необходимости в общем меню, кадровое преимущество, заключающееся в том, что хозяин или официант не нужны для обслуживания. давать меню новым клиентам, а также возможность легкого изменения меню и дополнительных продаж.

Задача будет заключаться в том, чтобы показать потребителям все преимущества QR-кодов (возможности которых гораздо больше, чем просто еще один способ просмотра меню) и найти баланс между теми потребителями, которые хотят использовать эту технологию, и теми, кто этого не делает.

Что касается воздействия, хорошая новость заключается в том, что потребители уже имеют больше опыта, чем они могут себе представить, с такими крупными примерами, как платформа «Заказ и оплата» Starbucks и аналогичные технологии от других QSR и некоторых крупных розничных продавцов.

Смешанный метод, когда потребителям предоставляется возможность выбора QR-кода или физического меню, или метод, когда QR-код используется только как вариант оплаты, может быть одним из способов, поскольку он решает некоторые болевые точки оператора, но при этом дает клиентам, которые хотят отказаться от такой возможности. Ключом для оператора, рассматривающего возможность внедрения QR-кодов, будет убедить потребителей, что их версия стоит затраченных усилий.

Однако добавление цифрового опыта не означает, что гостеприимство может или должно исчезнуть. Операторы, беспокоящиеся о влиянии технологии на сервис, могут внедрить метод «лицом к лицу при входе, технология при выходе»: приветствовать клиентов, когда они приходят, давать им традиционное бумажное меню и позволять им платить через QR-код на столе или чеке. Или пусть официанты будут доступны повсюду, чтобы помочь потребителям разобраться, или предложите клиентам, не склонным к технологиям, традиционные альтернативы.

Эти методы предоставляют все обычные возможности для взаимодействия с гостями, облегчая частые болевые точки клиентов. Технологии, безусловно, пугают как клиентов, так и операторов. Но для технологии QR-кода, популярность которой возросла во время пандемии, есть способ продлить ее жизнь в постпандемическом будущем: хитрость заключается в том, чтобы выяснить, что работает для отдельного оператора, и выбросить все остальное. Награды могут быть огромными для тех, кто сможет довести дело до конца.

Ссылка на статью: [Большинство потребителей хотят использовать QR-коды в качестве способа оплаты при заказе в ресторане.](#)