

Quali portate

Il primo passo parte dall'offerta. Al gestore la scelta di proporre come asporto le specialità già a menu, oppure di **esplorare** nuove strade. Si possono dedicare, a chi cena a casa, giri gastronomici interregionali o addirittura attraverso i cinque continenti. Oppure, perché no, idee su specifica richiesta del cliente. La creazione ad hoc di specialità del giorno, improntate a ingredienti **freschi** come il pesce o verdure di stagione, può dare una marcia in più. Da non dimenticare infine la bottiglia di vino consigliata dallo chef.



Tower di Medac è il contenitore specifico per l'asporto di alimenti caldi e freddi

Box glamour

Un discorso a parte meritano i **contenitori** per il trasporto delle preparazioni. La tecnologia in questi anni ha fatto passi da gigante con la nascita di soluzioni studiate per accogliere alimenti sia caldi sia freddi. **Impermeabili** ai liquidi e alle oleosità dei sughi, sono facili da maneggiare, da aprire e da richiudere e possono essere inseriti senza problema nel forno a microonde; un accorgimento pratico e utile se il cibo, magari avanzato, viene consumato il giorno dopo. Vincente la cura per i dettagli, con confezioni dalle **forme** originali impreziosite con nastri di effetto. Prevedere a richiesta anche stoviglie usa e getta... con tanto di candela!



Dritto in rete

Il servizio sfrutta appieno le potenzialità di **internet**. È quindi consigliato dedicare una **sezione** del proprio sito per descrivere l'offerta, evidenziando eventuali piatti particolari. Sarebbe meglio includere una **scheda** con

le immagini delle preparazioni disponibili, per effettuare così l'**ordine** con pochi clic. È fondamentale pubblicizzare il servizio e vengono in aiuto i classici strumenti di marketing, dal mailing alla radio locale.

I vantaggi

- Non sono richiesti particolari attrezzature o personale dedicato
- Ideale per ampliare e diversificare la clientela
- Consente di non deludere il cliente nei giorni di tutto esaurito