

Factores para el triunfo de un establecimiento

Esa es la eterna pregunta de cualquier restaurador. Tras escuchar a grandes gurús del sector, la conclusión que siempre existe es el factor humano.

Loli Moroño Directora Creativa PF1 Interiorismo



The Strad Club - Decorado por PF1 Interiorismo

En los últimos años hemos vivido un boom gastronómico, en el que lo que hacía excepcional un restaurante era su chef, el equipo de cocina y sus platos, todo giró en torno a ese mundo. Y evidentemente, sin una buena cocina un restaurante no puede tener éxito, pero no es el único factor. Operatividad, procesos, gestión de equipos, eficiencia en cocina, digitalización y marketing son palabras clave a tener en cuenta por un negocio de hostelería. Tampoco debemos olvidar el factor humano, que cada vez más es un pilar indispensable.

La tendencia actual del mercado se orienta hacia la experiencia del cliente, que hasta hace poco se basaba únicamente en una experiencia gustativa, ahora se vive a través del trato con el personal de sala y a través del entorno, algo en lo que el interiorismo tiene mucho que decir.

Los interioristas somos un eslabón más de esta cadena y juntos creamos espacios que cuentan una historia y que transmiten sensaciones al cliente activando los cinco sentidos, convirtiendo así la experiencia en algo global, y sobre todo, perdurable en el tiempo. Para reforzar mi argumento pienso en la franquicia The Strad Club creada por Urban Planet.

El concepto de The Strad Club procede de Reino Unido está inspirado en los bares de dardos, adaptados a nuestro país y redefiniendo el concepto sin olvidar el factor gastronómico, creando un mix experiencial de ocio activo y comida de calidad. Todo unido con nuevas tecnologías, especialmente de recreativos y con un espacio que afiance la experiencia.

PF1 Interiorismo ha creado dos locales con líneas diferentes. La idea inicial para el primer local de esta franquicia, madurada conjuntamente con el cliente, era la de un concepto de pub inglés y un club en el Manhattan de los años 20, sin olvidar el espíritu de la marca Urban Planet. Hablamos de un local con un marcado aire urbano y desenfadado, pensado para crear experiencias con comida sugerente, buena música y compañía. Un lugar para disfrutar del grupo de amigos de manera sana y saludable.

El diseño acompaña al cliente en toda su experiencia, desde el mostrador creado como un tótem de mármol, la maraña de luces en el techo que impacta al acceder al local, los neones distribuidos por las zonas de juego, hasta las lámparas diseñadas ad hoc para el establecimiento.

Esta franquicia es idónea para aportar personalidad a la restauración de cualquier hotel, consiguiendo una mayor rentabilidad.



Tecnología adaptada a los dardos, Ochees, abra de PF1 Interiorismo



Un local de estilo urbano y canalla - desarrollado por PF1 Interiorismo

El segundo establecimiento que se diseñó se pensó desde una perspectiva totalmente diferente, con un estilo joven, urbano, desenfadado y muy canalla, que transporta al cliente a través de los Ochees (zona de juego) por diferentes ciudades del mundo en las que puedes practicar deporte extremo, en un concepto de ocio más diurno.

La mayor innovación de estos locales está en la tecnología que no se ve. Los Ochees fueron creados gracias a un magnífico equipo técnico y, aunque parecen simples 'cajas', cuentan con un alto nivel de digitalización que aporta un plus a la experiencia y que, gracias a la conexión con unas tablets permiten al usuario involucrarse al máximo en el juego.

Para finalizar sólo podría añadir: experiencia, experiencia, experiencia.