

- Ha tempo per scegliere e ha scelto voi. Con tutti i ristoranti che ci sono, la scelta non può essere stata casuale: approfittate del privilegio che vi ha riservato e fate in modo che quel cliente diventi un vostro cliente.
- È un forte generatore di passaparola positivo. Un cliente single che si trova bene nel vostro ristorante diventa un potentissimo strumento di comunicazione. La cucina, i vini e la

ristorazione più in generale sono tra gli argomenti preferiti dai single italiani: questo cliente racconterà a tutti i suoi amici come si è trovato bene da voi, e li inviterà a provare il vostro ristorante.

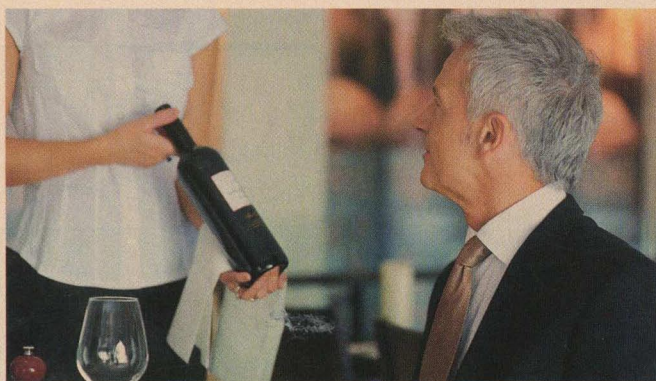
- Consuma in media più degli altri clienti. Il cliente single che va al ristorante per piacere personale consuma circa 1/3 in più rispetto agli altri clienti, anche perché deve gratificarsi per il fatto di essere da solo.

Perché è meglio offrire ai single il tavolo e il servizio migliore

Spesso i ristoratori tendono a gestire "con fastidio" il cliente da solo, a motivo del fatto che un tavolo occupato da uno non rende. In realtà, dedicargli tempo e attenzione paga: potrebbe diventare un fedelissimo o trasformarsi in un vostro "ambasciatore"

di Massimo Feruzzi

Molti ristoratori "vivono" il cliente single come un problema. Il principale motivo che induce ancora troppi ristoratori a considerare il singolo cliente come un peso, a relegarlo sempre nel tavolo più sfortunato e farlo servire dal cameriere meno capace, è che un tavolo che viene occupato da una sola persona "rende poco". È inutile negarlo: presentarsi da soli al ristorante può creare diversi svantaggi: il tavolo scomodo, magari davanti alla toilette o



all'ingresso; un servizio poco accurato, che può essere super frettoloso, per farlo andare via

alla svelta, o lentissimo, perché lo si lascia per ultimo; in genere, lo si affida all'ultimo arri-

vato, perché i camerieri bravi sono occupati a servire i tavoli con più commensali.

Scelte controproducenti

Ragionamenti di questo tipo sono molto diffusi, ma sono sostanzialmente sbagliati. O, quanto meno, rischiano di essere controproducenti per la vostra attività.

• • • • •
Rispetto agli altri commensali spesso spende di più

Le tre tipologie di clienti soli

per scelta

GENEROSI

Hanno scelto di essere single e vivono bene la loro condizione. Non hanno bisogno di attenzioni particolari. Tra le tre categorie, sono i più critici, ma sono anche disposti a spendere sempre qualcosa in più degli altri clienti.

per scelta di altri

FEDELI

Sono sì single, ma non per scelta loro. Hanno bisogno di trovare un luogo altamente familiare, ricercano attenzioni e cure. Tra le tre categorie, sono quelli più fedeli e con l'indice di frequenza più alta.

per necessità

AMPLIFICATORI

Sono i single che vivono giornate o periodi da soli, obbligati dal lavoro o da altre situazioni. Hanno bisogno di non essere considerati single. Tra le tre categorie, sono quelli che generano il più forte passaparola.

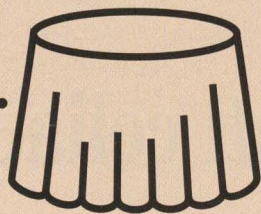
Chi fa queste scelte non riesce infatti a comprendere come, invece, il cliente singolo che frequenta il ristorante è, molto spesso, un ottimo cliente: desidera trattarsi bene, in molti casi ha capacità economiche superiori a quelle degli altri ospiti, ma soprattutto richiede le stesse attenzioni - se non superiori - degli altri clienti. Nessuno - a meno che non glielo chiediate - può conoscere il

- Poteva fermarsi in qualsiasi altro ristorante, ma ha scelto voi. Se non vi conosce, allora dovete conquistarlo perché potrà nuovamente tornare, magari con la famiglia o in compagnia degli amici; se invece già vi conosce, buon segno: sta diventando un cliente fedele.
- Generalmente la sua permanenza è breve; il suo tavolo può anche essere di nuovo utilizzato per altri clienti.

Quel tavolo renderà di certo di più di un qualsiasi altro tavolo.

- Se la sua permanenza è prolungata: a volte si tratta di clienti che trascorrono molto tempo a tavola, leggendo il quotidiano o dialogando online. In questi casi sovente accompagnano la lettura con un buon distillato, in genere di alta qualità. Pochi altri clienti consumano così tanto pro/quota come loro: tenetevi stretti.

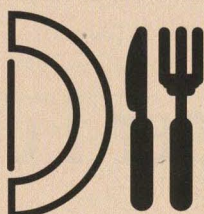
AZIONI (E GIUSTIFICAZIONI) AUTOLESIONISTE



IL TAVOLO

Di solito è quello vicino alla toilette, dove i clienti non vogliono andare, o vicino alla cucina o all'ingresso del ristorante.

Pensiero del ristoratore: anche se la sala è vuota, si deve accontentare dei tavoli meno pregiati, perché gli altri devono rimanere a disposizione della clientela più "interessante".



IL SERVIZIO

O è velocissimo, senza neppure seguire i tempi di consumazione dell'ospite, o lentissimo, perché prima si garantisce la qualità del servizio agli altri clienti.

Pensiero del ristoratore: questo cliente si adegua, meglio curare i tavoli con più ospiti perché "rendono di più".



IL CAMERIERE

Chi si dedica a questo cliente è spesso quello meno capace di relazionarsi, appena arrivato o in fase di partenza.

Pensiero del ristoratore: l'importante è servire il cliente. I camerieri qualificati è meglio utilizzarli per garantire qualità ai clienti migliori.

motivo per cui quel cliente, entrato da voi per la prima volta, è da solo: può avere la casa in ristrutturazione o essere fuori per lavoro, può essere un ispet-

ce: trattate questi clienti con maggiore attenzione rispetto agli altri. Se è un cliente che viaggia per lavoro, in genere cerca di trattarsi bene. E, se gli piace il posto, può sempre tornarci con colleghi, amici o con la famiglia. Se è un cliente in vacanza, può generare un importante passaparola.

Fedele ed esigente

In generale, il cliente single è altamente fedele: cerca luoghi che gli piacerebbe diventassero a lui familiari. Il cliente single è - infatti - il più fedele che vi possa essere.

Quando si trova bene in un ri-

storante, lo frequenta assiduamente perché trova un ambiente e delle persone conosciute e accoglienti. Ma attenzione: il cliente single è molto più attento ai particolari di quanto non lo siano gli altri ospiti. Essendo solo, non dialoga con nessuno e di conseguenza ha tempo e modo per ammirare, controllare e, di conseguenza, anche criticare quello gli viene servito in tavola ma anche ciò che accade in sala. Questo cliente cerca luoghi consoni al proprio stile di vita, ma soprattutto ristoranti dove familiarizzare e dialogare con il proprietario e il personale. ○

CONQUISTATELO!

CALORE E FAMILIARITÀ

L'accoglienza calorosa e la capacità di dedicargli un po' più di tempo per colloquiare con lui, dal cliente single è sempre gradito. Genera fiducia e familiarità.

TAVOLO SCELTO

Fategli scegliere il tavolo dove preferisce accomodarsi, anche solo proponendo una scelta tra un paio di tavoli. Non costringetelo a sedersi dove non vuole (come generalmente fanno gli altri ristoratori).

DEGUSTAZIONI DEDICATE

Se è ricettivo e attento alla vostra cucina, proponetegli un menù degustazione "fatto su misura" dallo chef.

UNO STRAPPO ALLE REGOLE

Se avete portate che prevedono un ordine minimo per due persone (il classico risotto) o un menù degustazione valido solo per tutti i commensali del tavolo, fate uno strappo alla regola per lui.

UN SALUTO DALLO CHEF

Anche se non lo fa abitualmente, con questo cliente lo chef deve uscire a salutarlo, per dialogare, chiedere pareri e commenti: è un'altra mossa per familiarizzarlo.

DIGESTIVO "IN COMPAGNIA"

Prima del conto, andate al suo tavolo con due bicchieri e offritegli un digestivo. Il secondo è per voi: degustate insieme un prodotto nuovo e chiedetegli il suo parere.

Diventano fedeli quando gli si regala una gran familiarità

tore di una guida gastronomica o un patito dello shopping che si ferma per un attimo di pausa; in tutti i modi è un cliente che paga con lo stesso denaro con cui pagano gli altri ospiti! Il nostro consiglio è sempli-