

## Guarda e ascolta l'autore con la realtà aumentata

Vai su App Store o Google Play e scarica gratuitamente la app Artec. Inquadra con il tuo dispositivo mobile l'immagine e goditi l'effetto wow!

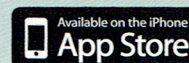
Chiedici come implementare l'app per i tuoi annunci sulle nostre riviste:

artec@tecniche nuove.com

Artec è un'esclusiva Gruppo Editoriale Tecniche Nuove

appstore.com/artec

goo.gl/AluTVM



## CHECK LIST

### CLIENTI

La relazione con i clienti è la base dell'attività di ristorazione: la capacità di accoglienza è importante tanto quanto quella di offrire cibi e bevande all'altezza. Riuscire a offrire servizi dedicati a favore di determinate tipologie di clienti (famiglie con bambini, single, clienti con animali ecc.) può fare la differenza.

### COMUNICAZIONE

Le tecniche di marketing non convenzionali permettono di acquisire visibilità e notorietà sul territorio a budget contenuti. Importante stabilire collaborazioni con altre aziende locali.

### SOCIAL NETWORK

Esserci sul web ha senso solo se si riesce a dedicare tempo e attenzione all'attività sui social media. Va considerata un'ora al giorno per dialogare, condividere, stimolare ecc.

# Aumentare clienti e fatturato: un gioco da ristoratori

UN LIBRO DI CENTO PREZIOSE PAGINE RICCHE DI CONSIGLI, IDEE E SUGGERIMENTI PER SVILUPPARE GLI AFFARI DI ANDREA MONGILARDI

**A**umentare il fatturato, conquistare nuovi clienti, trovare nuovi sviluppi per la propria attività, di questi tempi, a molti sembrano altrettante fantasie. C'è però chi ci riesce. Massimo Feruzzi è andato a studiare come fanno. Dalle sue scoperte e dalla sua esperienza è nato un libro, "Nuove tecniche di marketing per i ristoratori", che dal sottotitolo fa capire il perché converrebbe leggerlo (ma, ancora di più, provare ad applicare i numerosi suggerimenti, consigli e idee che contiene). Il sottotitolo, infatti, recita: "Come fidelizzare i clienti e conquistarne di nuovi". In pratica, l'attività principale a cui un ristoratore dovrebbe quotidianamente dedicarsi. «Saper fare bene da mangiare non basta più - afferma Feruzzi -; la capacità di accogliere i clienti è diventato un elemento imprescindibile».

«Il mondo della ristorazione - continua Feruzzi - dovrebbe lavorare su tre fronti, dove ci sono buoni margini di miglioramento: la relazione con i clienti, l'attività promozionale e l'utilizzo dei nuovi strumenti di comunicazione social». A ognuno di questi aspetti sono dedicate svariate pagine di consigli e suggerimenti pratici.

Come prima cosa, Feruzzi dà alcune indicazioni per “Come aumentare il fatturato” (è il titolo di uno dei capitoli iniziali del libro): «La sala è importante tanto quanto la cucina - afferma -. Partiamo dal menu: se anziché limitarsi a porgerlo al cliente glielo si racconta, lo si “vende”, i risultati, sia in termini di fatturato sia di soddisfazione del cliente, si vedono. Per questo occorre passare dalla figura del cameriere muto a quella del cameriere venditore, propositivo e capace di creare una relazione di empatia con i clienti». Un ulteriore compito che la sala può assolvere è quello di diventare “teatro” per la presentazione di prodotti (da vendere) o di attività (eventi, iniziative ecc.). «Per incrementare il fatturato, un'altra strada seguita con successo da diversi ristoratori è stata quella di ampliare il raggio d'azione della propria attività, inserendo nuovi servizi come il banqueting, il catering ecc.».

Feruzzi invita i ristoratori a “uscire” dalle mura della propria attività. In due modi. Il primo, trasformandosi in clienti curiosi «perché è il modo migliore per capire come migliorare la propria attività». Il secondo, imparando a comunicare di più e meglio. «Utilizzando al meglio le tecniche di marketing non convenzionale - afferma - si possono ottenere grandi risultati in termini di visibilità. E l'aspetto più interessante è che non occorrono grandi budget, ma soprattutto creatività e originalità». Un altro suggerimento di Feruzzi è quello di attivare collaborazioni con altre attività commerciali presenti nelle vicinanze: «Il co-marketing può andare a beneficio di tutti i soggetti coinvolti».

Non poteva mancare, infine, un capitolo dedicato ai social media. Feruzzi non si iscrive al partito di quelli che “bisogna esserci a tutti i costi”. Questo non significa, naturalmente, negarne l'importanza o la potenziale utilità. «Semplicemente - spiega - se si decide di esserci bisogna poi esserci davvero, non fare finta. Il che significa dedicare tempo e attenzione per sviluppare la propria presenza in rete. Occorre una persona dedicata che se ne occupi, dedicando almeno un'ora al giorno». A fare cosa? Un elenco di attività: «Dialogare, condividere, relazionarsi, stimolare, rispondere, controllare le recensioni». Così, per cominciare. ✱



**Massimo Feruzzi**  
Amministratore unico di Jfc, è consulente di marketing, programmazione e pianificazione territoriale nel turismo e nella ristorazione. Svolge ricerche e indagini sul mercato turistico e del food&beverage.



## NUOVE TECNICHE DI MARKETING PER I RISTORATORI

Come fidelizzare i clienti e conquistarne di nuovi di Massimo Feruzzi, Ed. Tecniche Nuove, 134 pagg., euro 13,90.

Dare spunti, suggerimenti e idee da mettere subito in pratica: è l'obiettivo con cui è stato scritto il libro, che in realtà è un vero e proprio manuale operativo. I titoli dei capitoli lo evidenziano: da “Come aumentare il fatturato” a Come soddisfare gli ospiti” passando per gli “Errori da evitare”.



**ACQUISTA  
ON LINE  
CON IL 15%  
DI SCONTO**