

Come trasformare il bagno in un luogo capace di comunicare

CARTINE A PARETE PER FAR CONOSCERE IL TERRITORIO. CARTELLI PER SEGNALARE EVENTI E PROMOZIONI. OLTRE L'80% DEI CLIENTI UTILIZZA I BAGNI. SFRUTTIAMOLI MEGLIO DI MASSIMO FERUZZI

**Il bagno dell'Hotel Ristorante
Les Avisés (Avize,Fr)
ristrutturato dalla casa vinicola
Jacques Selosse: uno spazio
tappettato con la carta geografica
della Champagne**

CHECK LIST

ARREDARE

Bisogna considerare il bagno non come un ambiente secondario, ma come parte integrante e fondamentale del locale, di cui dovrebbe rispecchiare lo stile. Non lesinate sull'illuminazione (oltre che sulla pulizia), che è vissuta come binomio inscindibile.

RIORDINARE

Durante il servizio sarebbe opportuno incaricare un addetto di occuparsi di almeno un paio di riordini della toilette. L'ultimo cliente che vi entra dovrebbe poter trovare il bagno come il primo che è entrato. In bagno, oltre ai consueti accessori, può essere utile lasciare spazzola e smacchiatore.

COMUNICARE

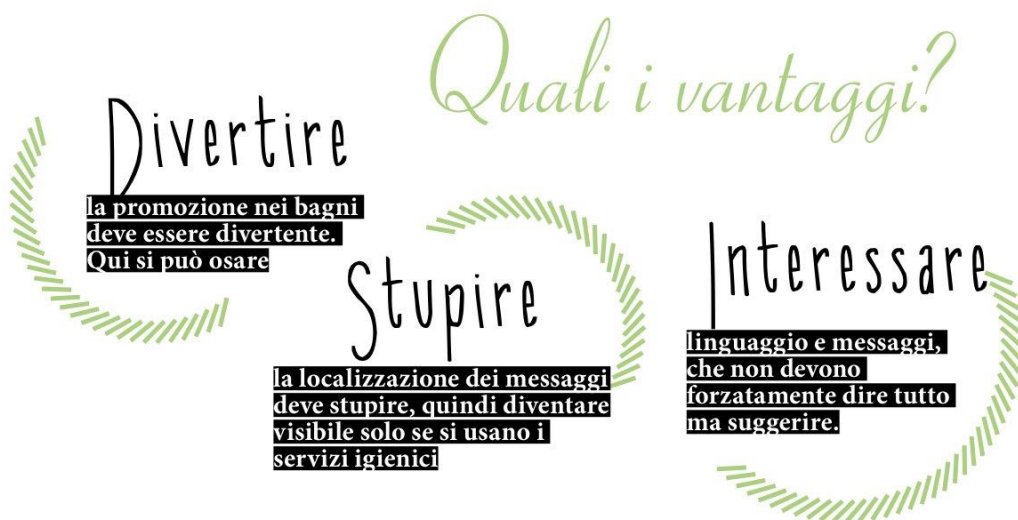
Pareti e porte dei bagni possono essere usate per appendervi una cartina geografica della zona, stimolando ulteriori visite del cliente o per comunicare eventi e promozioni.



Qualcuno potrebbe sorridere pensando all'utilizzo delle toilette per fare attività di marketing. Invece è proprio così: i bagni di ogni ristorante - nessuno escluso - possono diventare ottimi strumenti di comunicazione e marketing. Per vari motivi. Il primo è che una quota variabile tra l'85% e il 92% dei clienti utilizza il bagno mentre è al ristorante, e ciò significa che praticamente tutti transitano in questo luogo. Da qui la prima considerazione: il bagno deve essere accogliente, pulitissimo e sempre in perfetto ordine, ovvero bisogna:

- considerare il bagno come facente parte del ristorante; l'errore principale è proprio quello di considerare la toilette come "servizio" e non come "sezione del ristorante". Il bagno deve essere un tutt'uno (progettazione, design, stile, eccetera) con il locale. Anzi: qui occorre spendere di più rispetto al resto del locale e anche con più attenzione;
- dedicare almeno due "ripassi" durante il servizio: è importante che durante ogni servizio vi sia una persona che si occupa del riordino del bagno e della sua veloce pulizia.

Altra considerazione: il bagno entra sempre nella sezione dei ricordi, nel bene e nel male, e ciò accade quando il bagno non è standard, non



è “normale”. Chi può presentare ai propri clienti un bagno speciale per arredamento o ampiezza, servizi o immagine, sarà menzionato sempre per questo particolare. All’opposto, chi avrà un bagno di scarso livello e poco pulito sarà anch’esso ricordato, ma negativamente.

Ecco alcune idee per far diventare le toilette strumenti di marketing:

- le pareti: la toilette è un luogo dove può capitare ai clienti di trascorrere un po’ di tempo. Perché non dar loro qualcosa da vedere? Una parete ricoperta da una cartina del territorio dà non solo un’informazione al cliente, ma stimola in lui anche altre visite nell’area. È anche possibile differenziare la comunicazione tra le toilette per signori e disabili. Nel primo caso sopra il wc - a visione diretta - si possono collocare informazioni su appuntamenti speciali del locale o sugli orari; nel secondo caso le informazioni sui muri (le medesime) vanno collocate sopra la carta igienica. A ognuno la visione ottimale;
- le porte: comodamente seduti è più facile leggere. Perché non usarle per comunicare? Il retro della porta, lato wc, è ideale per raccontare la storia del locale, segnalare promozioni, eventi e appuntamenti speciali;
- gli specchi: in questo caso non informazioni ma “cornici” inserite negli specchi, ad esempio per Natale un adesivo natalizio a forma di ghirlanda, ma anche orchidee appese agli specchi.

Ma “marketing” significa prestare attenzione anche ad altri aspetti:

- saponi multipli: non un solo dosatore in pack da discount, ma almeno un sapone tradizionale maxi e alcune saponette monodose, due dosatori in confezione anonima con le indicazioni delle fragranze;
- salviette di vario genere: l’ottimale è fornire al cliente la possibilità di scegliere tra asciugamani elettrico ad aria, salviette di carta, di stoffa e salviette igienizzanti monouso;
- luce, luce, luce: ciò che è ben illuminato indica pulizia, mentre i luoghi un po’ bui sono associati alla scarsa pulizia. Quindi, non risparmiare sulla luce (e sulla pulizia!). ✱

Da evitare

1. Profumazioni eccessive

- entrare in una toilette e sentire fortissimi e persistenti profumi, ad esempio quelli aldeidici di tipo floreale, crea noia più che piacere. Oltre a creare fastidio, il profumo eccessivo in bagno fa nascere nel cliente un particolare pensiero: “tanto odore può servire solamente per nascondere molta puzza”.

2. Il silenzio assoluto

- un sottofondo musicale, in bagno, è sempre gradito dai clienti. Si sa, il bagno serve per precise esigenze e, a volte, possono nascere anche dei rumori che mettono in imbarazzo il cliente. Con una musica di sottofondo garantiamo al nostro ospite una privacy totale.

3. Solo asciugamani elettrici ad aria

- l’obbligo imposto da molti ristoratori di doversi asciugare le mani solo ed esclusivamente con l’aria calda può andare bene in una toilette degli autogrill ma non in quella di un ristorante. Se si mette questo asciugamani ad aria, serve anche mettere a disposizione le classiche salviette, di stoffa o carta.