Diventare un barman di successo? I consigli del numero di ottobre di Mixer

screenshot-3-8468a469

[caption id="attachment_113514" align="alignleft" width="231"]DAVID MIGLIORI DAVID MIGLIORI[/caption]

Se qualcuno potesse leggere nella mente dei clienti per conoscerne in anticipo richieste e desideri, quest'uomo sarebbe milionario e felice. Non potendo contare su questi superpoteri bisogna muoversi a vista, azzardare, immaginare, e sperare che le scelte in termini di prodotti, di arredamento, di idee e proposte siano apprezzate dagli avventori.

Non si tratta, per fortuna, di muoversi ad occhi chiusi in un mondo inesplorato. Ci sono sia la conoscenza diretta dei propri clienti che le esperienze altrui da cui prendere esempio e ispirazione. E noi di queste storie cerchiamo di raccontarne il più possibile.

Quest'anno abbiamo provato a fare qualcosa di più. Abbiamo commissionato ad una importante società di ricerca specializzata nel nostro settore (TradeLab) uno studio in esclusiva per capire cosa desideri il cliente del 2016 e quali siano le sue esigenze/richieste quando entra in un locale, che si tratti di un bar, una pizzeria, un ristorante o di qualsiasi altra formula di pubblico esercizio.

Non pensiamo che una ricerca possa sostituirsi al "fiuto" e al sesto senso del gestore, ma che gli spunti e i dati possano essere tradotti in nuove idee ed attività. E questo vale sempre, sia per un pub come per una piadineria, per un ristorante che punta ad un target alto come per una pizzeria da asporto, per un locale nel centro di Roma come per uno in un piccolo paese in montagna. Alcune importanti informazioni le abbiamo presentate a Roma il 12 settembre durante il convegno organizzato per i nostri 30 anni di attività e ora, mese dopo mese, condivideremo queste informazioni sul giornale con approfondimenti dedicati.

L'articolo introduttivo fornisce qualche prima linea guida per conquistare i clienti. La cosa che più viene richiesta al gestore è l'autenticità. Che siano a caccia di un caffè, di una pizza o di una cena, i clienti chiedono sincerità e concretezza.

Tra i trend su cui si mostrano particolarmente attenti ce ne sono alcuni legati fra loro: l'artigianalità dell'offerta, il tema del benessere, l'attaccamento alle proprie radici. Sono tutte voci, se ci pensiamo bene, che attengono alla qualità di quello che si consuma. E questo vale un po' per tutto quello che si propone, vale per la scelta della miscela di caffè, come per gli ingredienti di una pizza o i prodotti alla base dei piatti di un ristorante. E, per evitare che questi concetti restino spunti teorici, ci siamo sforzati di tradurli in consigli pratici per i gestori.

Affrontiamo con questo stesso taglio pratico anche la nuova legge sugli sprechi alimentari, segnalando gli adempimenti fiscali e burocratici da conoscere. In ogni caso, a meno che la burocrazia non ci metta la mano, la parola d'ordine della legge è "semplificazione degli adempimenti".

Con l'approfondito articolo sul cibo di strada torniamo ad uno dei concetti espressi all'inizio: non limitarsi a raccontare ma fornire consigli e dare la possibilità di ispirarsi a chi "ce l'ha fatta". E sulla stesso linea d'onda si trova 'ambizioso articolo che pretende di spiegare "Come diventare barman vincenti". E i consigli li abbiamo chiesti agli unici titolati a darne, ossia chi il successo lo ha ottenuto davvero...