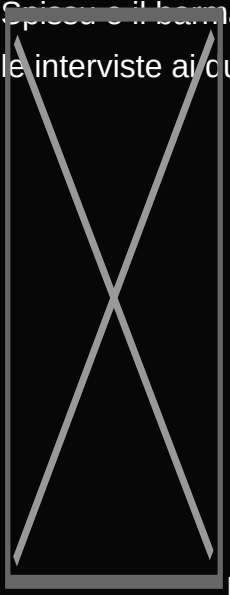
Così si entra in empatia con il cliente

morelli-cd89ec58

Per emergere come barman non basta più conoscere la storia e le tecniche di miscelazione, di presentazione e di servizio (nozioni indispensabili, certo, ma non sufficienti). Oggi è necessario pure padroneggiare le strategie di comunicazione che contribuiscono a creare una relazione empatica con il cliente. In questa logica il fondatore e formatore della Coach Academy Giovanni Spissu e il barman Fabio Morelli, da due anni bartender resident del Davai Milano, hanno ideato un seminario che insegna come entrare in sintonia con il cliente. “Il corso dura due giorni e offre insegnamenti utili sia per i barmanager impegnati a motivare i propri dipendenti e a conquistare nuovi avventori, sia per i giovani barman che vogliono investire sulla propria formazione per migliorare e crescere”, commenta Matteo Rettagliati, barman della FBS di Roma da tre anni nonché allievo del seminario di Giovanni Spissu e il barman Fabio Morelli. Volete anche voi scoprire l’ABC per conquistare il cliente? Leggete le interviste ai due curatori del seminario!



IL PUNTO DI VISTA DEL BARMAN

3 domande a Fabio Morelli

Partiamo dall’inizio. La clientela in quali macrocategorie si può suddividere?

Due: il cliente fedele e quello occasionale. La bravura del barman risiede proprio nel capire subito come conquistare il nuovo avventore per fidelizzarlo.

E come si fa?

La prima regola è presentare bene il proprio menù. Mi spiego: se un cliente ordina un Moscow Mule, gli chiederò se lo desidera classico o rivisitato, spiegando le differenze. Bastano poche domande per individuare il tipo di palato del nostro cliente e la sua conoscenza del mondo del bere miscelato.

E quali sono le strategie per fidelizzare un nuovo avventore?

Primo passo, individuare gusti e desideri del cliente. Per chiarirmi: se una persona mai vista prima si presenta da sola, è necessario chiedersi se vuole solo un drink o se invece è lì per scambiare anche due chiacchiere. Se è in cerca di conversazione, al momento dell'ordinazione o del servizio al tavolo sarà lui a farvi qualche domanda. E poi, per creare empatia è utile memorizzare non solo i suoi gusti ma, eventualmente, anche il nome. Infine è importante renderlo protagonista.



IL PUNTO DI VISTA DEL COACH

3 domande a Giovanni Spissu

Come si fa a fidelizzare il cliente?

Oltre alla qualità del servizio, a fare la differenza sono l'accoglienza e l'autenticità. Ovviamente le persone consapevoli e soddisfatte di sé producono migliori risultati ed entrano più facilmente in empatia con gli altri.

Come si fa a raggiungere la consapevolezza di sé e del proprio talento?

La consapevolezza passa dalla conoscenza di noi stessi e delle nostre reali passioni. Per sviluppare il talento occorre infatti essere mossi da una motivazione profonda, intrinseca e sincera che è indispensabile per amare anche i sacrifici e le rinunce dovute al lavoro.

Questa motivazione intrinseca è innata o si può conquistare?

Si può conquistare, ma solo se il soggetto in questione ha individuato uno scopo professionale chiaro e ha una visione di sé orientata al futuro.