Customer satisfaction per aumentare i guadagni

aumenta-i-guadagni-1-88b2ac6b

Oramai è risaputo, la soddisfazione del cliente ha un ruolo preponderante per guidare le scelte di gestione di un ristorante e per favorirne i guadagni. Da anni molte aziende puntano alla soddisfazione del cliente ma non sempre a quella massima, e questo, oggi più che mai, potrebbe costituire un errore. Qualche tempo fa la *Harvard Business School* ha condotto uno studio che ha visto analizzati gli elementi di successo di Starbucks. L'analisi ha evidenziato, tra l'altro, cosa comportasse per l'azienda "generare" **clienti soddisfatti** oppure **clienti altamente soddisfatti**.
Questi i risultati:
• il cliente soddisfatto visita il locale Starbucks 4,3 volte al mese, spende $ 4,06 e rimane fedele per 4,4 anni;
• il cliente altamente soddisfatto visita il locale Starbucks 7,2 volte al mese, spende $ 4,42 e rimane fedele per 8,3 anni.

T RIAMO UN PO' LE SOMME!



Il **cliente soddisfatto** di Starbucks spende $ 209,50 l'anno e vale $ 921,78 nell'arco del suo "ciclo di vita".
Il **cliente molto soddisfatto** di Starbucks spende $ 381,89 l'anno – l'82% in più all'anno – e vale $ 3,169,67 nell'arco degli 8,3 anni.
The pot of gold è rappresentata indubbiamente dalla categoria **altamente soddisfatto**.

Ottenere un “vertiginoso” aumento delle vendite, pertanto, seguirà una ricetta molto semplice: puntare alla **massimizzazione della soddisfazione del cliente**.
Come suggerisco ad ogni mio discente durante il mio corso di *Restaurant Revenue Management*, personalizzando sempre esempi e soluzioni, la chiave del successo di un locale risiede nell’intessere una **strategia mirata al completo riconoscimento, da parte del cliente, del valore del proprio ristorante** intorno alla quale possa gravitare l’intera l’azienda. Una strategia di questo tipo nasce dal domandarsi “*come essere*” piuttosto che “*cosa fare*”, da una puntuale analisi del target di riferimento e dalla valutazione dei diversi aspetti dell’*arte della vendita* tipici del proprio locale.