Acquisire e fidelizzare i clienti con gli eventi emozionali

Nonostante la capillare diffusione del digitale nelle nostre attività quotidiane, tutte le ricerche evidenziano un bisogno crescente di interazione reale, una necessità di contatto, di esperienze vere, fisiche, concrete, da vivere con altre persone. Il bar è il luogo perfetto per avviare e coltivare questi contatti umani, perché luogo sicuro e rilassante dove passare momenti piacevoli con amici e famiglia, dove ri-connettersi con gli altri, dove scambiare opinioni, dove parlare ed ascoltare.

IL BAR COME CASSA DI RISONANZA DI UNA COMUNITÀ



Il bar è anche luogo integrato in una comunità, e quindi deve sempre essere all’ascolto delle esigenze e delle idee che nascono a livello locale: se la comunità sarà animata da un evento, il bar dovrà partecipare come luogo di risonanza per quell’evento, sia una sagra, una ‘notte bianca’ (quelle serate organizzate ad esempio dalle Camere di Commercio locali, in cui tutti i negozi sono aperti anche fino a notte inoltrata), o un’altra attività ricreativa organizzata dagli enti locali, come carnevali, concerti, maratone, sfilate storiche, infiorate e così via. Chi dirige il bar deve essere focalizzato sul calendario delle iniziative locali, per proporsi alla clientela come luogo ideale per godersi l’evento, stando insieme e consumando. Cassa di risonanza significa adattare la propria offerta temporaneamente perché si conformi e si integri con l’evento, ad esempio proponendo dei prodotti alimentari specifici rispetto al tema della sagra (Pranzo con polenta? Aperitivi con acciughe fritte? Rinfreschi per gli sportivi? Aperitivo in maschera?), o offrendo le proprie vetrine per dare comunicazione dell’evento, accogliendo poster, materiali promozionali, o ancora agendo con la comunicazione interpersonale per far partecipare i clienti all’evento stesso, in modo da garantirne la riuscita. Feste patronali, rievocazioni di eventi storici, fiere a tema, sono **tutti eventi locali da**

sfruttare per rendersi protagonisti della festa, per fare in modo che il vostro locale sia il luogo designato per fare una pausa, senza uscire mentalmente dal tema della festa, ma continuando quell'esperienza in modo piacevole e simpatico, ritrovando gli stessi colori, le stesse decorazioni, un *filo rouge* che non spezzi l'esperienza, ma anzi la sostenga e la moltiplichi.

[caption id="attachment_167712" align="aligncenter" width="640"]



Più tempo si passa sul web, più si percepisce il bisogno di socializzare, per questo gli eventi emozionali al bar risultano una strategia da provare[/caption]

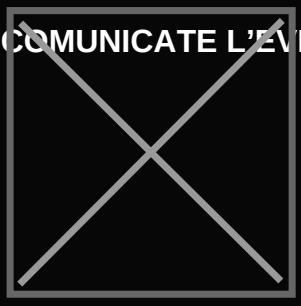
QUALCHE SUGGERIMENTO…



Ovviamente gli eventi si possono anche costruire da soli: ad esempio **se il vostro è un bar per aperitivi, e fa servizio dopocena**, se lo spazio lo consente, sarebbe interessante creare un intrattenimento musicale, dal vivo o meno, con serate a tema, dove magari si possa anche ballare. **Se fate servizio di tavola calda**, l'avvicendarsi delle stagioni può essere un

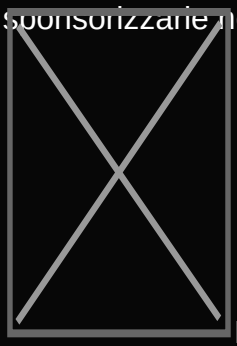
tema per organizzare degli eventi, in cui si possa annunciare il cambio del menù, l'arrivo di qualche ingrediente speciale della stagione, che poi utilizzerete per la creazione di qualche pietanza o drink. Facciamo un esempio. È arrivata la stagione dei pomodori? Potreste organizzare un aperitivo a tema Bloody Mary, con delle pizze rosse da tagliare a quadretti, e insalate di pomodorini, salamini, pinzimonio con salsa ketchup, e quant'altro, tutto all'insegna del rosso: i vostri clienti forse il Bloody Mary non l'hanno mai assaggiato, potrebbero apprezzare la novità e fare un'esperienza piacevole – sempre all'insegna dei 5 sensi. **Il vostro bar è in una cittadina universitaria?** Settembre allora è il mese ideale per fare un evento di 'welcome back', poiché ricominciano i corsi e gli studenti saranno di nuovo a fare le lezioni. Sicuramente le prime settimane sono l'occasione giusta per far festa e ritrovarsi con gli amici dopo il break estivo: approfittatene per essere il posto giusto dove festeggiare questo momento, e siate quindi i complici perfetti per questi giovani che hanno voglia di bere in compagnia. Avete **un bar davanti ad un bel panorama, o uno scorcio di mare?** Potreste creare un evento giornaliero, approfittando del romantico tramonto che si prepara di fronte al vostro locale ogni giorno, soprattutto d'estate. Rendetelo un evento, altrimenti sembrerà un tramonto come un altro. Non scrivete più 'happy hour' sulla lavagna davanti al locale, scriveteci 'tramonto con Spritz, focaccia (ed eventuale bacio) a 9 euro', perché bisogna trasformare l'occasione in un evento esperienziale, per cui la focaccia ci vuole. Avete **un bar con clienti 'turisti'?** Realizzate un piccolo menù a parte per loro, fategli un evento speciale nel menù: una degustazione di aperitivi locali (taralli, salamini, caciocavallo, oppure un minirisottino giallo? Di prodotti locali e sfiziosi ce ne sono in ogni città…), un bel calice di vino locale, e non dimenticate un po' di spiegazione e informazioni su quello che stanno per assaggiare.

COMUNICATE L'EVENTO PRIMA… E DOPO



Tenete a mente che ogni evento che realizzate deve essere sponsorizzato in anticipo nelle vostre vetrine, sulla vostra lavagna fuori dal locale, sulla vostra pagina Facebook / Instagram, in modo da invitare i clienti nel giorno stabilito. Inoltre, le fotografie ed i video che farete dell'evento sono i contenuti ideali per animare la pagina Facebook o Istagram del bar per qualche giorno, dando rilievo all'attività svolta, anche con coloro che non hanno partecipato, ma che magari lo faranno prossimamente. Non vi perdete di animo al primo evento, ci vuole un po' di tempo per farsi un'immagine di bar festaiolo e simpatico, la clientela si deve fidare delle vostre capacità. Volete

stimolare la vostra creatività in fatto di eventi? Fate un gruppetto con 3 o 4 dei vostri dipendenti o amici e insieme buttate sul tavolo una decina di idee per degli eventi semplici, poi approfondite le modalità con cui sarebbe bello realizzarle, e mettete anche qualche soldino a disposizione per sponsorizzarle nelle vetrine e su Facebook, con la geolocalizzazione. Avrete un ritorno, garantito.



Roberta Parollo

Consulente senior e docente di marketing e comunicazione alla Business School del Sole24Ore, ha lavorato come Direttore Marketing in grandi multinazionali e come consulente strategico in grandi agenzie pubblicitarie. Autrice del Manuale di Gestione della Ristorazione della FIPE, si è specializzata nella consulenza per la creazione della migliore consumer experience nei pubblici esercizi.