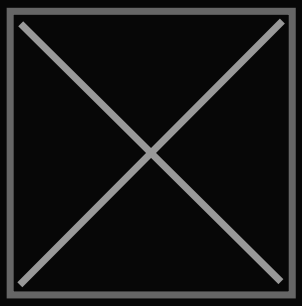
L'Editoriale di Mixer 322: Soddisfare tutti, sempre?

mixer-322-editoriale-c9015c90

Come è ormai tradizione, salutiamo l’anno vecchio e inauguriamo quello nuovo parlando di “momenti di consumo”, servendo sul tavolo dei nostri lettori un giornale dentro il giornale, un buffet colmo di articoli di approfondimento specificatamente dedicati ai principali appuntamenti di consumo nel corso della giornata, dalla prima colazione fino al dopo cena.

[caption id="attachment_159213" align="alignright" width="150"]  David Migliori[/caption]

La nostra potrebbe sembrare, a prima vista, una scelta retrò e obsoleta davanti ad un mondo del fuoricasa che punta a superare tutte le vecchie categorie e ogni rigidità. Un discorso che vale in primis per le formule di locali pubblici: cadono giorno dopo giorno le barriere che separavano i bar diurni da quelli serali, le formule take away da quelle standard, mentre le piadinerie, le gelaterie e le caffetterie tendono sempre più a fondersi, ad unirsi, a creare locali ibridi in grado di cambiare “abito” nel corso della giornata. Ma il tema del superamento delle vecchie rigidità vale ancor più se si pensa alle proposte che oggi vengono offerte ai clienti. Provo a spiegarlo meglio: in questo indistinto magma in movimento, la sensazione è di andare nella direzione di un mondo dei pubblici esercizi dove tutti debbano offrire tutto (caffè, pizza, pane, pranzi completi, cocktail raffinati..), in ogni momento della giornata (dall’alba al tramonto) e con qualsiasi formula (seduti al tavolo o in piedi al bancone, da asporto, con servizio di consegna a domicilio…).

A livello teorico, e guardando la trasformazione in atto solo dal punto di vista del cliente, sarebbe tutto bellissimo, una sorta di paradiso del consumatore, di paese dei balocchi in cui ogni desiderio possa essere sempre soddisfatto in ogni istante. Ma stiamo parlando di un mondo reale o siamo, per l'appunto, dentro una specie di favola
frutto dell'immaginazione?

Offrire tutto a tutti, e a qualsiasi ora, è una cosa possibile per pochi, pochissimi. Quasi per nessuno. Tanto più se il "faro guida" del proprio lavoro deve rispondere ad alcuni precisi imperativi: prodotti di qualità, servizio e professionalità impeccabili. Ad un tale livello di efficienza 24h possono aspirare forse solo alcune grandi catene che, per dimensioni ed economie di scala, possono garantire una buon livello di offerta e permettersi di avere un personale numeroso e di buon livello che comprende chef, bartender, ragazzi di sala, baristi e così via.

Ma per le piccole e media attività che costituiscono la forza e il "cuore" del nostro settore si tratta di una impresa irrealizzabile. Invece di impossibili voli pindarici, probabilmente è meglio essere realisti e dedicarsi a quel che ragionevolmente si è in grado di fare al meglio. Piuttosto che cercare di accontentare tutti, ma male, meglio accontentare solo alcuni, ma bene.

Questo si traduce, per essere pratici, in scelte precise. Scelte sull'offerta che si desidera proporre ai clienti: puntare sulle colazioni? Organizzare un servizio all'ora di pranzo? Azzardare una carta dei cocktail con un barman in grado di prepararli a regola d'arte? Tutto è possibile, ma il buon senso deve spingere a scegliere quello che si può fare davvero bene. Nulla esclude che si sia capaci di servire di prima mattina una varietà di colazioni sfiziose ed originali, magari soddisfacendo le nuove esigenze dei clienti salutisti, e nello stesso tempo, al tramonto, riuscire a proporre una ricca selezione di colorati cocktail. Nulla vieta di garantire un servizio al tavolo impeccabile e nel contempo lanciarsi in un sistema di consegne a domicilio efficiente e puntuale.

Ma qualsiasi ragionamento si faccia, nella scelta della propria offerta, non è possibile prescindere dai momenti di consumo sui quali si desidera puntare. Lavoreremo maggiormente di prima mattina o nelle ore dei pasti? Ha senso organizzarsi per la cena completa o è meglio concentrarsi su un più pratico aperitivo?

Serve una certa dose di intuito, uno studio della zona in cui si lavora e del tipo di clientela potenziale che frequenta la zona, una consapevolezza dei propri reali punti di forza e delle proprie capacità. Infine, come sempre, una bella dose di fortuna. Gli articoli che proponiamo ogni mese, e ancor più in questa occasione, servono ad aiutare a chiarire meglio i primi punti. Per la fortuna, beh, lo sanno tutti che aiuta gli audaci…