Come fare ad usare lo storytelling?

popsicle-1482979-640-279ad343

Lo storytelling rappresenta un'importante opportunità per i pubblici esercizi per raccontare il prodotto e i suoi componenti ad una generazione di consumatori sempre più curiosa.

1. Per prima cosa è importante rendersi conto che la qualità del gelato artigianale non è l'unico elemento che guida la percezione di qualità complessiva della gelateria e del bar: **gustare un gelato è una esperienza complessa fatta di tanti elementi, molti sono elementi emozionali**, non strettamente organolettici. Quindi la comunicazione del prodotto può fare molto per ampliare la percezione qualitativa, al di là del prodotto stesso.

2. Possiamo utilizzare i tanti strumenti di comunicazione che abbiamo a disposizione a costo zero: il nostro sito web, la nostra pagina facebook, le nostre vetrine, il nostro punto di vendita. E… il nostro personale di vendita, che è… parlante! Dobbiamo cominciare ad utilizzare tutti questi strumenti di comunicazione del bar e della gelateria in modo sistematico, dando ad ogni mezzo il suo messaggio chiave: il sito web si presta molto bene ad un racconto ampio, che si arricchisce anche di immagini (sono 'le figure' del vostro racconto… aiutano la comprensione e la memorizzazione dei particolari); la bacheca della vostra pagina Facebook si presta a legare le informazioni sugli ingredienti con eventi che li rendano emotivamente rilevanti: legate il racconto degli ingredienti alle stagioni, ai colori, agli eventi locali, alle festività, create una continuità fra ciò che accade intorno a voi e il vostro prodotto, per rendervi memorabili.

3. Dite anche quello che NON c'è nel vostro prodotto. Dite chiaramente quelle cose che NON usate, come additivi, addensanti, pre-lavorati industriali… i vostri clienti sono molto interessati anche a queste informazioni, e gli danno il giusto valore.

4. Raccontate di persona le informazioni, mentre servite il gelato, rispondete alle domande, **provate ad utilizzare il personale per trasmettere una emozione**, cercate di costruire una percezione qualitativa ed una relazione che vada oltre il vostro prodotto, per fare in modo di vendere una esperienza di consumo, e non solo un ottimo gelato.

5. Non mentite – mai! Se ricercate la qualità, fatelo veramente, altrimenti sfruttate altre leve strategiche, come la prossimità o il prezzo basso.

Lo storytelling degli ingredienti in gelateria