Fluo Party: esperienza per allargare la clientela

fluo-party-c75f4770

Lorenzo Allegrini, bar manager tra i soci fondatori del tartare cocktail bar **Nuda e Cruda di Milano**, racconta come ha allargato la clientela del locale con l'esperienza dei fluo party.

Qual è il bilancio delle serate?
Più che positivo sia per numero di presenze, che per tipologia di clientela e per atmosfera.

Che target hai avvicinato?
Grazie anche al richiamo che esercita Instagram sul target tra i 25 e i 30 anni, sono venuti molti giovani adulti radical chic con media-alta capacità di spesa.



A proposito, parliamo di scontrino. Consigli?

Per spingere i drink fluo io consiglio di proporli a un prezzo ridotto. Io, per esempio, li vendo a 8 euro, mentre i classici 10 euro.

Agli organizzatori della serata spetta un compenso fisso o una percentuale sull’incasso?
Dipende dagli accordi. Noi abbiamo pattuito una percentuale sull’incasso, una scelta che suggerisco perché riduce la voce delle spese.

Per concludere, secondo te ospitare cicli di eventi nel segno dei drink fluo aiuta la cassa?
Senza dubbio. L’importante è programmare con attenzione il calendario e replicare le serate con una

giusta cadenza. Se il party resta un evento isolato non si fidelizzano i clienti, ma se viene reiterato troppo di frequente il rischio è di stancare la clientela abituale. Insomma, ci vuole equilibrio.

2020, l’anno della riscoperta dei cocktail fluo

Cocktail Fluo: le ricette da provare