Format vincenti: cocktail, ostriche e cicchetti da Rufus Milano. Video

rufus-4-0a99a6a2

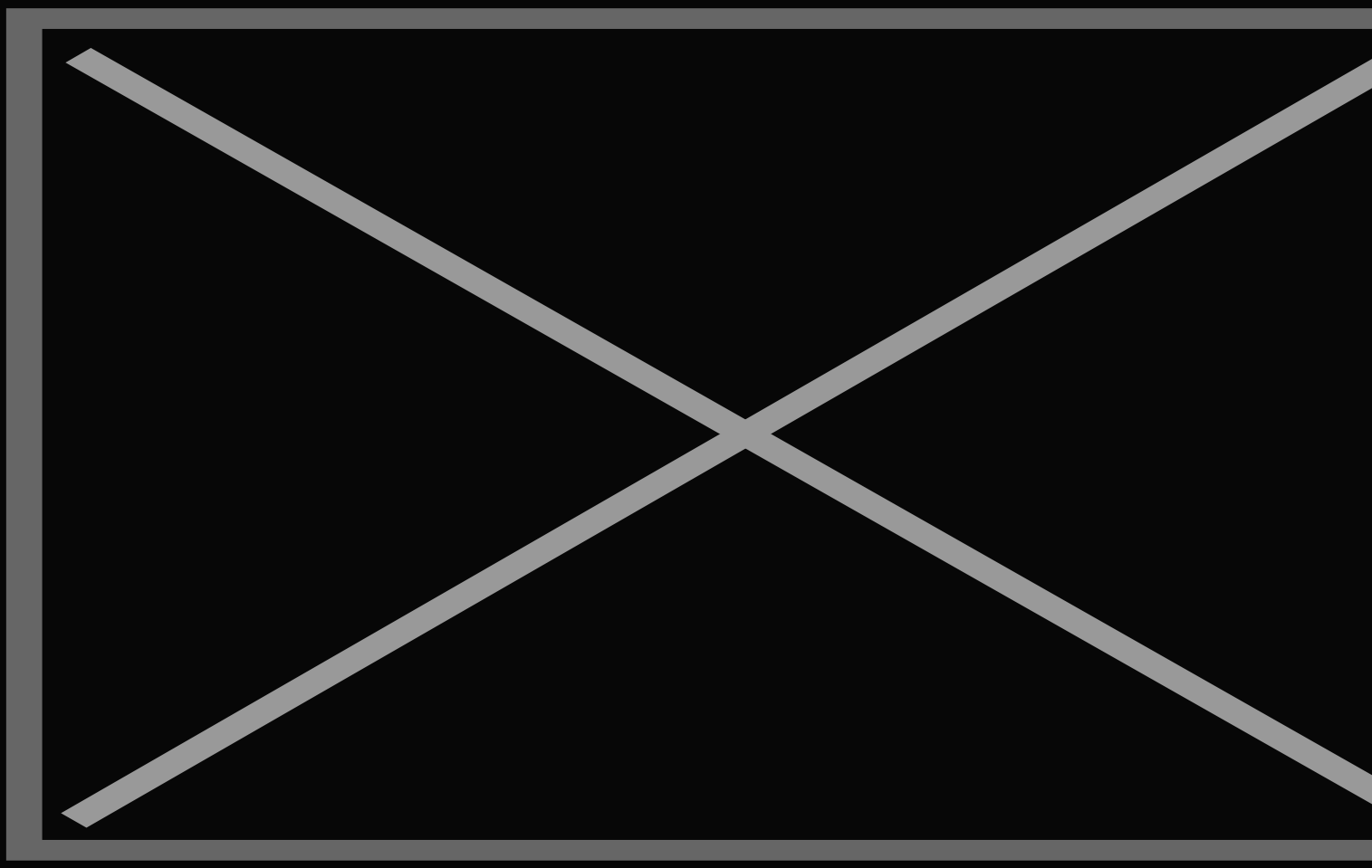
Rufus Cocktail Bar a Milano punta su una formula replicabile e vincente: drink originali e classici a 10 euro, ostriche e una selezione di 7 cicchetti a rotazione quotidiana venduti a tre euro l'uno.

RufusVa segnalato che Rufus ha aperto sei anni fa a Milano in un quartiere poco animato dal punto di vista dei locali, Conciliazione. E che ci ha messo pochissimo a diventare l'indirizzo di riferimento della zona. Tanto che oggi vanta una clientela eterogena, che va dai 25enni ai 50enni, fatta di gente del quartiere e di turisti.

GUARDA IL VIDEO, CLICCA QUI

RufusIl successo di Rufus è legato alla qualità dei prodotti e alla strategia alla base del progetto, che punta sul rinnovo costante e sulla ricerca incessante. Dalle parole ai fatti: oltre a cambiare i cicchetti tutti i giorni, qui pure la drink list - articolata in soli signature (ma i classici sono tutti disponibili)- si rinnova ogni 45 giorni.

RUFUS"Per non annoiare i nostri ospiti è utile studiare strategie atte a stupirli e mantenerne sempre viva la curiosità", chiarisce Alessandro De Luca. Come dargli torto?
Detto ciò, a proposito di menù, avete mai pensato di coinvolgere i clienti nella sua fase di definizione? Lo fa Alessandro De Luca per selezionare i nuovi cocktail in carta da Rufus. E in quell'occasione, grazie ai social, fa anche comunicazione, tra stories, post e reels.



Il suo metodo? Semplice: ogni ultimo lunedì del mese, De Luca coinvolge gli ospiti seduti al bancone in una degustazione in anteprima. E, di conseguenza, apporta eventuali modifiche ai drink. Un'idea da copiare, non trovate?