Il libro della settimana: Digital Food Marketing di Nicoletta Polliotto

Il lavoro del ristoratore oggi è andato oltre la semplice progettazione di un'offerta gastronomica: bisogna raggiungere lo stesso livello di raffinatezza anche con la comunicazione esterna, dalla realizzazione di un sito web funzionale al presidio dei canali social e delle recensioni, dalla gestione delle prenotazioni online alle relazioni con clienti e influencer. Nel corso di pochi anni il lavoro è cambiato radicalmente richiedendo forti competenze sul marketing, digitale e non. Per questo presentiamo oggi un libro che rappresenta una vera e propria guida a questo mondo: "Digital Food Marketing, guida pratica per ristoratori intraprendenti".



Scritto da **Nicoletta Polliotto**, esperta di food & restaurant marketing, e pubblicato da Hoepli lo scorso 6 aprile, si sta affermando come un manuale di grande valore per chi vuole modernizzare la gestione del proprio ristorante o intende aprirne uno da zero.

"Digital Food Marketing vuole essere un manuale di linee guida da sfogliare e applicare tutti i giorni - ci spiega Nicoletta Polliotto - un compendio di contenuti pratici che non vengono banalizzati ma spiegati con umiltà, una parola ricorrente in tutto il libro".

Il libro si propone di avvicinare il ristoratore, il foodies e il food marketer alle opportunità di evoluzione digitale del ristorante in Italia, un'attività ormai imprescindibile e da studiare con casi di studio, guide pratiche e interventi dei più noti personaggi del settore.

"Già oggi il 42% dei turisti sono food traveller - prosegue Nicoletta Polliotto - In un settore che ha raggiunto i 75 miliardi di indotto in spesa turistica nel 2017 si stima che 14 miliardi sono stati spesi in ristorazione e 12 miliardi in food shopping. Si tratta di un'opportunità enorme in cui il connubio tra questi due mondi che si alimentano reciprocamente, il food e il turismo, può rappresentare la chiave di volta del successo".

Il volume è suddiviso in 11 capitoli che toccano altrettanti aspetti della gestione digitale di un ristorante e della sua integrazione con le attività offline. 304 pagine condite da 22 casi di studio e 8 tra interviste e interventi di specialisti del settore. Si spiega come progettare l'offerta ristorativa, come creare un'identità di marca, come realizzare il sito web e come ideare un menù per poi entrare nella vera e propria strategia di marketing e creazione/diffusione di contenuti, la gestione dei social network, degli influencer e dei contenuti creati dagli utenti per concludere con le risposte alle due domande chiave del libro: come migliorare la propria reputazione online e come vendere di più grazie all'online.

Digital Food Marketing è disponibile su Amazon a 21,16 euro con copertina flessibile e a 20,99 euro in formato Kindle