

COMUNICARE SERIETÀ E SICUREZZA

Rileggo i consigli e i suggerimenti che vi ho dato nell'ultimo numero de *L'Arte in Cucina* e mi sembrano scritti da un'altra persona...un'eternità fa.

Non che non siano ancora validi, si trattava di concetti di base, applicabili sempre. A cambiare non sono i consigli, ma il contesto.

In poche settimane il mondo a noi noto è diventato un altro, le saracinesche si sono abbassate, i tavoli e le sedie impilati, le cucine chiuse...in attesa di potere ripartire. Oggi, a poche settimane dalla riapertura, cerchiamo di capire se e come possiamo continuare a comunicare.

I clienti hanno voglia di uscire, di riprendere a frequentare ristoranti e locali, lo dicono tutte le ricerche e i sondaggi, che trovate anche in questo numero. Ma quali saranno le loro scelte? Quali diventano le parole chiave della nostra comunicazione?

FIDELIZZAZIONE

È questo un tema cardine di tutte le attività di marketing e comunicazione e oggi più che mai sarà la chiave della nostra rinascita. I clienti frequenteranno con maggiore voglia quei locali che conoscono bene, che nel tempo hanno trasmesso loro fiducia e che, anche in queste settimane, sono riusciti a mantenere un contatto. Per questo non serve spendere tanto denaro, basta lavorare seriamente e compiere qualche azione per mantenere vicini i propri clienti. Prima di pensare a chi non verrà, ai turisti stranieri che mancheranno, pensiamo a chi c'è e potrà venire a trovarci. *Scriviamo ai nostri clienti*: mandiamo un messaggio, una mail, scriviamo un messaggio sui social. Facciamo loro sapere che ci siamo, che siamo aperti, magari con qualche tavolo in meno, ma sempre con la nostra qualità e la nostra capacità di accoglienza.



SICUREZZA

Una parola strana per la comunicazione? Non proprio. Rassicurare i clienti è la strategia di comunicazione di molte realtà imprenditoriali. Nella ristorazione questo concetto non era sempre così presente, oggi deve diventare il punto di partenza. I clienti devono sentirsi sicuri nel mio locale. E quindi realizziamo delle infografiche, dei cartelli, dei volantini, in cui comunichiamo loro cosa abbiamo fatto per rendere il nostro locale sicuro per loro (e anche per i nostri dipendenti e fornitori). E cosa facciamo ogni giorno. Un manifesto nei bagni, per esempio, che rassicura sulle norme igieniche applicate, può fare la differenza.



ORDINE E PULIZIA

Vi sembreranno termini strani in questo contesto, ma mai come ora un locale ordinato e pulito comunicherà per voi.

Sarà la testimonianza che sapete rispettare la vostra salute e quella dei vostri clienti. Accoglieteli quindi con un sorriso, in un ambiente pulito, con il personale in ordine e rispettoso delle regole. Nessun eccesso di zelo, ma nemmeno trascuratezza. La pulizia diventerà uno dei vostri temi di comunicazione.

Questa non è e non dovrebbe essere una novità, ma troppo spesso la trascuratezza ha caratterizzato una certa ristorazione. Rendiamo questo momento complicato un'opportunità, imparando a migliorare noi stessi.

RECENSIONI ON LINE

Spesso trascurate e dimenticate, le recensioni online diventano ancora più importanti. Chi sceglierà un locale, se già non lo conosce, darà loro ancora più valore. E quindi non dimenticate di rispondere sempre, con un tono di voce misurato e non critico. Pensate bene alla risposta, perché attraverso un semplice 'Grazie', o una spiegazione di un piatto state costruendo un piccolo passo verso la vostra rinascita.

SITO WEB E SOCIAL MEDIA

Chi non aveva un sito o dei canali social ben sviluppati se ne è probabilmente pentito in questi lunghi mesi. La comunicazione via web è stata per molti una valvola di salvezza, la modalità per continuare a dialogare con i propri clienti, proponendo contenuti e preparandoli al ritorno. Per tanti è stata l'occasione di sistemare questi canali di comunicazione, di rividerli, di creare piccoli e-commerce per il delivery. Ricordate che tutto va fatto seriamente, mantenendo un approccio distintivo che racconta la vostra storia e il vostro locale.



Francesca Bodini

Esperta di strategie di comunicazione e di formazione aziendale.