

Barman, alla FBS di Roma si impara (anche) a fidelizzare il cliente

20161208-034403-0d69d89d

Arriva un **seminario dedicato all'arte del bartending** dal taglio assolutamente inedito. Perché il corso, oltre ai segreti del mestiere, insegna le strategie per entrare in contatto con il cliente, metterlo a proprio agio, ascoltarlo e fidelizzarlo. Un percorso formativo teorico e pratico che aumenta la competenza, rafforza la capacità di entrare in empatia con il consumatore e non trascurava l'aspetto storico e le nuove tendenze. È l'interessante seminario **ospitato dalla FBS di Roma il 12 e 13 dicembre, dalle 10 alle 15**, a cura del fondatore e formatore della *Coach Academy Giovanni Spissu* e del barman **Fabio Morelli**, da due anni bartender resident del *Davai Milano* (flagship bar di **Russian Standard**), precedentemente al *Soho House Berlin*.

Oggi una **buona formazione** è quella che divulga non solo la storia e le tecniche di miscelazione, di presentazione e di servizio (indispensabili, tuttavia non sufficienti), ma anche le strategie di comunicazione che contribuiscono a creare una relazione empatica con il cliente, partendo dalla fase di consapevolezza di sé e del proprio talento. Perché **per fidelizzare la clientela non basta offrire cocktail di qualità**. Per quanto essenziali, ormai è indispensabile capire pure che cosa interessa al cliente. Il che, concretamente, significa mettersi nei suoi panni. Non sono solo parole. Certo, è più facile a dirsi che a farsi.

[fabio morelli](#) Prendiamo due situazioni tipo (ma i casi sarebbero infiniti). Il vostro avventore è un appassionato in cerca di una degustazione a tutto tondo? O magari frequenta il bar per il piacere di scambiare due chiacchiere? Insomma, in un mercato sempre più competitivo e in continuo cambiamento, la conquista di una clientela fissa va oltre la vostra abilità pratica e sconfina nella vostra sensibilità psicologica.

Ecco perché **questo corso di due giorni è molto utile per chi** desidera accrescere il proprio bagaglio culturale in fatto di mixology e apprendere le strategie per conquistare i clienti senza trascurare l'aspetto storico e le nuove tendenze.

INFO PRATICHE:

Il contributo di partecipazione è di 160 euro.

*Al miglior “allievo” sarà offerto uno stage di sette giorni nel Davai Milano e un tour bar nei locali partner di **Russian Standard**.*

Facebook: [clicca qui](#)