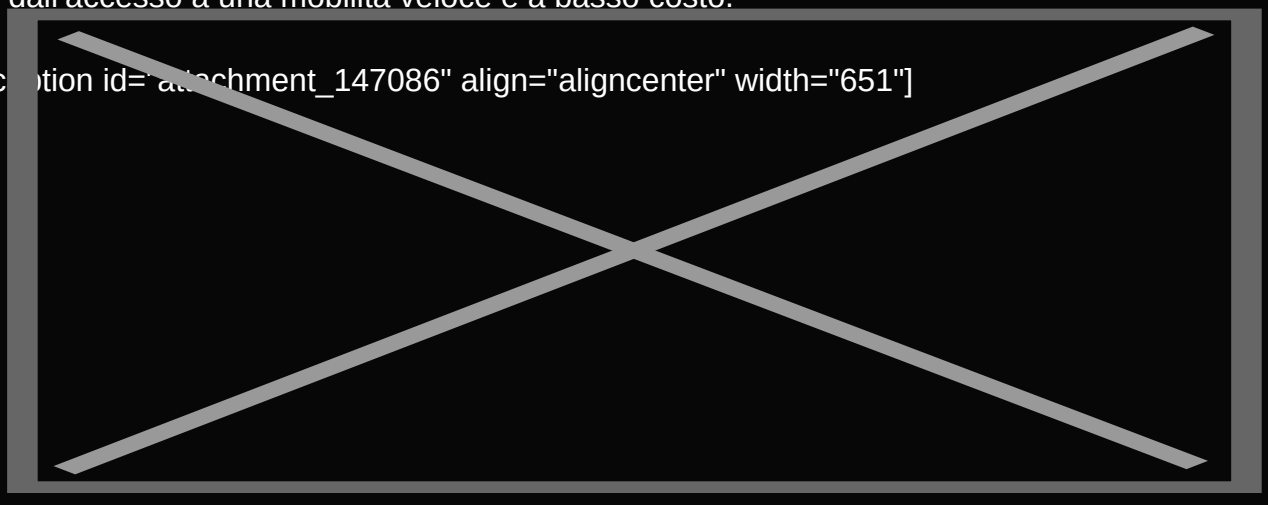
Bartender 3.0: l’importanza delle Risorse Umane e dell’H2H nell’era digitale

people-2592338-1280-fb620ede

Il mercato del food&beverage sta cambiando in base a nuove regole dettate dalla realtà digitale, che connette le persone ma solo virtualmente, accresce aspettative, influenza i gusti e le opinioni, vuole tempi sempre più veloci e qualità nei prodotti e nei servizi erogati. A interpretare e rispondere a queste nuove sfide, Marco Ranocchia, che da più di 27 anni guida l’Ateneo di riferimento nella formazione di bartender e bar manager di successo.

Cosa è cambiato nel mercato relativamente al mondo food&beverage?
Negli ultimi anni, abbiamo assistito a un cambiamento “evolutivo” nel settore che ha stabilito nuove regole di mercato, con nuovi attori, nuovi scenari e quindi nuove regole e necessità alle quali far fronte. Dopo anni di tendenze sfavorevoli ci troviamo in una condizione di assoluta positività: i consumi stanno crescendo per un mercato che possiamo definire, senza ombra di dubbio, “vivo”. Protagonista assoluto di questo cambiamento è il consumatore: più esigente, più “erudito” e in grado di poter confrontare e valutare l’offerta in termini di prodotti e locali, supportato dalle nuove tecnologie e dall’accesso a una mobilità veloce e a basso costo.

[caption id="attachment_147086" align="aligncenter" width="651"]

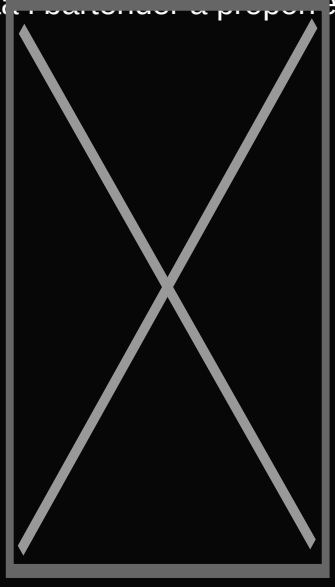


Il Team

Planet One a TUTTOFOOD 2015[/caption]

Come hanno influito le nuove tecnologie sul “nuovo consumatore”?

Ci troviamo nell’era digitale, dove la rete offre una comunicazione veloce e la possibilità di costruire un’opinione o un’esperienza attraverso quella di altre persone. Pensiamo ad esempio alle piattaforme che raccolgono le valutazioni della clientela sui locali, attraverso la condivisione di commenti su location, servizio e qualità dei prodotti. Si genera, così, una nuova percezione dove la “qualità” si basa sull’esperienza di chi ha frequentato quel locale prima di noi. È quello che possiamo definire “street style”, ovvero una spinta al cambiamento che arriva dal “basso”, che detta nuove regole alle quali dobbiamo far fronte riuscendo a sfruttarne anche le opportunità. Dati alla mano, oggi la popolazione attiva, compresi i nativi digitali, nel nostro Paese è più del 50% del totale, circa 39 milioni di persone, che ogni giorno frequentano attività del food e del beverage. Sono clienti che, abituati alla “ varietà e alla velocità digitale”, ricercano la stessa varietà e immediatezza nella reperibilità dei prodotti. Questo uno dei motivi per cui Industria e Distributori fanno a gara per creare e immettere una grande varietà di prodotti di consumo di Alta Qualità; questa la spinta che porta i bartender a proporre varietà e qualità nell’offerta dei propri locali.



[caption id="attachment_147084" align="alignleft" width="168"] Marco

Ranocchia[/caption]

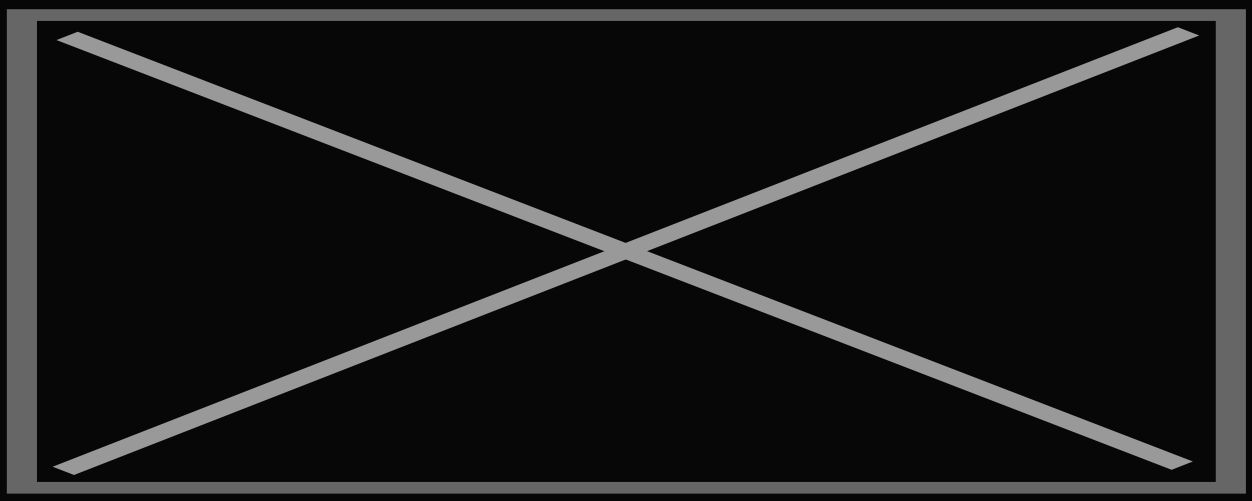
In che modo, la formazione, può creare opportunità all’interno di questo nuovo sistema di mercato

Per capire l’importanza della formazione in questo nuovo sistema, bisogna innanzitutto definire alcuni concetti chiave: i nuovi player del sistema sono i consumatori e i distributori mentre gli attori principali nell’attività di vendita sono camerieri e bartender. Ai primi viene affidata la maggiore responsabilità del

servizio e quindi dell'attività di vendita, poiché sono loro a interfacciarsi e a interagire fisicamente col cliente finale, così come i bartender, che con la vendita al banco, si rapportano con la clientela divenendo il ponte che congiunge domanda e offerta. In risposta alle nuove regole che si sono delineate, la proposta in termini di formazione del personale deve necessariamente orientarsi su tre livelli principali: strategia, metodo e capacità emotiva. La strategia è orientata a formare figure in grado di coordinare tutti gli aspetti di un'attività di vendita ovvero gestione del locale in termini economico-finanziari, delle risorse umane e della menu engineering. Il metodo deve offrire i mezzi necessari a formare professionisti del settore competenti e sempre aggiornati. La capacità emotiva, invece, deve essere "educata" rafforzando la capacità di comunicare col cliente: è questa una delle leve più importanti che riesce a contrapporsi al digitale, perché è data dal rapporto umano, dalla connessione reale tra bartender e cliente, che nessuna App o piattaforma digitale può comparare. Parliamo di quello che viene tecnicamente definito **H2H** (Human to Human).

Planet One e l'offerta formativa 3.0, in cosa consiste?

Planet One è ormai da più di 27 anni il principale network del Bartending, questo perché abbiamo saputo ogni volta affrontare e accettare il cambiamento, trovando e sfruttando sempre le opportunità legate alle nuove esigenze del mercato. Oggi siamo in grado di offrire una formazione in linee con i nuovi trend, in grado di fornire skills su strategia, metodo e rafforzamento della capacità emotiva (**H2H**), in percorsi innovativi e attraverso strumenti che rappresentano un valore aggiunto. Le nuove proposte si concentrano sugli elementi che creano opportunità e che risultano attraenti per il mondo del lavoro, come ad esempio il saper lavorare in gruppo, avere una solida competenza tattica (e con questo intendo la capacità professionale primaria del bartender intesa come miscelazione, conoscenza delle materie prime, ecc.), ma anche il saper vendere. In questa new era non basta essere bravo: bisogna essere bravo ma anche saper vendere. C'è la necessità di saper interagire con il pubblico in maniera da poterne sfruttare tutte le opportunità, creare sintonia e rapporti reali da contrapporre a realtà virtuali.



Il mercato del lavoro, in linea con le nuove necessità della clientela, è più esigente. Quali sono i plus per un bartender che vuole emergere?

Saper vendere, sapersi connettere emotivamente alla clientela sono i plus che, se aggiunti ad una solida preparazione tecnica, fanno di un bartender, un bartender di successo. C'è da dire che, oltre all'essere bravi e a saper vendere, oggi, è altrettanto importante sapersi presentare nel migliore nei modi per avere, lavorativamente, una chance in più. Planet One è in grado di offrire Master riconosciuti per tutte le attività e le aree operative legate al bartending, proponendo una formazione completa oltre a stage curriculari, supporto nella stesura del curriculum vitae, masterclass di aggiornamento professionale, eventi e competizioni di settore (ndr. Quinta Essentiae Competition).

Planet One e i nuovi Master Specialist Bartender