Tornare in pista più velocemente con i Social Media

in-pista-con-i-social-1-b6a6e47e

Non è *business as usual*, di sicuro. Mentre scrivo questo articolo sono appena state definite da INAIL e ISS le regole per la riapertura dei pubblici esercizi, e quindi ci stiamo preparando a tornare in pista con i clienti. Ovviamente questa situazione non ha smesso di preoccupare, e c'è molta ansia, giustificata sia per gli imprenditori come voi, che temono per i propri fatturati futuri (quelli dei mesi scorsi se ne sono proprio andati…) e per il tipo di servizio che riusciranno a fare, con tutte queste regole; ma anche i vostri clienti, sono giustamente dubbiosi: sono certamente desiderosi di tornare al bar, ma non sanno assolutamente a che tipo di esperienza di consumo andranno incontro.

I CLIENTI TORNERANNO DA NOI COME PRIMA?

Questa è la grande verità che incombe sulla riapertura: non sappiamo se la gente tornerà, nonostante possa farlo, e neppure se, dopo aver provato le nuove condizioni di consumo, tornerà ancora. Saranno soddisfatti del nuovo modo di fruire dei nostri servizi? E questa incertezza non è solamente dei pubblici esercizi, ma domina le preoccupazioni di tutti i commercianti di prodotti e servizi. I vostri clienti si domandano se varrà la pena uscire di casa per andare a fare colazione al bar, se davvero potranno godersi un aperitivo con gli amici, se andare a mangiare a pranzo con i colleghi sarà ancora piacevole, se il caffè del pomeriggio sarà una pausa rigenerante come è sempre stato.

I CONSUMATORI HANNO BISOGNO DI RASSICURAZIONI E DI DESIDERARE



Bisogna parlare a viso aperto con i nostri clienti: dobbiamo abbassare la loro percezione di rischio, dobbiamo informarli bene sulla nuova situazione del servizio, e sulle novità che

abbiamo messo in campo. Bisogna assolutamente puntare sulla positività, sulle soluzioni, sulle novità simpatiche e belle che avete pensato di applicare, per migliorare l'esperienza di consumo che al momento è possibile fare.

Nessuno di loro vuole sentire parlare di quello che non c'è più: sono allo stremo morale, vogliono venire nel vostro locale e ritrovare un po' di quello che c'era prima, rilassarsi e divertirsi, stando in compagnia; sapere di trovare un caffè e un cappuccino eccellente, in una cornice cordiale e carina, riscoprire un posto della loro quotidianità, cambiato, ma insieme sempre lo stesso.

Un esempio? Qualcuno ha annunciato di aver buttato via tutta la plastica monouso, e di aver investito in oggetti green e belli, per cui il *take away* sarà un piacere. Altri hanno investito in estrattori di succo e centrifughe, o creato nuovi prodotti, da consumare *on-the go*, o in ufficio (nuove ricette di panini e zuppe, nuove insalate, nuove paste fredde). Altri hanno disegnato contenitori green per la colazione o il pranzo in ufficio, con menù combo da portare via a prezzo fisso.

PERCHÉ INVESTIRE IN SOCIAL MEDIA IN QUESTO FRANGENTE?

Dovete sfruttare la possibilità di fare investimenti geolocalizzati: sono investimenti pubblicitari concentrati nel bacino commerciale con costi molto contenuti, nessuno spreco, massima efficacia, grande dinamicità. **E' esattamente quello di cui abbiamo bisogno adesso, per velocizzare la ripresa dei consumi, per riportare i clienti nel nostro bar**, velocemente. Avremo forse meno tavoli o sedute a disposizione, meno clienti potenziali in giro. La spinta, la programmazione e il monitoraggio degli investimenti di comunicazione e promozione del locale sui Social diventeranno indispensabili per massimizzare i fatturati.

LA RAPPRESENTAZIONE DELL'ESPERIENZA E DEL SERVIZIO

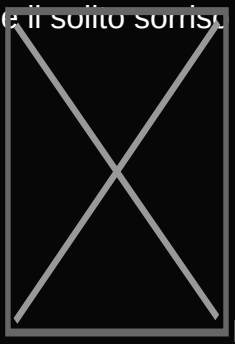


In questo momento particolare, i clienti saranno gioiosi di poter tornare, ma allo stesso tempo dubbiosi sulla fruibilità del servizio, sulle modalità con cui sarà erogato. Vorrebbero senz'altro prefigurarsi come sarà la loro esperienza. Informiamoli: sarà bene comunicare con chiarezza le modalità del servizio, come avete intenzione di mettere in sicurezza i clienti, quali sono i servizi che offrirete, come asporto, o consegne a domicilio, se ci saranno turni di servizio per il pranzo (se fate tavola calda, ad esempio), quali piatti saranno disponibili. Ognuno di questi temi merita un

post a sé. Concentratevi sul bacino commerciale di riferimento, residenziale e di uffici/aziende.

Rendiamo più sereni i nostri clienti potenziali e anche quelli ricorrenti: diamo loro un'idea precisa di come si troveranno nel nostro locale alla riapertura, anche con qualche fotografia gioiosa, dove non compaiano necessariamente solo dei tavoli vuoti o delle barriere di plexiglass, che non sono molto invitanti, e finiranno per scoraggiarli. Puntate a descrivere un'esperienza di consumo allettante, descrivete le situazioni piacevoli, gli aperitivi freschi, i tramezzini gustosi, **siate rassicuranti, positivi**: puntate su cosa ci sarà, e non su cosa mancherà, rispetto 'a prima'.

RISPONDERE E INTERAGIRE A LIVELLO VIRTUALE: FACCIAMOLO!
Le piattaforme di social network sono sempre bidirezionali, cioè chi vede il post/immagine/video può a sua volta scrivere un commento, o interagire con noi. In questo momento di incertezza bisogna ancor di più gestire questi post e questi feedback, positivi e negativi che siano: cercate ed accettate commenti, indicazioni, suggerimenti su come migliorare il servizio, ascoltando le loro nuove esigenze, o i loro nuovi dubbi. Fate qualche post subito! Mettete qualche euro di sponsorizzazione, geolocalizzate. Scattate belle foto, fatele più belle che mai. Date spazio a qualche idea nuova. sperimentate. Fate ritrovare ai vostri vecchi clienti la strada verso il vostro bar, comunicate entusiasmo e il solito sorriso sereno. Non è facile, lo immagino, ma the show must go on!



Roberta Parollo

Consulente senior e docente di marketing e comunicazione alla Business School del Sole24Ore, ha lavorato come Direttore Marketing in grandi multinazionali e come consulente strategico in grandi agenzie pubblicitarie. Autrice del Manuale di Gestione della Ristorazione della FIPE, si è specializzata nella consulenza per la creazione della migliore consumer experience nei pubblici esercizi.