Concorso TrueColoursDays: vince il cliente, vince il gestore

pago-a283286e

Ti piace questo bar? Votalo e vinci una settimana di colazioni gratis!". È questo il leitmotiv del nuovo concorso TrueColoursDays attraverso cui Pago intende coinvolgere – e premiare – tanto i clienti quanto i gestori dei locali. Pago con i suoi succhi di frutta ha messo in piedi un'operazione dalla doppia anima. Da un lato, Pago chiama a raccolta i consumatori invitandoli a votare il proprio bar preferito sul minisito pago truecoloursdays.it. E grazie a un semplice click, ogni giorno un fortunato "concorrente" si può aggiudicare immediatamente un goloso premio: una card valida per 7 colazioni gratis, composte da caffè o cappuccino, brioche e Pago, da consumarsi nel locale più amato. Dall'altro lato – e qui sta la peculiarità dell'iniziativa – il contest è diretto anche ai baristi. Come? I gestori possono registrare il proprio locale sullo stesso mini-sito, pubblicandone foto e descrizione, così da guadagnare subito in visibilità sul web. Per i bar, poi, che risultano associati ai consumatori vincenti, in palio ogni giorno vi è la fornitura di 6 cartoni di Pago. Ma non è tutto. Tra i locali più votati, ogni mese ne verranno estratti tre che avranno anche l'opportunità di raccontarsi sulla nostra rivista Mixer, che in questo articolo dà voce al primo trio d'eccellenza.

colazioni-gratis**BIRDY'S BAKERY A NAPOLI**

Dal 2012 è un angolo di New York nel cuore di Napoli, in Vico Belledonne a Chiaia 14a/b. Un posto dove protagonisti assoluti sono le special cakes e i piatti salati della tradizione americana. E dove il concorso lanciato da Pago ha generato un ottimo riscontro. *"Proponendo un'offerta di stile anglosassone, seppure rivisitata alla maniera partenopea* – spiega **Salvatore Lettiero**, titolare del locale insieme alla moglie Renata Sergio – *richiamiamo una clientela per lo più giovane, che ha dimestichezza con i mezzi digitali. E che non ha pertanto trovato difficoltà nel raccogliere l'invito di votare online il nostro locale, certamente "ingolosita" dall'idea di vincere una colazione gratis per una settimana. Un'iniziativa, a mio parere, indovinata da parte dell'azienda, che ci ha peraltro affiancati anche nella promozione dell'operazione, attraverso la fornitura di materiale ad hoc"*. Il risultato? Grande attenzione dei clienti e un'ottima visibilità per il punto vendita.

BAR LUCKY A MILANO

Elegante e moderno, il Lucky Bar di Via Lorenteggio 43 a Milano vanta ben 30 anni di attività durante i quali ha conquistato una clientela molto eterogenea. Che non ha mancato di contraccambiare il servizio ricevuto attraverso i tanti voti rilasciati sul minisito di Pago. *"Il nostro è un bar tradizionale* – racconta **Cinzia Zucchelli**, titolare del locale insieme al marito Enrico Olla – *che, complice un arredamento accogliente e distintivo, attira clienti di tutte le età. Essendo inoltre posizionato su una grande arteria che collega la periferia al centro città, è frequentato non solo da molti clienti residenziali, ma anche da numerosi consumatori di passaggio"*. E i numeri dicono che tanto gli uni quanto gli altri sono rimasti colpiti dall'iniziativa di Pago. I motivi? *"Molto ha giocato, a mio avviso, il passaparola tra i clienti: se il prodotto è di qualità e il modo di proporlo è cordiale, infatti, il resto viene da sé, non serve insistere. Ma un importante contributo è stato dato anche dai due espositori forniti dall'azienda, che si sono rivelati capaci di suscitare non poca curiosità"*.

IL CHICCO D'ORO A NAPOLI

Aperto nel pieno centro di Napoli, precisamente in piazza Municipio 73-74-75, Il Chicco d'Oro fa della qualità della propria offerta il motivo di maggiore attrazione del locale. *"Ogni settimana aggiorniamo il nostro menù di dolci, che poi tutti i mesi viene completamente variato, così da proporre ai nostri clienti prelibatezze sempre diverse* – afferma il titolare **Giovanni De Vivo** – *E questo rappresenta senza dubbio un ingrediente fondamentale per mantenere e incrementare l'afflusso di clienti"*. *Alla riuscita della "ricetta" concorrono però anche "un format non classico del locale che prevede un bancone unico lungo ben 25 metri* – osserva De Vivo – *e un corner dedicato ai social media, un angolo dove scattare selfie e dove è stato collocato l'espositore dedicato alle cartoline relative al concorso Pago"*. Una posizione strategica che ha senz'altro concorso a incrementare le votazioni. *"In realtà* – ammette De Vivo – *per noi avere raccolto tante preferenze è stata una sorpresa!*

www.pagotruecoloursdays.it