

Ascolta, il cliente ti parla

Quello che le persone pensano e valutano di un locale determina il passaparola e dunque la buona o meno buona sorte del locale. Il "passaparola" si rivela il tratto dominante di qualsiasi fidelizzazione. Un ristorante può decidere di investire in varie forme promozionali: radio, giornali, cinema locali, volantini e altro, ma se le persone non ne parlano - per un tratto caratteristico, per un aneddoto simpatico - il ristoratore potrà reclamizzarsi fino alla nausea, ma questo non aiuterà le vendite. Come si è percepiti dai propri clienti è un elemento chiave fondamentale. Non quello che credete che gli altri pensino di voi, ma quello che veramente pensano gli altri di voi.

Il sondaggio

Scoprire che cosa fa decidere ai vostri clienti di venire nel vostro locale è di vitale importanza. Sapere perché i clienti vi scelgono, sapere perché continuano a venire da voi farà in modo che la vostra comunicazione e la vostra strategia di marketing sia molto più mirata e meno dispendiosa. Per capire quello che la gente vuole o quello che

**IL CLIENTE PERSO È GUADAGNATO DA ALTRI.
MA PER PORTARE LA VOSTRA IMPRESA
AL SUCCESSO UN MODO C'È. CHIEDETELO A LUI.**



Angelo Siviglia

apprezzerà o quello che conquisterà si devono condurre dei semplici sondaggi. Siate consapevoli che, più i dati e le informazioni raccolte sono veritiere, più la vostra consapevolezza e i vostri fatturati progrediscono. Il sondaggio vi serve per capire cosa pensano i clienti di voi. È il momento di essere obiettivi e questo vuol dire dover affrontare anche le difficoltà. Durante il sondaggio chiederete l'opinione su alcuni argomenti che vi interessano e sapete per certo che alle persone piace esprimere le proprie opinioni.

Dopo il sondaggio avrete

Una lamentela non è una cattiva notizia. Serve per aumentare il fatturato

clienti che avranno aumentato la stima e parleranno bene di voi, semplicemente perché gli avete chiesto un parere autorevole, non solo, conoscerete ciò che desiderano o non apprezzano e potrete fare correzioni e rafforzare quanto già state facendo di positivo. Se doveste scoprire che i clienti vengono da voi perché l'atmosfera è familiare, si sentono accolti e c'è armonia,

cambiare l'arredamento del locale sarebbe la cosa più sbagliata che potreste fare. Rompereste la magia! Se lamentano che le porzioni nei piatti per i bambini sono esagerate, stanno dicendo che credono di spendere troppo per quello che mangia un bimbo, quindi è venuto il momento di preparare un menu adatto ai bambini con i relativi prezzi adeguati! Il sondaggio serve a comprendere esattamente perché il vostro cliente sceglie voi e il vostro locale.

Poche domande

Come fare un sondaggio? Prima di tutto decidete quattro o cinque domande che desiderate fare e che sono importanti per voi. Troppe domande stancano, le persone sono venute da voi per rilassarsi. Suggestisco di dichiarare il motivo del sondaggio: volete migliorare la qualità del servizio. Una spiegazione comprensibile farà in modo che le risposte siano chiare e sincere. Rassicurate i clienti che possono esprimersi liberamente e che le loro risposte sono un regalo per voi, perché vi permetteranno di migliorare il servizio offerto. Un'avvertenza, sottoponete il questionario su un fo-



Donatella Rampado,
presidente Arc Consulting.
(pag. 98)

glio (lasciando spazio per le risposte) prima del caffè e ringraziate l'ospite che ve lo riconsegna offrendogli il caffè o il digestivo.

Farsi scegliere

Il resoconto dato dal sondaggio è prezioso, un reale indicatore su come venite percepiti, sui vostri punti di forza e le aree di miglioramento. È a questo punto che subentra un'autoanalisi, ci vuole abilità e coraggio per prendere atto di ciò che i clienti pensano di voi. Ad ogni modo le informazioni raccolte serviranno a ricalificare il progetto di espansione del locale in modo soddisfacente, consapevole e produttivo. Le risposte del sondaggio, si basano su percezioni e non otterrete successo fino a quando non modificherete queste percezioni a vostro favore inserendo delle modifiche e dei miglioramenti.

Ricordate che è il passaparola la fortuna di un locale e che le persone parlano in base al loro giudizio. Il cliente si fidelizza se trova soluzioni e valori. D.R.

QUESTIONARIO

Le risposte al sondaggio vanno interpretate. Per prima cosa è necessario suddividere le risposte in categorie. A questo punto bisogna contare il numero di risposte per ogni categoria. Valutate e pensate subito alle strategie per correggere o cambiare le vostre proposte.

Attenzione alle somiglianze e differenze e a non sbagliare categoria. Per esempio le risposte "bagno piccolo" e "bagno non adatto per cambiare bambini" in realtà appartengono alla medesima categoria: entrambe infatti segnalano che i bagni non soddisfano.

Mi sceglie per:

- Posizione
- Segnalazione dagli amici
- È già stato qui da noi
- L'arredamento del locale
- L'atmosfera
- Un piatto speciale
- Altro

- Come trova l'offerta nel menu?
- Aggiungerebbe dei piatti?
- Il servizio è attento?
- Migliorerebbe qualcosa?
- Come valuta l'ospitalità?

- Coperto
- Disposizione tavoli
- Possibilità di conversazione
- Servizi igienici
- Altro
- Che giudizio darebbe ai piatti da lei provati?