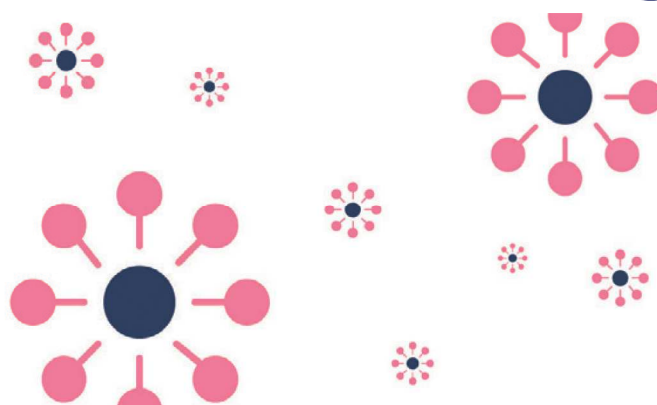


PILLOLE DI MARKETING

MARKETING AL TEMPO DEL COVID-19

Marketing al tempo del Covid-19...un tema che si adegua e che consente a professionisti e aziende di adattarsi al nuovo panorama, anche in un momento di fermo. In questi mesi difficili, complicati e faticosi per chi si occupa di cucina, gastronomia, ospitalità e accoglienza è necessario fare ricorso a tutte le nostre competenze e capacità relazionali, alle nostre capacità di tramutare la crisi in cambiamento e rinnovamento, studiando nuovi modelli di lavoro, nuove strategie di relazioni e ripartendo con rinnovato entusiasmo. Non è facile, ne siamo consapevoli, ma sappiamo anche che ognuno di voi ha le capacità di prendere in mano la situazione, creando nuovi percorsi possibili. Per questo vi proponiamo quattro parole che gli affezionati lettori hanno già trovato su queste pagine, per ricordarvi che le competenze acquisite, in qualunque esperienza professionale, non vanno mai sprecate, ma possono trovare nuova vita e aiutarci a gestire il cambiamento.



RESILIENZA

È un termine che non troviamo facilmente nei libri di marketing e appartiene alla sfera della psicologia. Secondo una delle definizioni più popolari, con la parola *resilienza* si intende la capacità di **far fronte in maniera positiva a eventi traumatici**, di riorganizzare positivamente la propria vita dinanzi alle difficoltà, di ricostruirsi restando sensibili alle opportunità positive che la vita offre, senza alienare la propria identità. Come si può vedere è un termine assolutamente basilare per chiunque svolga un'attività di tipo commerciale, perché **le avversità sono una variabile** estremamente importante della propria attività e la **capacità di reazione** è uno dei fattori più critici per il proprio **successo**. Nelle attività agonistiche sportive, la capacità di reagire a una situazione negativa è una delle prerogative su cui ogni atleta vincente si esercita con maggiore impegno e frasi come *“Non importa quante volte cadi, ma quante volte cadi e ti rialzi”* dell'icona Vince Lombardi, leggendario allenatore di football americano, sono una costante di ogni discorso motivazionale. Nel commercio la situazione è molto simile a quella di un evento agonistico, pertanto la persona resiliente è quella che, nel momento in cui si trova in una circostanza avversa, si concentra su **come far fronte** in modo efficace alla difficoltà e trova l'impulso per dare **nuovo slancio** alla propria attività. L'unico modo per ambire a raggiungere mete importanti nella vita è quello di essere resilienti, perché le avversità sono una componente abituale, a volte per casualità, altre come conseguenza di proprie scelte sbagliate: la capacità di **non farsi prendere dallo sconforto**, ma riuscire a sovvertire la situazione, è l'elemento fondamentale e imprescindibile di ogni strategia di successo.



ENTUSIASMO

È del grande compositore tedesco Robert Schumann la frase che recita “*Senza entusiasmo non si compie nulla di grande*”, ma questa attitudine non è un’esclusiva peculiare dei geni e non necessita neppure ore di studio; l’**entusiasmo** è qualcosa che **può accompagnare chiunque per tutta la vita**. Tutti noi siamo stati bambini e tutti abbiamo avuto quell’innocente entusiasmo che caratterizza l’età della pubertà, ma per qualche oscura ragione, o forse solo a causa delle numerose serie problematiche che sono connesse al diventare adulti, molti perdono questa fondamentale caratteristica. L’entusiasmo di una persona, anche se adulta, è **fortemente contagioso**, crea atmosfera, convoglia le emozioni, costruisce una **complicità** che può legare persone molto diverse, come dimostrano tutti quelli che, non conoscendosi, ma uniti da una fede sportiva, si abbracciano in piazza dopo un successo della squadra del cuore. Per chiunque lavori in un’attività di somministrazione, parlare dei prodotti in vendita e raccontare di come vengono realizzati artigianalmente ai propri clienti, in modo spontaneo e sincero, è il modo migliore per consolidarne la **fidelizzazione**. Per ottenere questo risultato è sufficiente lasciare libero sfogo all’entusiasmo che si prova dentro nel creare qualcosa e dividerlo senza inibizioni con il prossimo; ma se qualcuno pensa di avere esaurito il proprio entusiasmo, deve semplicemente lasciarsi andare e assecondare il cuore, perché l’entusiasmo è un dono che magari si nasconde, ma non ci abbandona mai.

RINNOVAMENTO

Nell’oceano anglofono del marketing, possiamo con soddisfazione utilizzare un termine della nostra lingua, la cui decodifica letterale parla di una sostituzione di una cosa nuova a una vecchia o ritenuta inattuale, non più valida. Nelle attività commerciali il **rinnovamento** viene quasi sempre identificato come un esercizio puramente estetico, qualora ad essere rinnovato è l’arredamento del locale o la sua insegna, o di tipo tecnico, nei casi in cui vengono sostituite le vecchie attrezzature (ad esempio forni, frigoriferi, friggitrice) con modelli nuovi e più performanti. In questi casi si sta applicando nel senso letterale la definizione del dizionario “*rimettere a nuovo, ristrutturare*”, ma in senso più figurato, la parola rinnovamento può essere anche intesa come il “*rimettersi fisicamente o spiritualmente, riacquistare vigore e forza o virtù*”: un’interpretazione più profonda, troppo spesso trascurata proprio nei casi in cui venga attuato un cambiamento strutturale. Un **rinnovamento nello stile, nell’atteggiamento, nel modo di porsi**, accompagnato da qualche aggiustamento in elementi di contorno, quali divise, tovaglie, colori dominanti o quadri, ha un impatto economico molto più contenuto, ma può di fatto cambiare l’anima di un pubblico esercizio in modo radicale. L’importante è non dimenticare il saggio consiglio di Winston Churchill, che ha detto “*Non sempre cambiare equivale a migliorare, ma per migliorare bisogna cambiare*”.



Davide Pini

GastroMarketing rappresenta il corretto connubio tra le peculiarità del mondo Ho.Re.Ca. e un competente approccio di marketing. Il suo Guru è **Davide Pini**, mediatore, consulente ed esperto di marketing e ristorazione.
www.gastromarketing.it

