

# Indice

<b>Prefazione</b> .....	IX
<b>1 – La situazione nazionale: vizi e virtù</b> .....	1
1.1 Ristorazione in Italia .....	1
1.2 I nuovi trend .....	3
1.3 Marketing e de-marketing della ristorazione italiana .	5
1.4 La sala del ristorante, valore primario .....	8
<b>2 – Come costruire uno staff perfetto</b> .....	11
2.1 La selezione dei camerieri .....	11
2.2 Come valutare lo staff .....	14
2.3 Camerieri: uomini o donne? .....	16
2.4 La gestione del rango .....	19
2.5 La divisa in sala: serve ancora? .....	21
<b>3 – Come incrementare il fatturato</b> .....	25
3.1 Il telefono, strumento di vendita .....	25
3.2 Il comportamento paraverbale .....	28
3.3 La presentazione del menu, a voce o scritto .....	30
3.4 Differenziarsi con i prodotti tipici .....	33
3.5 Il venditore “muto” nella sala ristorante .....	35
3.6 Il banqueting è business .....	39
<b>4 – Come soddisfare gli ospiti</b> .....	43
4.1 Cliente soddisfatto, cliente fedele .....	43
4.2 Gestire il cliente “fedele” .....	46

4.3 Gestire l'ego-ospite . . . . .	49
4.4 I comportamenti che indispongono i clienti. . . . .	51
4.5 Risolvere le situazioni difficili. . . . .	53
4.6 La gestione dei reclami . . . . .	57
4.7 Come recuperare un cliente perso . . . . .	59
<b>5 – Come gestire servizi dedicati . . . . .</b>	<b>65</b>
5.1 Ospiti con allergie alimentari . . . . .	65
5.2 Le donne in gravidanza . . . . .	68
5.3 Le famiglie con bambini . . . . .	72
5.4 I single. . . . .	77
5.5 I diversamente abili . . . . .	80
5.6 I clienti LGBT. . . . .	84
5.7 Gli ospiti con cani . . . . .	88
5.8 I giovani in festa. . . . .	92
<b>6 – Come fare pubblicità e comunicazione . . . . .</b>	<b>95</b>
6.1 La pubblicità convenzionale . . . . .	95
6.2 Il marketing <i>unconventional</i> . . . . .	98
6.3 Co-marketing aziendale . . . . .	102
6.4 Il web: come comunicare on line . . . . .	106
6.5 Le regole per una corretta attività sui social . . . . .	109
<b>7 – Gli errori da evitare . . . . .</b>	<b>113</b>
7.1 Venti cose da evitare in sala. . . . .	113
7.2 Le vecchie abitudini da eliminare. . . . .	116
7.3 L'errata gestione dei tavoli. . . . .	118
7.4 Quando una portata non funziona . . . . .	121
<b>8 – Miscellanea di marketing . . . . .</b>	<b>125</b>
8.1 I momenti topici: inizio e fine pasto . . . . .	125
8.2 La mise en place low cost-high quality. . . . .	126
8.3 La ristorazione in albergo . . . . .	127
8.4 Le nuove competenze del maître . . . . .	127
8.5 La mancia, quale tassazione?. . . . .	128
8.6 La formazione nella ristorazione di catena . . . . .	130