



REGOLA D'ORO PER RENDERE UNICA E MEMORABILE LA TUA ESPERIENZA ENOGASTRONOMICA

Scopri-la, ma soprattutto mettila subito in pratica!

Questa regola vale per tutti i Fornitori di Esperienze Enogastronomiche: quindi ristoratori, cuochi della tradizione, produttori di tipicità e di eccellenze enogastronomiche, fornitori di itinerari di gusto, aziende agricole.

A hand in a dark suit jacket is pouring a clear liquid, likely wine, from a bottle into a tall, slender glass. The background is a blurred restaurant table with white plates, a basket of bread, and a vase of red flowers. The lighting is warm and ambient.

STRATEGIA DEL FOOD STORYTELLING: raccontare storie e farlo alla pancia!

**“RACCONTA LA TUA STORIA PER
ARRIVARE AL CUORE DEI
TUOI CLIENTI”!**



IMPORTANZA DELLO STORYTELLING

Qual è la storia della tua esperienza enogastronomica?

Raccontala con lo Storytelling!

Perché un cliente dovrebbe preferire la tua esperienza enogastronomica rispetto ad un'altra?

Cosa rende davvero speciale la tua esperienza di gusto?

Qual è la tua unicità ed il tuo valore?

Sai cosa c'è in comune tra lo storytelling ed un'esperienza enogastronomica?

Le emozioni!

Sono proprio le emozioni che coinvolgono, che fanno ricordare la tua storia, che permettono la crescita di una community, la condivisione dei tuoi valori, che creano fidelizzazione dei tuoi clienti!

RACCONTIAMO I PIATTI!

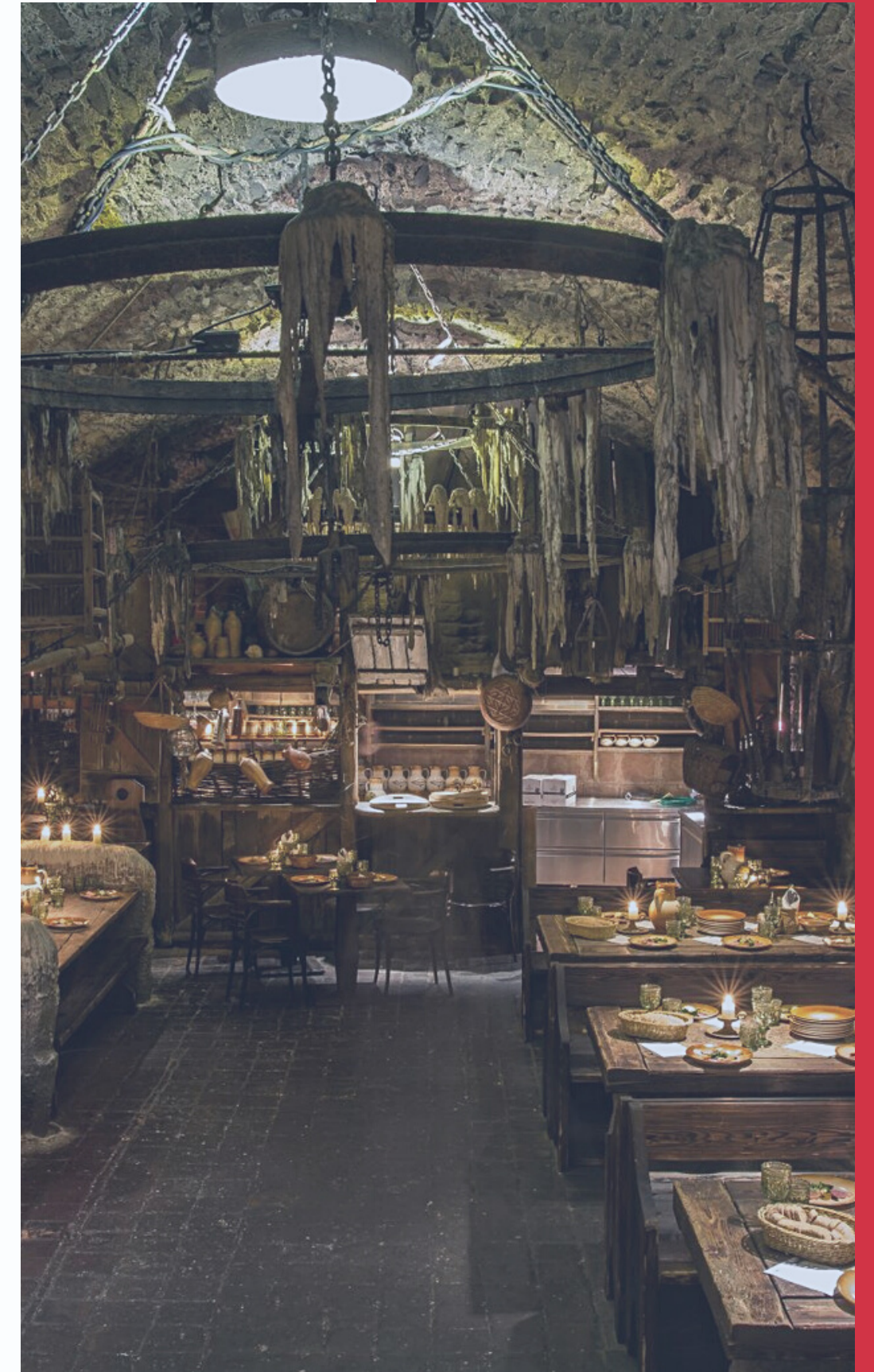
Il fascino della narrazione attrae gli uomini sin da quando sono bambini.

Il mondo della ristorazione è pieno di storie.

Dietro ogni piatto, dietro ogni esperienza enogastronomica si nasconde una storia: la tua potrebbe essere la tradizione di famiglia, la tua posizione, la storia del tuo locale, la gastronomia locale o una prospettiva unica sul cibo.

Nella tua attività le storie nascono giorno dopo giorno. Non finiscono mai!

Tu hai tante storie affascinanti pronte per essere raccontate ed i tuoi clienti sono desiderosi di essere affascinati dai tuoi racconti! Le persone amano ascoltare aneddoti e curiosità: ad esempio la storia della propria proposta di gusto, episodi o vicende familiari o anche il dietro le quinte della propria attività, come è nato un piatto, insomma momenti di vita quotidiana.



COME INIZIARE A RACCONTARSI?

Tutto questo è bellissimo, ti starai chiedendo, ma tu da dove puoi iniziare a raccontarti? E soprattutto cosa devi raccontare?

La narrativa di un'esperienza enogastronomica deve rispondere a queste domande: come nasce l'esperienza stessa? Per quale motivo? Chi sono e come sono le persone che sono dietro la proposta di gusto? Quali sono gli aneddoti più curiosi ed interessanti?

Guardati dal di fuori ed analizza le tue caratteristiche: la tua location, la tua struttura ha una forma particolare? Si ispira a qualcosa? Sei in una posizione geografica particolare? Offri un servizio diverso e nuovo?

Insomma cosa vi contraddistingue e vi rende ciò che siete?

Ricorda: la narrativa della tua esperienza di gusto deve rispondere a queste domande: come è nata l'esperienza stessa? Per quale motivo? Cosa ha di speciale? Chi sono e come sono le persone che stanno dietro l'esperienza? Quali sono gli aneddoti più curiosi e interessanti?

Pensa alla storia che vuoi raccontare attraverso il tuo cibo, a come vorresti cambiare le prospettive dei tuoi ospiti e quali ricordi e gusti vuoi che si portino dietro al loro ritorno a casa.

Mettiti nei loro panni: cosa troveranno di speciale in te o nella tua proposta gastronomica che altrimenti non potrebbero conoscere?

Cosa c'è di unico in quello che offri?

Può trattarsi di ingredienti che gli ospiti non conoscono, sapori speciali che si tramandano nella tua famiglia da anni, un negozio di alimentari esclusivo o anche il cortile dove coltivi il tuo orto.

Ciò che attira davvero i potenziali ospiti è il tuo background, la tua storia o la tua comunità.

Cioè, qualcosa che non potrebbero trovare altrove.



BENEFICI DELLO STORYTELLING

Lo storytelling nella gastronomia ha l'obiettivo di regalare ai propri clienti sensazioni vive, potenti, memorabili, basate proprio sulle esperienze.

Ed infatti: da un lato assistiamo ad una sempre maggiore crescita del turismo gastronomico esperienziale dove la parola esperienza indica un appassionato di gusto sempre più alla ricerca di autenticità ed emozioni; dall'altro c'è lo storytelling, un racconto che evidenzia le caratteristiche principali dell'esperienza gastronomica che si vuole promuovere, inserendolo in un racconto coinvolgente tale da suscitare proprio una reazione emotiva!

Occorre raccontare quello che le brochure non dicono!



OBIETTIVO DELLO STORYTELLING

L'obiettivo fondamentale è raccontare le storie più emozionanti della tua attività affinché la tua clientela:

SI IDENTIFICHINO CON LA TUA
STORIA

NE PRENDA PARTE E SI SENTA
PARTECIPE

DESIDERI RIPETERE
L'ESPERIENZA (FIDELIZZAZIONE)

PARLI DELLA TUA STORIA, LA
RACCONTI DIVENTANDO
PORTAVOCE DELLA TUA
ESPERIENZA

SOCIAL MEDIA E STORYTELLING



Devi raccontare la tua storia tramite i vari canali digitali: Facebook, Instagram, Youtube, il tuo Blog e Newsletter. In che modo?

Racconta la tua storia sui canali social nel modo più spontaneo e trasparente, sotto forma di racconto testuale, video, immagini e dirette ed offrendo differenti tipologie di contenuti: presenta i tuoi dipendenti, riporta episodi o vicende familiari, racconta la storia e il lavoro dei tuoi fornitori, mostra la preparazione dei piatti e scene divertenti dal “dietro le quinte” della tua attività tramite brevi video: questo farà nascere empatia ed un coinvolgimento nell’appassionato di gusto che ti ascolta.





E' proprio la tua storia che regala voce alla tua esperienza, che la mette in contatto con gli appassionati di gusto: anche se hai un'esperienza di gusto originale, unica, autentica, ma se non la comunichi bene, non attirerai mai i tuoi clienti; per convincere questi ultimi a sceglierti, devi raccontargli una storia, la tua storia, raccontargli chi sei, cosa fai, perché lo fai e come lo fai!