

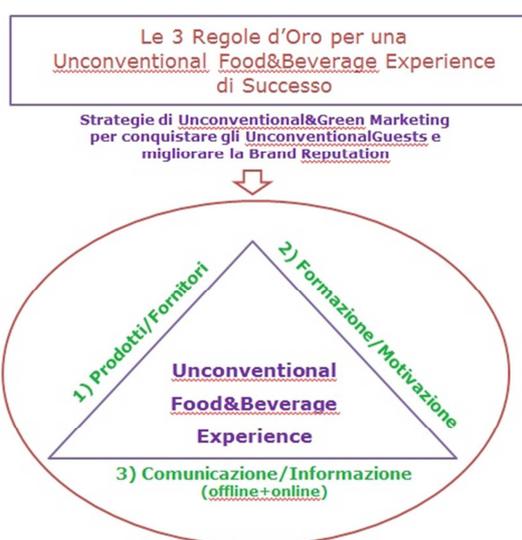
Disegna la tua Unconventional Food&Beverage Experience

-come Conquistare Ospiti con Esigenze Alimentari Speciali ed usare il Food Marketing come valore aggiunto per Aumentare la Brand Reputation ed Incrementare i Profitti-

IL PROGRAMMA:

➤ **5 giornate da 3 h ciascuno.**

In ogni incontro verrà seguito il format delle 3 regole d'oro:



Sono previste attività interattive e role-play (giochi di ruolo e a squadre).

-
- **Chi sono gli *UnconventionalGuests* e cosa accade attualmente nel settore turistico-ricettivo?**
 - **Il mondo dei Vegetariani/Vegani e Crudisti, Celiaci ed Intolleranti al lattosio a 360° (non solo alimentazione)–tutto quello che devi sapere-** il loro **comportamento** (preoccupazioni, timori, paure e desideri dal momento della selezione di una struttura, alla prenotazione, all'esperienza in loco).
 - **I numeri del mercato "non convenzionale"**
 - **Necessità Vs Scelta Alimentare e di Vita**
 - **Intolleranza Vs Allergia**

- **Il Food Tourism Oggi:** gli *UnconventionalGuests* come opportunità per accogliere tutte le nazionalità.
- **Food Costing Vs Food Marketing:** come trarre vantaggio competitivo ed in termini di marketing grazie ai benefici nel conquistare queste nuove nicchie di mercato.
- **Le 3 Regole d'Oro** per Conquistare gli *UnconventionalGuests* e monetizzare il proprio business.
- **I 5 tipi di Unconventional Breakfast.**
- **L'Unconventional Food&Beverage Experience ed il "Fattore Fiducia":** come conquistare gli ospiti con esigenze alimentari particolari e sorprendere quelli "normali" (la comunicazione tra reparti e con gli ospiti).
- **Strategie e tecniche di comunicazione e coinvolgimento per conquistare gli ospiti con esigenze alimentari speciali (e non solo!),** dal momento della richiesta di prenotazione, a quando sono in sala e/o all'interno della propria azienda.
- **Menù Dedicati Vs Menù Anonimi:** l'importanza di proporre piatti "non convenzionali" senza dimenticarci di valorizzare il territorio ed il cibo italiano! Come dev'essere il menù ideale per gli *UnconventionalGuests*?
- **Come può aiutare il menù e/o una corretta comunicazione in loco a risolvere tanti problemi?** (per es. togliere dall'imbarazzo il personale che potrebbe essere nuovo e/o non preparato in quel momento?!)
- **Come un menù e/o una corretta comunicazione** (in loco ed online) **può trasmettere fiducia e sicurezza a primo impatto?**
- Come **selezionare e coinvolgere ancora meglio fornitori/produttori locali** per avere tutti quanti un vantaggio sia in termini di marketing che economico.
- **Storytelling a costo 0 su Youtube, Facebook ed Instagram:** come raccontare questo valore aggiunto.
- **Strategie a costo 0 su come ottenere anche le video-interviste dei propri clienti da mettere sul proprio canale youtube ed utilizzarlo come strumento di recensione aggiuntivo.**
- **Quali sono i canali (offline ed online) su cui posso essere visibile per attirare queste nuove "masse di nicchia".**
- **Strategie su come ottenere nuovi potenziali clienti ed aumentare il proprio data-base (sia in fiera sia online)**

	<p style="text-align: center;">-----</p> <p>N.B. Verrà svolta una formazione su misura: si lavorerà con i partecipanti sulle proprie attività.</p>
<p>Quale problema risolviamo?</p>	<p>1) IL BISOGNO DI NUTRIRSI ED IL BISOGNO DI SICUREZZA</p> <p style="text-align: center;">Piramide dei bisogni di Maslow, 1954</p>  <p>2) Essere preparati nel soddisfare le richieste degli <i>Unconventional Guests</i> (persone con esigenze alimentari specifiche) secondo il loro punto di vista e secondo le loro diverse esigenze, mettendoci nei loro panni e non facendoli sentire un problema o dei "diversi".</p> <p>3) Ridurre lo stress per il personale nel gestire l'Unconventional Guest, evitando eventuali situazioni imbarazzanti che possono portare a non trasmettere il "Fattore Fiducia" ed a creare motivi di lamentela ed insoddisfazione.</p>
<p>I 10 VANTAGGI ed i relativi BENEFICI</p>	<p>1) Nuove opportunità di Business anche grazie al forte passaparola all'interno delle «Unconventional Communities», prima dei competitors.</p> <p>2) Miglioramento della qualità del servizio percepito anche dalla clientela «convenzionale».</p> <p>3) Differenziazione rispetto alla concorrenza.</p> <p>4) Possibilità di presentarsi con una marcia in più anche sui mercati del «Luxury» e "business".</p> <p>5) Trasmettere il "Fattore Fiducia" che consente di migliorare ancora di più la qualità del proprio servizio e di soddisfare ed attrarre un target molto specifico.</p> <p>6) Miglioramento della Brand Reputation: riduzione lamentele e</p>

	<p>maggior fidelizzazione.</p> <p>7) Riduzione dei costi grazie ad un intelligente Food Marketing.</p> <p>8) Maggiore interesse da parte dei media offline ed online.</p> <p>9) Crescita Personale e Professionale di tutto lo Staff: acquisizione di una nuova cultura e mentalità nei confronti degli ospiti con esigenze alimentari particolari</p> <p>10) Si diventa una case-history, un modello di esempio di vera ospitalità.</p>
<p>BONUS (elementi IN OMAGGIO):</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ BONUS 1: Tesi in pdf sull'<i>UnconventionalBreakfast</i> come risorsa d'informazioni preziose sul settore turistico, sulle 3 regole d'oro e con le precedenti best-practice. Informazioni di alto valore. ✓ BONUS 2: Tesina in pdf sugli <i>UnconventionalGuests</i> elaborata dall'Istituto Alberghiero di Spoleto. ✓ BONUS 3: Templates e file pre-impostati per una migliore gestione ed organizzazione delle attività. ✓ BONUS 4: partecipazione GRATUITA in qualità di Testimonial per tutto il 2017-2018 ad uno dei CORSI dell'UnconventionalHospitalityAcademy (in qualsiasi parte d'Italia). <u>Valore:</u> a partire da € 97,00 a persona. ✓ BONUS 5: Presenza sul sito web della fiera www.worldallergenfood.com: verrà creata una sezione dedicata in modo tale che i visitatori sapranno dove poter andare a mangiare/dormire e stare sicuri e tranquilli di poter essere accolti e soddisfatti nella maniera più appropriata (potersi nutrire e vivere un'esperienza di accoglienza coinvolgente). ✓ BONUS 6: Video intervista per ogni partecipante come Testimonial a fine percorso formativo per mettere in luce quanto emerso; verrà pubblicata sul canale youtube di UnconventionalHotels. ✓ BONUS 7: Intervista su MediaHotelRadio.com: la prima web radio dedicata ai professionisti del settore turistico, all'interno della rubrica "Unconventional Hospitality" (in onda ogni lunedì h 12.00 - 16.00 - 19.00 - 23.00 e con repliche il sabato e la domenica).
<p>A chi si rivolge?</p>	<p>Strutture turistico-alberghiere, dal b&b all'hotel 5*L</p> <p>Ristoranti</p> <p>Bar</p> <p>Pasticcerie</p> <p>Gelaterie</p>

	<p>Pizzerie Crociere Compagnie aeree Catering Agenzie di Viaggi Uffici Informazioni Turistiche Associazioni Varie Società di Eventi Scuole Alberghiere Corsi di Laurea Indirizzo Turistico Società Forniture Alberghiere</p> <p>Tutti i settori (food&beverage, chef, maitre, camerieri, chef de rang, direttori, marketing e vendite, barman, ricevimento, eventi, concierge, camerieri, revenue, booking, governanti, amministrativo, maggiordomi, economato, resp. acquisti, ecc.).</p>
--	---