

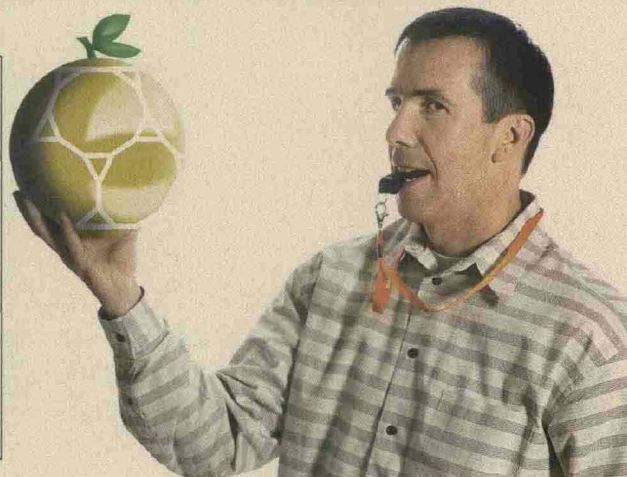
■ professione / gestione

Allenare se stessi e la propria squadra di collaboratori all'eccellenza migliora la relazione con il cliente e la redditività dell'azienda. I consigli di un'esperta in retail coaching su come ottimizzare le relazioni con lo staff dei collaboratori e con i clienti

di Andrea Mongilardi

Metti un coach dietro al bancone

Lavorare su se stesso, lavorare sulla propria squadra, lavorare sul cliente: sono i tre aspetti che un buon gestore di locale dovrebbe tenere presenti se vuole fidelizzare la clientela e aumentare la redditività della propria azienda. Patrizia Saolini, esperta in retail coaching, ha messo a punto un metodo per "allenare" se stessi e i propri collaboratori all'eccellenza: «Abituando gli staff a lavorare in squadra per il bene comune - afferma - si ottengono miglioramenti di lungo periodo sia nella soddisfazione



ne del cliente sia nei risultati economici».

La capacità di amalgamare lo staff e quella di ascoltare i clienti sono due delle doti che un buon bar manager deve saper mettere in campo.

«Il capo migliore - spiega Saolini - è quello che educa senza dare giudizi, portando ogni persona a sviluppare le attività che meglio rispondono alle sue caratteristiche e alle doti che ha. L'ideale è creare staff formati da persone con capacità complementari, spingendo ognuno a migliorare i propri punti di debolezza e a sviluppare le proprie potenzialità. L'importante è dare obiettivi raggiungibili e riconoscere e premiare i progressi. Non puntando alla perfezione ma valorizzando chi ha fatto del proprio meglio».

Allenare le potenzialità, secondo Saolini, produce effetti benefici anche nella relazione con il cliente: «Sviluppare la gentilezza - afferma - ha come effetto quello di cambiare anche il modo di porsi dei clienti nei nostri confronti».

Ascoltare i clienti

La relazione con il cliente è uno dei cardini per lo sviluppo dell'attività: «Chiedere

Un approccio ludico può favorire la scoperta di novità

continuamente il feedback dei clienti è fondamentale - afferma Saolini -: questo significa saperli ascoltare attivamente, conoscerli e leggere

.....
 "Retail coaching" di Patrizia Saolini (Franco Angeli editore, pagg. 166, 21 euro) racconta come gestire un punto vendita con le regole di un allenatore sportivo

le emozioni dietro ogni loro comportamento. I clienti sono i nostri più preziosi alleati, perché ci danno informazioni insostituibili su come migliorare il servizio. Per questo è importante premiare quelli che tornano o quelli che ci offrono spunti e consigli utili». Quanto all'approccio, Saolini suggerisce: «Occorre valorizzare la capacità di dare informazioni e fare cultura sui prodotti che si offrono, raccontandoli e invitando a provarli. Possibilmente con un approccio ludico, che stimoli alla scoperta e all'esperienza». ■

L'ESPERTA



PATRIZIA SAOLINI
 Coach professionista, titolare del marchio "Retail Coach - Staff solutions", è specializzata nella ricerca, selezione e formazione del personale e nell'avviamento e sviluppo di attività commerciali nell'ambito dei beni di lusso.