

## **Percorso formativo di alta specializzazione area Food & Beverage**

**Target: Pubblici esercizi**

**I cinque temi trattati**

### **Marketing della Ristorazione**

#### **Argomenti:**

Approccio al marketing del terzo millennio in area food & beverage

Conoscere e fondere Marketing e comunicazione sul modello del Turismo

Il linguaggio delle parole e dei gesti nella strategia di Marketing

Chi sono i nostri clienti

Il modello delle 3S

La profilatura delle 3S su un caso pratico

Come redigere l'investimento di Marketing

Le basi e le linee guida per costruire un Marketing plan per la tua azienda

Il marketing all'interno di un pubblico esercizio da dove cominciare

Esercitazione di gruppo

### **Analisi dei costi e budget**

#### **Argomenti:**

Come si ragiona in termini di costi e ricavi

Le famiglie dei costi

La definizione del prezzo di vendita

Il punto di pareggio

La grammatura e la standard dei prodotti in vendita

Il food cost come si calcola

La comparazione commerciale

Come si costruisce un budget

Perché è essenziale ragionare in termini di budget

Analisi di un caso pratico

Esercitazione di classe

## **Gestione delle risorse umane**

### **Argomenti:**

Le risorse umane al centro del processo di soddisfazione del cliente

Come essere un buon leader

La leadership situazionale applicata alle risorse umane

Gestire le criticità relative alle risorse umane impiegate nel Turismo

Come scegliere le risorse migliori a disposizione sul mercato

Il modello SMART

Il modello Robbiniano

La visione del successo

Come motivare con successo i proprio collaboratori

La matrice di Blancard

Case History

## Promozione e social media Marketing

### Argomenti:

Come e perché creare la Pagina Facebook del proprio locale

Reperire nuovi utenti

Come gestire le offerte

Assistere i clienti su Facebook

Avviare e gestire una campagna PPC

Come integrare i profili su altri social network con la Pagina Facebook

Facebook Insights: analizzare il traffico e misurare il ROI La “fiducia sociale” come componente essenziale del 2.0

Quanto contano le recensioni: un po’ di numeri sul traffico generato dalle opinioni dei viaggiatori

Come effettuare uno screen della propria brand reputation

TripAdvisor, Trivago e gli altri: tutti i siti, portali e social network dove è importante essere presenti

Case history

## Visual Marketing dei Pubblici Esercizi

### Argomenti:

Il contesto di mercato dei Pubblici Esercizi rispetto al mercato (prodotto/ offerta)

Il ruolo del consumatore

Come implementare una strategia di brand sul punto vendita

Ragionare in termini di Marketing differenziato

Il principio ispiratorio del visual merchandising

Le regole principali del visual

L'effetto Marmellata

I vantaggi commerciali nell'utilizzo del visual merchandising

Il lay out del punto vendita

Le differenze tra l'interno e l'esterno

Il linguaggio dell'allestimento di un punto vendita

Efficienza in chiave di comunicazione

I casi applicati

### **Obiettivi:**

Il corso punta a fornire elementi pratici in materia di Management dei Pubblici Esercizi a costruire modelli vincenti, a rendere di facile utilizzo alcune tecniche con l'obiettivo di ottimizzare la gestione dei pubblici esercizi e rendere consapevoli gli imprenditori di quanto sia più vicino il Marketing e tutto il Management rispetto ai modelli di business tradizionali.

### **Informazioni tecniche:**

il corso è di cinque giornate 9,30 – 13 / 14 – 17,30

il fee a giornata è di 1090 euro + trasferta km, compreso di progettazione personalizzata e dispensa materiale didattico. Gli importi si intendono al netto iva di legge

Il numero dei partecipanti è libero, siamo organizzati per gestire un aula da 10 a 100 partecipanti.

Tutte le docenze saranno gestite da un docente specializzato del team gpstudios.

Marketing della Ristorazione: Giacomo Pini

Analisi dei costi e budget: Giacomo Pini, Giada Cirrincione

Gestione delle risorse umane: Giacomo Pini

Promozione e social media Marketing: Martina Manescalchi

Visual Marketing: Giacomo Pini

## **Il team dei docenti**

### **Giacomo Pini**

Con oltre venti anni di esperienza sul campo è un esperto di ristorazione e Marketing del turismo, classe 1972 vive rimbalzando tra Romagna sua terra natale e dove ha il suo quartier generale, Siena e San Francisco. Consulente per diverse aziende del settore, strutture ricettive, catene alberghiere e holding internazionali, per le quali, con il suo staff, cura lo start up, il marketing strategico, la formazione del personale e più in generale tutta l'attività di lancio e posizionamento commerciale.

E' formatore con oltre 12000 ora di aula, svolge la sua attività in tutta Italia e collabora con aziende, università e istituti professionali di alta formazione.

Nel 2001 fonda Gp.studios società specializzata nella consulenza e formazione per il Marketing turistico internazionale e la ristorazione, le cui attività si sviluppano in ambito globale.

Autore dei testi professionali “ Il nuovo Marketing del prodotto turistico” edito da Franco Angeli, “Il Marketing del Bed & Breakfast” edito da Agra Edizioni, “Il servizio d’eccellenza per gli operatori del fuoricasa” edito da Seac Editore, di due collane di audiovisivi per la formazione a distanza “ In & Out consigli per la ristorazione” e “ Management dei Pubblici Esercizi”.

Ha anche pubblicato un romanzo con Altromondo Editore, “ Annoiati dal successo” definito dalla stampa di settore: un romanzo dalle tinte gastronomiche.

Alcuni media che hanno parlato di Giacomo Pini: Millionaire, Guida Viaggi, Turismo d’Italia, Pianeta Hotel, Fuoricasa, Bar Giornale, TTG News, Meeting e Congressi, Il Resto del Carlino, la Voce, Il Corriere di Romagna, Radio Studio Delta, Rai 2, Rai 3, Nuovarete, Teleromagna

### **Martina Manescalchi**

Laureata in Scienze della Comunicazione e iscritta all’Ordine dei Giornalisti, si specializza nella comunicazione web frequentando un master in Web Journalism & New Media Editing e un Corso di formazione in Nuove Competenze per Media Emergenti.

Nel corso degli anni moltiplica le sue competenze nel web occupandosi di web marketing, web writing, copywriting, blogging e social media marketing per i settori più disparati: eventi, cultura, moda, televisione, musica.

Negli ultimi anni, in particolare, ha approfondito il settore del web marketing turistico. Tra le attività più recenti, la pubblicazione di due guide al web uscite in allegato al settimanale "Panorama", docenze per

corsi di formazione promossi dalla Provincia di Firenze, training a ristoratori e albergatori, attività di blogging per il blog di web marketing turistico [www.bookingblog.com](http://www.bookingblog.com). Svolge inoltre attività di addetto stampa e consulente per la promozione e il web per istituti bancari ed enti pubblici, formazione aziendale sulla comunicazione web e marketing territoriale. All'interno di Gp Studios opera nella formazione e consulenza in web marketing e social media marketing turistico, brand strategy e come project manager per il settore web.

## **Giada Cirrincione**

Laurea in Lingue e Letterature Straniere ottenuta in giovanissima età, matura da subito una significativa esperienza all'estero, all'età di 24 anni è già direttore commerciale per un gruppo alberghiero in espansione all'estero, si specializza poi in Revenue Management prima ancora che la materia approcci in Italia.

Prosegue la sua formazione con esperienze all'interno di un Tour Operator dove apprende le tecniche per una gestione economica corretta di un'azienda, dal 2008 in gpstudios come responsabile commerciale clienti Italia settore ricettivo, per i quali cura la gestione strategica, la riorganizzazione economica e il posizionamento commerciale, chi la conosce bene ne apprezza la schiettezza, la precisione e la determinazione al risultato.

Continuamente in giro per Italia ed Europa per seguire personalmente i clienti e gli start up progettuali, è di fatto l'alter ego di Giacomo Pini che la definisce la sua metà professionale.

