

**Conservazione**



## **Esporre per vendere**

**Richiamare e stimolare l'attenzione del cliente con una adeguata tecnica espositiva è un aspetto che si riflette non solo sul successo commerciale ma sull'immagine stessa dell'esercizio**



**O**ggi avere una mentalità imprenditoriale è un fattore irrinunciabile: certo i vecchi discorsi sulla voglia di fare, l'amore per il "mestiere", l'attenzione alla genuinità delle materie prime e via dicendo, sono un retroterra a cui gli artigiani non devono rinunciare, ma non bisogna trasformare queste convinzioni in affermazioni vuote agitate occasionalmente.

Restare ancorati solo a questi parametri spesso vuole significare non essere al passo coi tempi, perdere di vista o discostarsi dai repentini cambiamenti della società e dalle trasformazioni in essere.

Occorre essere professionalmente preparati in tutti i sensi: non basta solo conoscere il lavoro in laboratorio, questo è fondamentale, ma essere in possesso delle tematiche contabili e di investimento, conoscere i problemi della commercializza-

zione, della promozione e i diversi programmi per il consolidamento dell'attività.

Riprendiamo allora in queste pagine, l'insieme delle operazioni necessarie per sostenere e incrementare le vendite.

Evidenziare quel che si vuole maggiormente vendere e cercare di differenziarci da altri è il punto di partenza; a tale proposito occorre permettere di visualizzare al massimo prodotti ed elaborati in offerta.

È in atto un progressivo ritorno ai "pozzetti", un calcolato modo di distinguersi dalle tante gelaterie con le solite e classiche vetrine espositive?

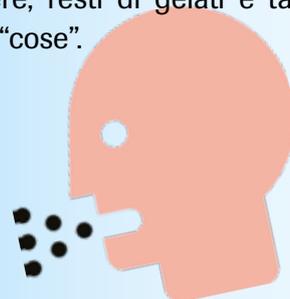
Alcune considerazioni a margine:

**7** Spesso la scelta nasce dalla convinzione che nel bancone chiuso il gelato si conservi meglio perchè protetto molto meglio dagli spifferi e dall'umidità.

**2** Dalla convinzione che il gelato conservato in questo modo richiede molto meno lavoro e meno cura di quello messo in mostra nella vetrina trasparente, perchè non si vede.

Di contro chi preleva il gelato per metterlo sul cono, non può fare a meno di tuffarcisi dentro con faccia, fiato, capelli ecc.

Ancora: aprendo il pozzetto per prelevare il gelato, il coperchio viene sempre appoggiato sul piano del bancone con il rischio di raccogliere condensa, polvere, resti di gelati e tante altre "cose". ▷



# WEKER



## Problema acqua?

## WEKER, LA SOLUZIONE A PORTATA DI MANO!

### GLI ECONOMIZZATORI D'ACQUA PIÙ PICCOLI E POTENTI AL MONDO

Sede legale: via De Gasperi, 31 GORIZIA (GO) - Italy  
Stabilimento: via San Michele, 338 - fraz. Sant'Andrea - GORIZIA (GO) - Italy

tel.: +39 0481 524236 fax: +39 0481 519665 e-mail: info@weker.com  
p. iva: 00528930316

**3** Il bancone a pozzetti è prodotto su misura per cui non è certamente per economia che viene preferito.

Oltre al fatto che il cliente è stimolato all'acquisto vedendo il gelato, non bisogna tralasciare il fatto che "pescare" il gelato nel pozzetto centinaia di volte in una giornata può provocare, con l'andare del tempo, fastidiosi e gravi problemi di circolazione alle mani esposte come sono a continui sbalzi di temperatura.

Diversi locali hanno operato una mediazione allineando vaschette e pozzetti; alcuni mantengono remore, che non occorre eccessivamente forzare e che nel loro stesso interesse è bene che si confrontino con chi ha deciso queste scelte per valutare i risultati.

### Curare l'esposizione

Nelle vetrine espositive gli abbinamenti dei gusti vanno indubbiamente ben studiati così come l'uso combinato di vaschette standard e vasche più grandi, per ottenere il massimo d'effetto e di razionalità rispetto ai consumi; dietro esposizioni di questo tipo il lavoro del laboratorio deve essere programmato con la massima scientificità e creatività.

È chiaro che il gelato esposto va "lavorato" con frequenza; ogni vaschetta deve presentarsi con la sua spatola senza tracce e sbavature.



La perfetta conoscenza delle attrezzature e macchine del laboratorio e quella del proprio prodotto porta a scegliere la collocazione giusta di ogni gusto, calibrata anche sul parametro del freddo necessario allo specifico mantecato.

Il costume di abbellire e arricchire le singole vaschette con il riferimento immediato al gusto stesso: dislocare qualche nocciola sulla superficie di gelato alla nocciola, o fragole e mirtilli e così via ha un impatto assai maggiore sul consumatore, ma va estremamente curato.

L'indicazione dei gusti deve essere chiara e possibilmente molto bella e magari personalizzata, anche per evitare inutili contrasti col cliente indeciso sull'individuazione del gusto.

Ove la superficie espositiva lo permette è utile tenere distinte

le vaschette con le creme e quelle con la frutta, anche perchè la base di partenza è diversa e una temperatura differenziata permetterebbe la migliore conservazione del prodotto.

Inoltre si agevola il cliente che per esempio sta aspettando un misto di frutta e insieme l'operatore che deve confezionarlo.

Alcuni gelatieri hanno addirittura preso l'abitudine di riservare uno spazio "fisso" ai gusti-novità, in modo che gli "affezionati" possano individuare con un solo colpo d'occhio le proposte nuove del giorno.

La pulizia deve essere impeccabile e riguardare non solo i bordi delle vaschette, ma l'insieme della superficie espositiva: è il primo messaggio che conquista il cliente. A quel punto si tratta di orientarlo, ma ne parleremo su un prossimo numero. □