

## Programma seminari Vetrina Toscana

8 incontri (dal 1° all'8°)

Durata 2 ore

Frequenza 1 volta alla settimana

3 incontri (il 9°,10°,11°)

Durata 4 ore

Frequenza 1 volta alla settimana

Argomenti

1. Digital food marketing, panoramica sulle opportunità del digitale e della tecnologia (Nicoletta Polliotto) - 16 febbraio
2. Dalla Brand Reputation alla Review Economy: saper rispondere e accogliere i clienti online (Marzia Baislak) - 23 febbraio
3. Social Media strategy: contenuti e strumenti per risultare originali (Nicoletta Polliotto) - 2 marzo
4. Nuove formule di distribuzioni del piatto (food delivery, take away, outdoor (Nicoletta Polliotto) - 9 marzo
5. Brand Identity, trova la tua identità e diventa unico e inconfondibile (Nicoletta Polliotto) - 16 marzo
6. Food Cost e controllo di gestione: come far tornare i conti (Giovanni di Tomaso) - 23 marzo
7. Strumenti Tecnologici per gestire meglio e in modo contemporaneo il tuo ristorante (Edoardo Colombo) - 30 marzo
8. La food photography tra tecnica e creatività (Paolo Matteoni) - 6 aprile
9. Perché il mezzo video è l'arma più potente per raggiungere i tuoi clienti - 13 aprile
10. Il Funnel video, ovvero, come acchiappare l'attenzione degli utenti per il proprio business – 20 aprile
11. Implementazione delle competenze digitali relative all'utilizzo del sito di Vetrina Toscana a cura di FST ed illustrazione degli aspetti di comunicazione del progetto a cura di Daniela Mugnai – 27 aprile

Chi sono i docenti

### **Paolo Matteoni**

Titolo:

La food photography tra tecnica e creatività,

Abstract:

Fotografare il cibo significa rappresentare, insieme ai colori, anche i sapori e i profumi, in un viaggio alla ricerca delle atmosfere.

Mail:

paolomatteonifotografo@gmail.com

5 righe di biografia:

Fotografo professionista da oltre trenta anni, ho affrontato i generi più diversi: ho costruito la mia personalità lungo le piste e i tracciati delle gare automobilistiche, nel silenzio di chiese e musei, sulle tavole dei palcoscenici, nelle cucine degli chef, nella tranquillità degli studi fotografici, lungo le strade di innumerevoli viaggi. Da qualche anno mi sono specializzato in tutto ciò che ruota intorno all'enogastronomia; lavoro per chef, ristoranti, aziende vinicole ed enogastronomiche.

Curiosità, condivisione e voglia di conoscere sono forse le caratteristiche che più mi riconosco. La base è fiorentina, ma la capacità e la voglia di spostarsi in ogni angolo del mondo fanno di me ciò che sono.

### **Edoardo Colombo**

Titolo

Strumenti Tecnologici per gestire meglio e in modo contemporaneo il tuo ristorante

Abstract

L'assunzione di massa di nuove tecnologie conseguente alla pandemia apre a nuove modalità di interazione con il cliente e consente di sviluppare nuove soluzioni di fidelizzazione e pagamento.

Tel:

Mail:

edocolombo@gmail.com

5 righe di bio

Autore di "Turismo Mega Trend" Hoepli editore collana Digital Marketing Turismo è un esperto di innovazione specializzato nella trasformazione digitale del turismo per la Pubblica Amministrazione e per le imprese.

Thematic Expert per il Turismo nell'Intelligent Cities Challenge e componente del nucleo di valutazione Digitalization nella European Capital of Smart Tourism

## **Nicoletta Polliotto**

Titoli

Digital food marketing, panoramica sulle opportunità del digitale e della tecnologia

Social Media strategy: contenuti e strumenti per risultare originali

Brand Identity, trova la tua identità e diventa unico e inconfondibile

Nuove formule di distribuzioni del piatto (food delivery, take away,

Mail:

nicoletta.polliotto@gmail.com

5 righe di bio

Digital project manager e brand strategist, esperta di food & restaurant marketing e nota conference speaker nel mondo turistico-alberghiero. Autrice, docente e consulente, segue progetti digitali in tutta Italia. Formatore certificato ParoleOstili. Membro del Comitato Scientifico di BTM Puglia e BTO.

Già autrice di "Digital marketing per la ristorazione", edito da Flaccovio, e "Digital food marketing", edito da Hoepli. Curatrice della collana DMT Digital Marketing Turismo, Hoepli (cui appartiene anche Creative Restaurant Branding®, il nuovo libro).

## **Marzia Baislak**

Titolo

Dalla Brand Reputation alla Review Economy: saper rispondere e accogliere i clienti online

Abstract:

Sempre più spesso nel mondo dell'ospitalità e della ristorazione, si tende a considerare la Brand Reputation unicamente come l'insieme delle recensioni, positive o negative che siano. In realtà la Brand reputation si colloca all'interno di un concetto molto più vasto e intrinseco, e conoscerlo a fondo permette di affrontare al meglio la risposta alle recensioni.

Nel corso di oggi approfondiremo questa tematica, vedremo nel dettaglio come affrontare le recensioni. Ma non solo, tratteremo le dinamiche che stanno alla base della Web Reputation, parleremo dei canali ad essa relativi, ne spiegheremo il funzionamento, e tanto altro ancora...

mail marzia@qualitando.com

BIO

Marketing Manager e co-fondatrice di Qualitando. Formatrice, ed esperta di customer satisfaction e web reputation. Negli anni ha maturato una lunga esperienza nel settore hospitality prima come Product Manager e poi come Direttore Marketing e comunicazione.

## **Giovanni di Tomaso**

Titolo

Food Cost e controllo di gestione (come far tornare i conti)

Abstract

Ogni business deve puntare al giusto profitto. Non per arricchirsi a tutti i costi in barba a leggi, morale ed etica. Ma, quantomeno per dormire sereni.

Delle tre Leve della redditività, e dunque capaci di generare profitto, nella ristorazione quella su cui oggi si investono più risorse (non solo economiche) è la leva dei Volumi.

E il Marketing è la forza che andrà a esercitarsi su quella leva sia per aumentare le vendite che per, ancor prima, garantirsi un'identità e un giusto mercato.

La leva, invece, più efficace, perché senza costi e capace di aumentare i profitti in misura maggiore rispetto alle altre due, è quella dei Prezzi.

Infine, la leva dei Costi.

Tra le tre, purtroppo, è quella che richiede più tempo e attenzione.

Genera meno aumento di profitto rispetto alle altre due.

E richiede una mole eccessiva di conoscenza. E talvolta anche ulteriori investimenti. Affrontiamo insieme questo percorso.

Mail: [giovanni.ditomaso@gmail.com](mailto:giovanni.ditomaso@gmail.com)

BIO

Giovanni Di Tomaso, nato nel 1975 in Basilicata, frequenta l'International School of Hotel Management di Les Roches, in Svizzera e l'Endicott College di Boston negli USA.

lavorare in Hotel 5 stelle quali il Marriott City Center di Portland (OR), poi al Plaza Athénée di Manhattan, New York, come responsabile del settore Food & Beverage.

Rientrato in Europa, apre un suo locale di successo, l'Amaca Art Restaurant & Café.

Dal 2011 è tornato a occuparsi di docenza, presso istituti di Alta Formazione, quali UET, IHMA e l'Università Europea UNIESE e, parallelamente si dedica ad Attività di Consulenza per la quale si sente fortemente vocato, sviluppando e applicando modelli inediti per la gestione economica ed operativa di ristoranti e dei reparti F&B d'Hotel.