

La Giraffa Joshie: Il Marketing che emoziona.



Oggi vi racconto la storia della Giraffa Joshie, un semplice bambolotto passato dal ruolo di peluche a star del web per merito di una talentuosa azione di marketing.

La storia, carina e geniale assieme, è di quanto più interessante possa fornire il marketing quando diventa emozionale.

Ma andiamo per gradi.....

La famiglia Hurn, al ritorno dalle sue vacanze presso una importante catena alberghiera degli stati uniti (*Ritz-Carlton di Amelia Island in Florida*) scoprì che il fidato peluche, assieme a cui il figlioletto era abituato da sempre ad addormentarsi la sera, era stato dimenticato da qualche parte in Hotel prima di partire.

Potete immaginare la reazione del piccolo Hurn quando scoprì che al rientro a casa qualcuno aveva dimenticato di portare con se un membro importantissimo della famiglia: la Giraffa Joshie.

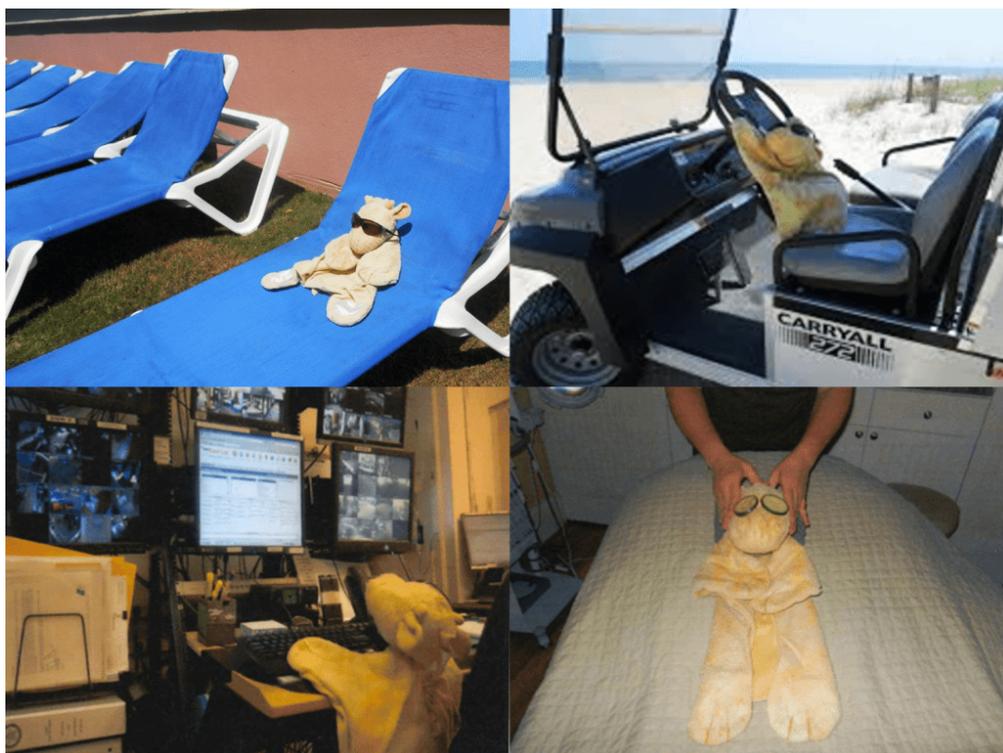
Il piccolo Hurn non poteva accettare di aver perso il suo peluche, e il papà, per rassicurarlo, gli disse di stare tranquillo perché Joshie si era semplicemente trattenuta qualche ora in più in vacanza e che sarebbe tornata a casa solo qualche giorno più tardi.

Il figlio, rasserenato, si addormentò e papà Hurn corse a chiamare il Ritz-Carlton per chiedere semmai avessero ritrovato la piccola giraffa Joshie. Dopo qualche ora il Ritz-Carlton richiamò la famiglia Hurn per comunicare il ritrovamento del peluche, finito nella lavanderia assieme agli asciugamani sporchi e alle lenzuola da lavare.

Papà Hurn, sollevato, azzardò chiedere una cosa un po' surreale: "Sentite ragazzi, prima di rispedire Joshie a casa, potete scattargli una foto mentre prende il sole in piscina?". Era la sola maniera per avvalorare quanto raccontato al figlio.

Qualche giorno più tardi un pacco arrivò a casa Hurn. Dentro c'era Joshie, comodamente seduta vicino a un **pacco di giochi griffati Ritz-Carlton**, inclusi un frisbee e un pallone! Vicino ai nuovi giochi c'era anche un **album di fotografie** che ritraevano la giraffa nei suoi bellissimi momenti di relax passati all'hotel!

Joshie non solo era stato fotografato mentre prendeva il sole comodamente sdraiato a bordo piscina, ma c'erano altre foto con Joshie alla SPA, Joshie mentre faceva un massaggio, Joshie sul Buggy in spiaggia e assieme ad altri amici peluche ospiti del Ritz-Carlton!



Veramente un grandissimo esempio di eccellenza per l'Hotel nella soddisfazione delle esigenze post-stay del cliente, ma anche di grandissima capacità di fidelizzazione della stessa clientela!

E' banale dirvi come queste foto e questa storia, una volta pubblicata da papà Hurn sul web, abbiano fatto il giro del mondo e conquistato il cuore di mamme e papà ad ogni latitudine.

Il Ritz-Carlton è da sempre all'avanguardia nei servizi di **customer service**, in quanto uno dei primissimi valori della catena è proprio la soddisfazione totale del cliente, che viene messa al primo posto attraverso la promessa di vivere una esperienza che "risveglia i sensi, infonde benessere e soddisfa anche i desideri e i bisogni inespressi dei nostri ospiti".

A garanzia di questo risultato lo staff di ogni albergo della catena ha la possibilità di spendere **fino a \$ 2.000** per risolvere al meglio i problemi dei clienti senza dover riferire nulla al manager!

Questa semplice regola determina e origina due risultati enormemente positivi: in primo luogo ogni cliente è veramente messo al centro dell'attenzione nella sua esperienza di soggiorno, anche pre e post stay, e in secondo luogo ogni membro del personale si sente altamente gratificato dalla possibilità di generare, con le proprie azioni e le proprie iniziative personali, la miglior esperienza di

soggiorno, senza dover chiedere preventivamente consensi o autorizzazioni a nessuno.

Come si dice..... Una perfetta strategia Win-Win.

La storia della giraffa Joshie insegna che il marketing quando si apre a dimensioni emozionali ed esperienziali è in grado di ottenere risultati eccellenti: generare stupore, celebrare il bello e il vero che c'è dentro ogni cosa e comunicare emozioni è diventato il linguaggio migliore per arrivare nella testa e nel cuore di tutti.

Autore

viviana