

ACTIVIDADES CLAVE

Para que nuestro modelo de negocio funcione correctamente, debemos orientar todas nuestras acciones al público joven, que es el principal consumidor del ocio nocturno. En primer lugar, debemos gestionar el local de forma eficiente, asegurando una operativa ágil que permita atender grandes volúmenes de clientes en poco tiempo, especialmente los fines de semana y en temporada alta. El control de caja, del stock y de los horarios es fundamental para evitar pérdidas y desorganización.

Debemos apostar por una programación musical actual y dinámica, adaptada a los gustos de los jóvenes, siguiendo tendencias y estilos que estén de moda. La elección de DJs, sesiones temáticas y cambios de ambiente a lo largo de la noche son claves para mantener el interés y prolongar la estancia de los clientes dentro del local.

La experiencia del cliente debe ser uno de nuestros principales objetivos. Debemos ofrecer un ambiente atractivo, seguro y social, donde los jóvenes se sientan cómodos y quieran volver. Una atención rápida y cercana en barra, junto con un trato respetuoso, es esencial, ya que este público valora mucho la inmediatez y el buen ambiente.

La gestión del personal es otra acción clave. Debemos contar con un equipo joven, dinámico y bien formado, capaz de conectar con el público y de actuar con rapidez ante cualquier incidencia. Además, debemos garantizar el cumplimiento de las normas de seguridad y consumo responsable, algo especialmente importante en un público joven.

Debemos cumplir estrictamente con la normativa vigente en materia de aforo, ruido y horarios, ya que cualquier incumplimiento puede tener consecuencias graves para el negocio. En un entorno juvenil, el control de accesos y la prevención de conflictos son imprescindibles para mantener una imagen positiva del local.

El marketing y la promoción deben estar claramente enfocados a los jóvenes. Debemos tener una presencia activa en redes sociales, promocionar eventos, fiestas temáticas y ofertas especiales, y colaborar con DJs y creadores de contenido locales. Sin una estrategia de comunicación constante, el local pierde visibilidad y atractivo frente a la competencia.

Por último, debemos controlar los costes y ajustar precios a la capacidad económica del público joven, manteniendo una buena relación calidad-precio. Si no

equilibramos precios, ambiente y experiencia, el modelo de negocio no funcionará, ya que este público es exigente, cambiante y poco fiel si no se le ofrece algo diferencial.

