Una mattina di pioggia, Marco arriva al suo bar preferito per prendere il caffè prima del lavoro. Ma trova una lunga coda: un solo barista dietro al bancone e dieci persone davanti a lui. Mentre aspetta, nota che qualcuno guarda nervosamente l'orologio, qualcun altro si lamenta, altri invece chiacchierano tranquillamente tra loro. Dopo dieci minuti, finalmente arriva il suo turno. Il caffè è buono come sempre, ma Marco si accorge che l'attesa gli ha rovinato un po' l'umore. Il giorno dopo passa davanti a un altro bar: meno accogliente, ma con servizio rapido. Esita, poi decide di entrare lì.

Nel frattempo, il barista del primo locale nota che molti clienti abituali stanno andando altrove. Decide allora di installare un sistema di prenotazione online per ordinare in anticipo e di offrire un piccolo biscotto gratuito a chi deve aspettare più di cinque minuti. In poche settimane, il bar torna a riempirsi: i clienti sorridono, e anche l'attesa sembra più leggera.

- **Perché le persone reagiscono in modo diverso all'attesa, anche se il tempo oggettivo è lo stesso?**
- **Cosa può fare un'azienda per trasformare il tempo di attesa in un'esperienza positiva per il cliente?**



MAGES

BICOCCA