

## ADA.23.02.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI DI RICETTIVITÀ TURISTICA

### SCHEDA DI CASO

**RISULTATO ATTESO 3 - Stabilire le politiche di customer satisfaction nei servizi di ricettività, a partire dall'individuazione dei fabbisogni della clientela, definendo strategie e modalità operative finalizzate a massimizzare la soddisfazione del cliente**

## 1 - POLITICHE DI CUSTOMER SATISFACTION

Grado di complessità 3

### 1.3 PIANO DI MIGLIORAMENTO

Definire, sulla base dei risultati dell'analisi dei dati comunque rilevati, un piano operativo di miglioramento teso a ridurre/eliminare le criticità riscontrate coinvolgendo tutte le componenti della struttura che, con diversi livelli di responsabilità, incidono sulla soddisfazione della clientela

Grado di complessità 2

### 1.2 RILEVAZIONE DIRETTA

Sensibilizzare, a partire dal sistema di indicatori definito, il personale a diretto contatto con la clientela (es. addetti al ricevimento, portieri, camerieri ai piani, maître d'hotel) alla rilevazione di ogni elemento che possa fornire utili indicazioni sul livello di soddisfazione del servizio erogato, attivando, se possibile, immediate azioni correttive direttamente con la clientela (es. sostituzione stanza, offerta di servizi accessori, applicazione di sconti sul conto finale)

### 1.2 RILEVAZIONE INDIRETTA

Monitorare il livello di soddisfazione della clientela attraverso l'analisi delle recensioni presenti su portali web dedicati (es. TripAdvisor) o su pubblicazioni di settore (es. guide turistiche), curando la fase di socializzazione dei dati rilevati all'interno della struttura ricettiva

Grado di complessità 1

### 1.1 DEFINIZIONE INDICATORI

Caratterizzare, sulla base della tipologia del servizio ricettivo offerto, le aspettative della clientela e definire un sistema di indicatori in grado di monitorarne la soddisfazione dettagliando le modalità operative di rilevazione (es. questionario per strutture alberghiere)

## ADA.23.02.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI DI RICETTIVITÀ TURISTICA

### SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1

#### RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Tipologia e standard di servizio offerto
- Tipologia e caratteristiche della clientela di riferimento
- Questionari cartacei e form on line finalizzati all'acquisizione del grado di soddisfazione del cliente e all'acquisizione dei dati dello stesso
- Dati e indicazioni dirette osservate dal personale della struttura
- Dati social media (recensioni presenti su portali web dedicati, es. TripAdvisor)
- Recensioni su guide turistiche

#### TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi e tecniche di definizione di indicatori di rilevazione della customer satisfaction
- Metodi e tecniche di elaborazione dei dati rilevati
- Metodi e tecniche di sviluppo di un piano di azioni correttive e miglioramento

#### OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Indicatori di rilevazione della customer satisfaction definiti
- Dati elaborati
- Piani di miglioramento sviluppati

#### INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

#### ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme delle tecniche di rilevazione, analisi e interpretazione della customer satisfaction

#### DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: Analisi di caso: a partire da un insieme di dati relativi al grado di soddisfazione di un numero cospicuo di clienti: elaborazione dei dati; presentazione dei risultati
2. Colloquio tecnico relativo a definizione di azioni di miglioramento del servizio, sulla base di quanto emerso dai risultati della prova prestazionale

## ADA.23.02.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI DI RICETTIVITÀ TURISTICA

## ADA.23.02.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI DI RICETTIVITÀ TURISTICA

### FONTI

Qualificazioni presenti nell'atlante

Repertorio delle qualificazioni della Regione FVG

Dammacco Salvatore, "Le imprese alberghiere", Ed. Maggioli Editore, 2016

Di Pietro Ilaria, "Il management dell'impresa alberghiera", Ed. Hoepli, 2016

Fierro Giuseppe, "Marketing e management delle imprese di ristorazione", Ed. Hoepli, 2015

Fierro Giuseppe, "Food & Beverage Management", Ed. Hoepli, 2006

D'Egidio Franco, "Il global service management (GSM)", Ed. Franco Angeli, 1993

Grasso Franco, "Oltre il Revenue Management alberghiero", Ed. Hoepli, 2012

Bonfiglietti Filippo, "La gestione professionale dell'azienda alberghiera", Ed. Franco Angeli, 2010

Nobbio C., Andreoletti R., "Il manuale del direttore d'albergo", Ed. Tecniche Nuove, 2016