

## ADA.23.02.02 - RICEVIMENTO E ASSISTENZA DEL CLIENTE

### SCHEDA DI CASO

**RISULTATO ATTESO 2** - Accogliere il cliente, avendo preventivamente acquisito eventuali prenotazioni, espletando gli adempimenti formali di registrazione e fornendo informazioni per illustrare i servizi offerti dall'albergo e quelli turistici del territorio

## 1 - FASE CHECK-IN

Grado di complessità 3

### 1.3 CLIENTI PARTICOLARI

Accogliere, a fronte di una prenotazione già perfezionata o in walk-in, clienti con necessità particolari (persone con disabilità non dichiarate, comitive particolarmente numerose, ospiti congresso) riservando loro attenzioni e riconfigurando se necessario il piano occupazioni e gestendo tutte le problematiche inerenti alla tipologia del cliente

Grado di complessità 2

### 1.2 CLIENTI IN WALK-IN

Ricevere il cliente (passante) che non ha prenotato, verificando la disponibilità immediata della camera sulla base della richiesta, concordando la tariffa ed interagendo con i vari settori (piani, ristorante, ecc.) per implementare i servizi aggiuntivi, riconfigurando se necessario il piano occupazioni e gestendo tutte le problematiche dell'ultimo minuto

Grado di complessità 1

### 1.1 CLIENTI PRENOTATI

Ricevere il cliente, a fronte di una prenotazione già pianificata, verificando la completezza della prenotazione (tipologia camera, numero notti, ecc.) integrando eventualmente le richieste, espletando le operazioni di registrazione previste dalla normativa nazionale ed assegnando la camera

## 2 - SERVIZI DELL'ALBERGO

Grado di complessità 5

### 2.5 TERZA LINGUA

Dialogare con il cliente utilizzando una terza lingua (tedesco) a livello B1

Grado di complessità 4

## ADA.23.02.02 - RICEVIMENTO E ASSISTENZA DEL CLIENTE

### 2.4 SECONDA LINGUA

Dialogare con il cliente utilizzando una seconda lingua (inglese) a livello B1

Grado di complessità 3

### 2.3 EMPATIA

Mantenere viva la relazione con il cliente durante il soggiorno, al fine di comprendere al meglio le sue esigenze/difficoltà, sia per anticipare richieste e cogliere al volo eventuali opportunità di vendita (up selling), sia per porre rimedio ad eventuali disservizi oppure ottimizzare il piano di vendita

Grado di complessità 2

### 2.2 SERVIZI PERSONALIZZATI

Proporre, a fronte di un'attenta valutazione della tipologia di cliente, pacchetti personalizzati di servizi interni ed esterni all'albergo che tengano in debita considerazione i gusti e le caratteristiche dell'utente, effettuando, qualora gradite, azioni dirette particolari (prenotazione spettacoli teatrali, cene speciali, inoltre omaggi floreali, ecc.)

Grado di complessità 1

### 2.1 SERVIZI STANDARD

Illustrare al cliente, durante il soggiorno, i servizi interni standard e quelli esterni convenzionati, assistendolo nell'individuazione di quelli più indicati a rendere la permanenza nella struttura più piacevole, prenotando i servizi esterni e trasmettendo le informazioni e gli ordini di servizi interni ai diversi reparti della struttura

## 3 - SERVIZI TURISTICI DEL TERRITORIO

Grado di complessità 3

### 3.3 ESCURSIONE GIORNALIERA

Individuare, sulla base di un primo approccio con il cliente, interessi e vincoli ed elaborare un programma di escursione giornaliera, combinando mezzo di trasporto e visite alle attrazioni turistiche. Alla luce del programma offerto elaborare anche i costi

Grado di complessità 2

### 3.2 PROMOZIONE DEL TERRITORIO

Presentare, sulla base di una richiesta specifica, i servizi turistici del territorio fornendo materiali di supporto, contattando operatori del territorio che offrano i servizi richiesti dal cliente e illustrando i

## ADA.23.02.02 - RICEVIMENTO E ASSISTENZA DEL CLIENTE

prodotti turistici individuati

Grado di complessità 1

### 3.1 LOCATION

Illustrare al cliente, durante il soggiorno e con l'ausilio di una mappa, la location dell'albergo fornendo informazioni riguardanti le attrazioni turistiche del territorio e i mezzi di trasporto

## ADA.23.02.02 - RICEVIMENTO E ASSISTENZA DEL CLIENTE

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

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

- Prenotazioni
- Piano occupazioni/disponibilità camere
- Tariffe
- Servizi aggiuntivi interni
- Supporti informatici per la registrazione (check-in)
- Documentazione in uso nel front office (libri arrivi/partenze, libro questura, schede notificazione)
- Informazioni su servizi esterni (convenzionati)
- Mappe
- Informazioni su servizi turistici e attrazioni del territorio
- Informazioni su mezzi di trasporto locali
- Necessità particolari dei clienti
- Standard di servizio
- Legislazione in materia di accoglienza alberghiera
- Normativa sulla privacy

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

- Tecniche di promozione dei servizi della struttura e del territorio
- Tecniche di comunicazione e di vendita
- Strumenti e tecniche di negoziazione e gestione del conflitto/dei reclami

#### **OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ**

- Check-in svolto
- Informazioni sulla struttura ricettiva, i servizi interni e l'offerta turistica del territorio erogate
- Servizi interni ed esterni prenotati
- Escursioni programmate e prenotate

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

##### **ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE**

1. L'insieme delle tecniche di comunicazione e vendita e promozione dei servizi della struttura e del territorio

##### **DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE**

1. Prova prestazionale: in situazione simulata, a partire da un insieme di input (risorse fisiche e

## ADA.23.02.02 - RICEVIMENTO E ASSISTENZA DEL CLIENTE

informative) dati, riferiti ad una struttura ricettiva e ad un determinato territorio, conduzione di una attività di accoglienza cliente, dall'espletazione delle procedure di check-in all'erogazione delle informazioni (anche in due lingue straniere)

**2.** Colloquio tecnico relativo a modalità di gestione di una criticità data

## ADA.23.02.02 - RICEVIMENTO E ASSISTENZA DEL CLIENTE

## ADA.23.02.02 - RICEVIMENTO E ASSISTENZA DEL CLIENTE

### 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