

ADA.23.02.02 - RICEVIMENTO E ASSISTENZA DEL CLIENTE

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 3 - Gestire la relazione con il cliente, garantendo l'assistenza durante il soggiorno alberghiero, espletando gli adempimenti formali e le operazioni di pagamento nelle fasi di ricevimento e di congedo e accertando il livello di soddisfazione relativo al periodo di permanenza

1 - LIVE-IN

Grado di complessità 4

1.4 GUEST DIVERSITY MANAGEMENT

Differenziare in maniera appropriata il servizio tenendo in considerazione differenze culturali e comportamentali di clienti provenienti da culture e realtà o abilità diverse

Grado di complessità 3

1.3 GESTIONE DELLE CRITICITÀ

Rilevare, in presenza di criticità organizzative, evidenti o segnalate, il punto di origine all'interno del flusso produttivo e agire sulle cause al fine di ridurre/eliminare la loro incidenza rispetto al corretto funzionamento aziendale

Grado di complessità 2

1.2 ASSISTENZA PERSONALIZZATA

Attivare, a fronte di richieste specifiche del cliente, servizi personalizzati (servizio di pasti in camera, lavanderia, SPA e massaggi), servizio prenotazione sala congressi, taxi, cambio valute, ecc.

Grado di complessità 1

1.1 ASSISTENZA ALL'ARRIVO

Attivare, eseguito il check-in del cliente, il servizio di portabagagli, posteggio dell'auto, accompagnamento del cliente alla stanza assegnata, illustrando le modalità di utilizzo degli impianti a disposizione (badge, aria condizionata, televisore)

2 - CHECK-OUT

Grado di complessità 3

2.3 CONDIZIONI RIVISTE A SVANTAGGIO DEL CLIENTE

Modificare, sulla base di indicazioni ricevute dalla Direzione e a fronte di evidenti responsabilità del

ADA.23.02.02 - RICEVIMENTO E ASSISTENZA DEL CLIENTE

cliente (per esempio cancellazioni, no-show, danni ad oggetti o cose, ecc.), le tariffe concordate applicando penali o formule di aggravio di costi per l'utente

Grado di complessità 2

2.2 CONDIZIONI RIVISTE A VANTAGGIO DEL CLIENTE

Modificare, sulla base degli obiettivi fissati dal piano di ottimizzazione della vendita definito dalla strategia aziendale comunicati al personale di Front Office, le tariffe concordate offrendo upgrade a vantaggio del cliente applicando formule standard che tengono in considerazione variabili legate alla tipologia di cliente servito (da fidelizzare, abituale, ecc.) o al tipo di servizio erogato (GIFT CARD per servizio imperfetto)

Grado di complessità 1

2.1 CONDIZIONI PATTUITE

Elaborare e presentare il conto al cliente sulla base delle tariffe concordate, spiegando l'articolazione delle voci, addebiti che lo compongono (fattura, ricevuta, ecc.) e procedere con l'incasso

3 - QUALITÀ

Grado di complessità 4

3.4 FORMAZIONE DEL PERSONALE

Pianificare, al fine di un miglioramento continuo, incontri con lo staff dell'albergo per condividere i risultati dei questionari e dei monitoraggi della customer satisfaction e rilevare proposte e suggerimenti

Grado di complessità 3

3.3 RILEVAZIONE DELLA WEB REPUTATION

Monitorare le recensioni sul web rispondendo puntualmente a complimenti come a critiche

Grado di complessità 2

3.2 RILEVAZIONE GRADO SODDISFAZIONE PER ISCRITTO

Stimolare il cliente, sulla base di questionari di monitoraggio predisposti, disponibili in stanza o questionari online, ad esprimere il suo giudizio, analizzando le risposte al fine di conoscerne meglio gusti, esigenze e aspettative (ringraziare per mail inviando un questionario)

Grado di complessità 1

ADA.23.02.02 - RICEVIMENTO E ASSISTENZA DEL CLIENTE

3.1 RILEVAZIONE GRADO SODDISFAZIONE TRAMITE ASCOLTO ATTIVO

Monitorare il cliente durante il soggiorno, sulla base di indicazioni dello staff alberghiero, al fine di rilevare eventuali insoddisfazioni

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)

- Caratteristiche della struttura, dotazioni e spazi
- Servizi accessori (es. portabagagli, posteggio auto)
- Servizi personalizzati (es. servizio di pasti in camera, lavanderia, SPA e massaggi, ecc.)
- Tariffe e voci di costo di un conto
- Disposizioni e procedure per upgrade a vantaggio del cliente (es. Gift card per disservizi)
- Disposizioni e procedure per l'applicazione di penali o formule di aggravio
- Standard di servizio e procedure aziendali
- Differenze culturali e comportamentali di clienti provenienti da culture e realtà o abilità diverse
- 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)

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Tecniche ed operatività di comunicazione e di vendita
- Tecniche ed operatività di assistenza al cliente
- Tecniche di guest diversity management
- Metodi e tecniche di rilevazione della customer satisfaction

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Assistenza standard e personalizzata al cliente all'arrivo
- Conto elaborato
- Proposte di miglioramento raccolte

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 assistenza al cliente (in fase di check-in e in fase di check-out)
2. L'insieme delle tecniche di rilevazione della customer satisfaction

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: conduzione, in situazione simulata, di una attività di assistenza in fase di live-in o in fase di check-out (a partire da input dati)
2. Colloquio tecnico relativo a descrizione delle modalità di gestione di un cliente proveniente da

ADA.23.02.02 - RICEVIMENTO E ASSISTENZA DEL CLIENTE

realtà e cultura diversa o con abilità diverse (applicandolo - sostituendo il cliente - alla situazione della prova prestazionale)

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