

PROVA PLURIDISCIPLINARE DI INDIRIZZO

NUCLEI TEMATICI FONDAMENTALI DI INDIRIZZO CORRELATI ALLE COMPETENZE

Nucleo tematico fondamentale n. 8 Ospitalità, intesa come spazio comunicativo del customer care; identificazione del target della clientela e offerta di prodotti e servizi per la soddisfazione e la fidelizzazione della clientela.



A COMPrensione DEL TESTO

- Dopo avere letto e analizzato il testo che segue rispondi ai quesiti.

La customer care H2H per la fidelizzazione dell'ospite

Oggi che tutto è a portata di un click, la figura del concierge lascia spazio alla sua evoluzione tecnologica: il Virtual Concierge. Sempre più strutture ricettive, in particolare le grandi catene, sviluppano app per garantire un servizio completo, customizzato, di massima qualità ed efficienza e allo stesso tempo per vendere ai propri ospiti la migliore esperienza possibile. Queste app possono essere scaricate dall'ospite sul proprio smartphone, oppure sono disponibili tramite tablet che gli stessi hotel mettono a disposizione nelle camere. Nel mondo aumentano i prodotti che si muovono in questa direzione, garantendo un'assistenza completa a 360° che accompagna l'ospite dalla sua prima visita al sito web della struttura al momento della prenotazione, all'acquisto di servizi extra e upgrade, alla fase di accoglienza e di effettivo soggiorno, fino al momento del suo check-out.

L'obiettivo è quello di garantire la migliore guest experience possibile, valorizzando la relazione con l'ospite attraverso risposte tempestive alle sue richieste, esaudendole nell'immediato, per migliorare quindi la qualità del servizio offerto e la propria brand reputation.

L'ospite saprà di avere a disposizione informazioni continuamente aggiornate (*dove posso cenare stasera? che eventi ci sono in zona? a che ora parte la prossima navetta per l'aeroporto?*) e si sentirà accudito. Ciò può potenzialmente tradursi in migliore vendita diretta (disintermediazione) e maggiore fidelizzazione, costituendo anche un ottimo strumento per fare database e raccogliere informazioni utili per successive attività di marketing.

Oltre a questo genere di app esistono poi piattaforme per la guest experience, pensate per mettere in forte relazione l'ospite e lo staff, che permettono di coordinare tutti i reparti di una struttura ricettiva per rispondere tempestivamente ai bisogni dell'ospite, per un approccio personalizzato al Guest Relationship Management.

Se è vero che i costi per accedere a queste tecnologie possono apparire difficilmente sostenibili per piccole strutture e vengono più facilmente ammortizzati dalle grandi realtà, immaginare un servizio di supporto di tal genere può dare benefici anche alle strutture più piccole, che mostrerebbero così una maggiore attenzione al customer care.

Che si tratti di questo o di servizi di messaggeria, la cosa importante è che non si vada a sostituire in alcun modo la relazione personale, l'empatia con lo staff, ovvero il cosiddetto *human touch* – H2H –, che non potrà mai mancare agli occhi dell'ospite per valutare positivamente la sua esperienza di soggiorno.

Liberamente tratto da: interludehotel.it

Quesiti

1. Che cosa si intende per guest experience e come si collega al customer care?
2. Quali sono le conseguenze di una positiva guest experience per la struttura ricettiva?
3. Quali sono le azioni di customer care adatte alle piccole strutture ricettive? Proponi degli esempi e motiva le scelte.

B PADRONANZA DELLE CONOSCENZE

Human touch, H2H, è in contrasto con la grande richiesta di digitalizzazione del settore ricettivo. Come si incontrano questi due contesti e come contribuiscono al successo dell'impresa?

- **Elabora un testo di 30 righe su questo tema. Integra con alcune tue esperienze.**
- **IN GRUPPO** Ricercate le informazioni per approfondire questo tema: *Customer care, Relationship Marketing e Customer Relationship Management nell'ospitalità*. Elaborate un testo di 20 righe.

C PADRONANZA DELLE COMPETENZE TECNICO-PROFESSIONALI

TIPOLOGIA D: PROGETTAZIONE

- **Elaborazione delle linee essenziali di un progetto finalizzato alla fidelizzazione del cliente e valorizzazione territoriale.**

L'ospitalità è un concetto molto vasto e ricco che si basa sulla capacità di prevedere i bisogni dei clienti, accoglierli e ospitare i visitatori di tutto il mondo e di ogni cultura, in modo da farli sentire sempre a loro agio. Nel contesto del marketing l'ospitalità si arricchisce di comunicazione e collaborazione H2H che mira a fidelizzare i clienti abituali affinché riacquistino i servizi e attivino il passaparola positivo anche sulle piattaforme online.

- Per fidelizzare la clientela e quindi soddisfare le sue aspettative, la qualità dell'ospitalità fa la differenza nell'esperienza del cliente. Tratta questo argomento.
- Sei il gestore di una piccola e tipica struttura ricettiva del tuo territorio. Anche riportando esperienze personali (di stage aziendali e/o lavorative) che hai effettuato durante il percorso di studio:
 - quali azioni di marketing attiveresti per fidelizzare la clientela? Motiva le scelte.
 - quali azioni di Co-marketing attiveresti, in coerenza con quelle scelte nel punto precedente, per partecipare alla valorizzazione del tuo territorio?



SPUNTI PER I COLLEGAMENTI

Diritto e tecniche amministrative

Pianificazione e programmazione aziendale

Tecniche di comunicazione e relazione

Il linguaggio persuasivo del marketing

Arte e territorio

Gli attrattori culturali ed enogastronomici del territorio

GRIGLIA DI VALUTAZIONE

Valuta il tuo lavoro

Indicatori	Punteggio max	Punteggio attribuito
Comprensione del testo	3	
Padronanza delle conoscenze	6	
Padronanza delle competenze tecnico-professionali	8	
Padronanza del linguaggio specifico di pertinenza del settore professionale	3	
Punteggio massimo totale	20	