



CONTENUTI

Compiti e attività principali
Formazione e possibili percorsi

VOCABOLARIO



Front office = Il termine front office, letteralmente "ufficio frontale", viene utilizzato per indicare il lavoro di sportello a diretto contatto con il pubblico. Nelle strutture turistiche è l'insieme dei reparti che si occupa dell'organizzazione e della vendita dei servizi. Si contrappone al termine back office che indica il lavoro di ufficio.



L'addetta al ricevimento presta attenzione a ogni richiesta del cliente.

Il receptionist ti dà il benvenuto!

Focus Chi è il receptionist?

L'operatore di ricevimento è la **figura professionale** che si occupa dell'**accoglienza** del cliente nei servizi di *front office* delle strutture ricettive alberghiere e turistiche.

L'addetto al ricevimento, oltre a essere il primo a dare il *benvenuto* agli ospiti, è colui che segue con cortesia, flessibilità e pazienza ogni loro richiesta.

È la figura responsabile della prima impressione del cliente sull'immagine e sulla qualità del servizio dell'intera organizzazione. Quando si entra in un albergo, infatti, ciò che colpisce è la gentilezza e il sorriso di chi opera in questo settore.

Compiti e attività principali

Il compito più importante dell'addetto alla reception, e in generale degli operatori dell'accoglienza, è quello di saper mettere le proprie competenze e qualità umane al **servizio del cliente**, al fine di poterne soddisfare le più svariate esigenze e aspettative.

I compiti assegnati all'addetto al ricevimento sono pertanto numerosi e variano in relazione alla tipologia di struttura, alla categoria e all'organizzazione interna.

I **compiti principali** sono:

- accogliere e sistemare il cliente al suo arrivo;
- fornire informazioni e suggerimenti sulla struttura, sui servizi e sulla località;
- occuparsi delle prenotazioni e della vendita delle stanze e dei servizi;
- occuparsi di reclami e richieste;
- gestire le comunicazioni con e per conto del cliente;
- gestire la comunicazione con gli altri reparti;
- registrare le operazioni contabili e amministrative;
- gestire la partenza del cliente;
- mantenere i contatti periodici con i clienti nella fase successiva alla partenza;
- coordinare con gli altri reparti la gestione dei servizi congressuali;
- fornire il primo soccorso;
- adottare misure di prevenzione antincendio e sicurezza;
- rispettare le norme di igiene e di cura personale;
- svolgere funzioni generali di vigilanza e controllo.

Formazione e possibili percorsi

Il percorso formativo dell'addetto al ricevimento parte, generalmente, dalla frequenza di un istituto professionale a indirizzo turistico e prosegue con esperienze di **stage** e attività di **formazione** in diverse strutture turistico-alberghiere in Italia e all'estero.

L'esperienza lavorativa nel settore rappresenta tuttavia l'elemento principale della sua formazione, in quanto le professioni turistiche richiedono una notevole capacità di adattamento ed esperienza diretta.

L'addetto al ricevimento, che dimostra una buona preparazione generale di base, la capacità di vedere le cose da molti punti di vista e di saper risolvere problemi in modo creativo, può crescere professionalmente fino a raggiungere i livelli più alti di responsabilità nelle aziende del settore.

In ogni caso si tratta di una professione in cui non ci si annoia mai, dove ogni giorno è un giorno diverso, dove si possono incontrare persone, culture e mentalità nuove, vedere realtà di cui fino a poco prima non si immaginava neppure l'esistenza.

Lavorare nel turismo

Le possibilità di impiego nelle aziende che operano nel settore del turismo sono davvero numerose e in continua evoluzione.

Per alcune professioni bisogna essere disposti a viaggiare, per altre occorre adattarsi a orari di lavoro molto variabili, con picchi di forte attività e anche momenti "morti".

Occorre quasi sempre avere buoni titoli culturali, intraprendenza e spirito di sacrificio. Per semplicità di esposizione proponiamo di seguito solo alcune delle figure professionali più rappresentative.



Ricorda, il tuo primo posto di lavoro è la scuola! Una frequenza positiva e consapevole del corso di studi scelto è la migliore referenza a un colloquio di lavoro.

LAVORARE NEL TURISMO: LE FIGURE PROFESSIONALI		
Settore alberghiero	Settore agenzia di viaggio e ufficio turistico	Settore congressuale
<ul style="list-style-type: none"> • Impiegato di ricevimento • Impiegato di portineria • Impiegato di segreteria • Responsabile alloggio • Responsabile ristorazione • Responsabile commerciale • Direttore d'albergo 	<ul style="list-style-type: none"> • Accompagnatore turistico • Animatore turistico • Guida turistica • Impiegato di agenzia di viaggio • Direttore tecnico d'agenzia 	<ul style="list-style-type: none"> • Operatore congressuale • Hostess e assistente congressuale • Traduttore • Responsabile congressi

Il turismo rappresenta uno dei principali settori economici per molti Paesi europei e richiede figure sempre più specializzate, in possesso di competenze professionali in grado di rispondere a una domanda di servizi turistici di qualità.

Tuttavia, la precarietà d'impiego nel settore, legata soprattutto alla stagionalità, rende talvolta difficile poter contare su personale specializzato.

Per cercare di affrontare e risolvere questa problematica, è partito il progetto per il turismo d'Europa e in alcune regioni italiane verrà sperimentata la Borsa europea di formazione/lavoro del turismo, con la finalità di rendere il lavoro meno precario e permettere a chi entra nel settore di raggiungere una adeguata formazione.

INTERNET POINT

www.lavoroturismo.it

www.formazioneturismo.it



NOTIZIE IN PILLOLE

La Borsa europea di formazione/lavoro del turismo

La Borsa è una struttura che consente di informare e consigliare i lavoratori in tempo reale sulle opportunità di lavoro e di formazione nelle differenti zone turistiche europee, e di realizzare itinerari di formazione/lavoro specifici in grado di fornire competenze spendibili sul mercato europeo. L'Emilia-Romagna è una delle regioni coinvolte nella sperimentazione.

www.emiliaromagna.borsalavoro.it

CONTENUTI

Competenze professionali
Stage e corsi di aggiornamento
Attitudini umane

Receptionist, che passione!

Focus Ma allora, receptionist si nasce o si diventa?

Nell'ambito delle attività legate all'accoglienza turistica, per etica professionale si intende l'insieme delle **regole di comportamento** che l'addetto al front office è tenuto a seguire per svolgere con serenità e consapevolezza la propria professione.

Cordialità, interesse verso il cliente, competenze e capacità comunicative, e soprattutto amore e passione per il proprio lavoro, rappresentano solo alcuni degli ingredienti più preziosi per svolgere con professionalità e soddisfazione questa entusiasmante attività.

Competenze professionali

Le competenze professionali sono l'insieme di **conoscenze** e **abilità** che l'addetto al ricevimento deve possedere per portare a termine, con diligenza ed efficacia, i numerosi compiti previsti dal lavoro al front office.

Le conoscenze approfondite di almeno due lingue straniere, della tecnica e dell'organizzazione turistica, della geografia turistica del territorio, dell'uso dei più aggiornati strumenti informatici, rappresentano solamente alcune delle competenze più richieste dal settore.

Le abilità necessarie per lo svolgimento delle varie fasi operative dell'attività di front office spaziano dal saper utilizzare software di gestione alberghiera, strumenti di supporto all'attività d'ufficio (pc, fax, fotocopiatrice ecc.), al saper applicare correttamente **procedure standard** di prenotazione, check in, check out, di registrazione contabile, nonché mettere in pratica tecniche di accoglienza e comunicazione efficaci nel rapporto con il cliente.

VOCABOLARIO

Procedura standard = Termine inglese, usato spesso anche in italiano, utilizzato per indicare il modello assunto come termine di riferimento, di misura o di confronto, per valutare il comportamento medio dell'uomo in relazione a una determinata attività o prestazione.



COMPETENZE PROFESSIONALI - IL DETTAGLIO	
Conoscenze	Abilità
Lingue straniere	Applicare tecniche di accoglienza della clientela che consentano di stabilire rapporti cordiali e positivi almeno in due lingue straniere.
Tecnica e organizzazione alberghiera	Applicare procedure standard di prenotazione, check in, check out, contabilità.
Itinerari turistici e offerta turistica locale	Saper utilizzare materiali informativi dell'offerta turistica.
Informatica	Saper utilizzare software di gestione alberghiera, di navigazione Internet e posta elettronica.
Principi di <i>customer care</i>	Applicare tecniche di comunicazione efficace nel rapporto con il cliente.

Stage e corsi di aggiornamento

Le competenze professionali si acquisiscono con lo studio, l'esperienza di campo e seguendo dei corsi di formazione continua.

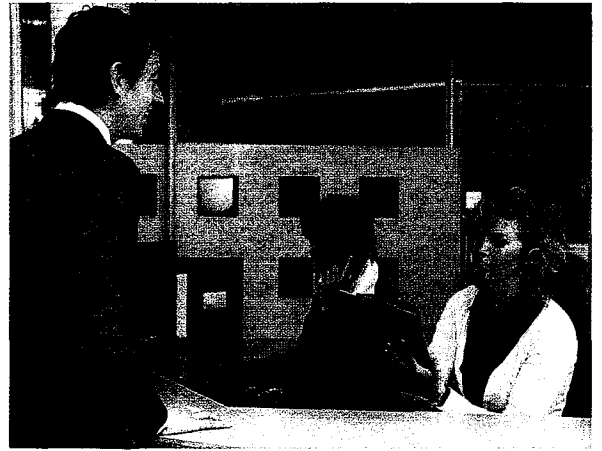
Le attività di stage

L'esperienza sul campo è senza dubbio la modalità migliore per favorire l'inserimento di un giovane nel mondo del lavoro.

Occasioni di **stage orientativi** e **formativi** sono offerte dalla scuola stessa, con modalità e tempi di realizzazione che ne garantiscono la sicurezza e l'opportunità di crescita professionale e umana.

Le attività di stage potranno, in un secondo tempo, essere rafforzate da esperienze di lavoro stagionale estivo.

Una volta terminati gli studi e conseguito il diploma, per arricchire il proprio bagaglio professionale, acquisire sensibilità, apertura mentale e affinare le proprie conoscenze di formazione/lavoro, sarà opportuno seguire stage o esperienze di tirocinio anche all'estero, in strutture di un certo livello.



Chi lavora nell'ospitalità deve aggiornarsi perché il settore turistico è soggetto a continui mutamenti.

I corsi di aggiornamento

I corsi di aggiornamento rappresentano un sistema di **formazione continua** delle competenze professionali degli addetti che operano nel settore dell'accoglienza.

Non dobbiamo pensare che, una volta entrati a pieno titolo nel mondo del lavoro, il nostro percorso di formazione sia concluso. In un settore soggetto a continui mutamenti come quello turistico, le aziende sentono costantemente la necessità di collaborare con personale altamente specializzato.

L'importanza della formazione professionale degli addetti del settore è ribadita anche dalla legge di riforma del turismo.

Questi corsi possono essere organizzati dall'azienda stessa al suo interno o da associazioni di categoria esterne, numerose e attive nel settore della formazione.

Le aziende alberghiere puntano molto sulla formazione continua per far crescere il loro personale e garantirne la fidelizzazione, specialmente quelle di grandi dimensioni, dove il **turnover** raggiunge anche l'80% annuo.

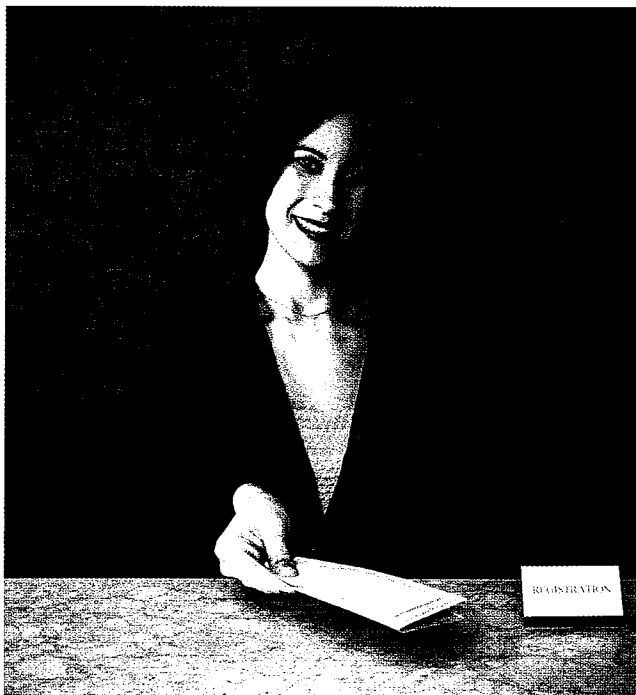
NOTIZIE IN PILLOLE

Il receptionist dell'anno

L'AIRC, l'Associazione internazionale dei vice direttori e capi ricevimento 4 e 5 stelle, organizza ogni anno una competizione internazionale, il **David Campbell Trophy**, dedicata ai migliori receptionist del mondo.

Per saperne di più visita il sito www.aicr-italia.org





Accogliere il cliente con un sorriso è il modo migliore per instaurare da subito un contatto positivo e di fiducia.

Attitudini umane

Le attitudini umane sono le qualità psicologiche e caratteriali che distinguono una persona da un'altra rendendola unica.

In un'attività a contatto con il pubblico come quella dell'addetto all'accoglienza, alcune **doti umane** possono diventare strumenti di lavoro preziosi per poter svolgere con efficacia il proprio lavoro e, insieme alle competenze professionali, determinare la qualità del servizio offerto.

Umiltà, pazienza, precisione e doti relazionali sono solo alcuni esempi delle caratteristiche comportamentali di un buon addetto al ricevimento.

Si tratta in parte di talenti innati e, in parte, di competenze che si possono acquisire e affinare con lo studio, l'esperienza, la buona volontà e soprattutto tanto amore per il proprio lavoro.

La cortesia e la gentilezza talvolta contano di più della tecnologia!

DOTI UMANE: IL DETTAGLIO	
<i>Saper essere</i>	<i>Saper fare</i>
Sorridenti e simpatici	Accogliere il cliente con un sorriso è il modo migliore per instaurare da subito un rapporto positivo e di fiducia. "Benvenuto!", "Welcome!".
Comprensivi con il cliente	Mettersi nei panni dell'altro, la qualità più difficile da affinare, specialmente nel caso di problemi o reclami. Riuscire a capire le attese del cliente e far comprendere la sincerità dei nostri sforzi per risolvere il suo problema. "Il problema è mio".
Umili e pazienti	Non essere arroganti anche quando si è molto impegnati, non alzare mai la voce, mantenere la calma e la disponibilità nei momenti critici.
Comunicativi e aperti	La predisposizione ai rapporti con gli altri e la capacità di ascolto attivo diventano fondamentali per capire le differenti psicologie delle persone e adottare strategie comunicative adeguate.
Gentili e cortesi	Conoscere e applicare le regole della buona educazione sono requisiti imprescindibili.
Onesti e responsabili	Impegnarsi sinceramente nel proprio lavoro cercando di mantenere rapporti di rispetto per le persone e i loro beni.
Precisi, chiari e puntuali	Arrivare puntuali al lavoro, eseguire le procedure di servizio con precisione e chiarezza.
Discreti e riservati	Mantenere la riservatezza su elementi personali che riguardano sia ospiti che colleghi. Non divulgare notizie riservate dell'azienda, attenersi al segreto d'ufficio.
Collaborativi nel lavoro di squadra	Il lavoro in team determina il vero successo di un'azienda. Disponibilità al confronto e alla collaborazione sono importanti elementi di crescita.
Tolleranti	Non discriminare le persone in base alla razza, religione, provenienza o idee politiche, non avere pregiudizi, essere mentalmente aperti.

Comportamento e presenza parlano per te

CONTENUTI

*Portamento e contegno
Il contatto positivo
Igiene personale, delle attrezzature
e dei locali*

Focus Cosa si aspetta un cliente che entra in albergo?

Abbiamo visto nei paragrafi precedenti come al personale di front office siano richieste non solo specifiche competenze tecniche, ma anche e soprattutto atteggiamenti e qualità personali ritenuti fondamentali per operare con successo nel settore dell'accoglienza.

Acquisire la consapevolezza che il nostro comportamento e il nostro aspetto esteriore trasmettono messaggi e sensazioni che condizionano inevitabilmente la qualità del servizio percepita dal cliente, nonché la sua prima impressione, è un primo passo verso la comprensione di ciò che gli esperti chiamano **relazioni non verbali**.

Questi aspetti della relazione, proprio per la loro straordinaria importanza, e non solo in ambito professionale, verranno ripresi e approfonditi nella parte del libro relativa alla comunicazione non verbale.

Portamento e contegno

Pur rimanendo in silenzio, il nostro corpo parla per noi e il suo linguaggio cambia a seconda dell'ambiente in cui ci troviamo ad agire e delle relazioni che intratteniamo.

Tra amici, il nostro comportamento sarà informale e rilassato, l'abbigliamento e il linguaggio appropriati al contesto e le relazioni personali improntate alla parità.

In un ambiente di lavoro, invece, specialmente nelle attività di relazione con il pubblico, il nostro comportamento, così come la scelta dell'abbigliamento e la cura della persona, dovranno seguire precise regole di servizio. Le relazioni con gli altri, siano essi colleghi o clienti, saranno formali, corrette e funzionali all'attività prestata. Nel settore dell'accoglienza, dunque, la cura del comportamento diventa un elemento essenziale per determinare la professionalità e lo **stile di servizio** dell'intera azienda.

La postura

La postura è intesa come il modo di porsi con il corpo nello spazio.

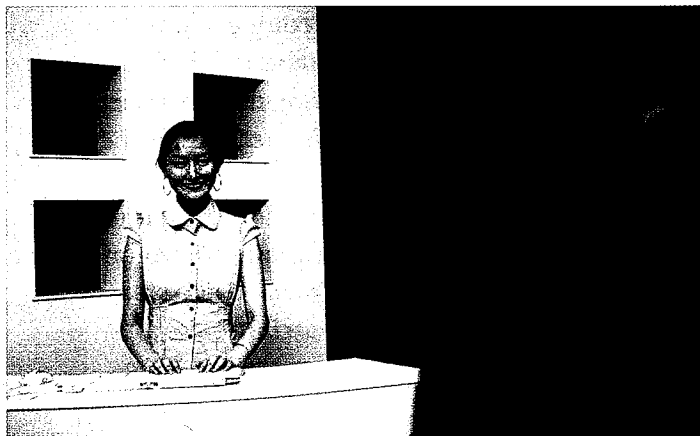
Nelle attività di accoglienza la **posizione del corpo** assume un'importanza significativa, non solo perché proietta l'atteggiamento più intimo dell'operatore, che a seconda dei casi può trasmettere scontentezza, esitazione, compiacenza, disinteresse o altro, ma anche perché tenere una corretta posizione, sia in piedi che seduti, aiuta a sentire meno la stanchezza della giornata.

È difficile far credere a un cliente, appena arrivato in albergo, che è il benvenuto quando ci rivolgiamo a lui con un "Buongiorno signor Rossi, ben arrivato, La stavamo aspettando!" mentre rimaniamo seduti e fissiamo svogliati il monitor del nostro computer.



In quale posizione stiamo? Una posizione del corpo sciolta e disinvolta trasmette serenità e fiducia... ma attenzione a non senza esagerare!

Alzarsi in piedi, mantenere il busto eretto, guardare il cliente negli occhi, evitare movimenti del corpo inconsulti e bruschi, come per esempio togliersi di scatto gli occhiali o buttare una penna sul bancone, dare indicazioni stradali o su come raggiungere una zona dell'albergo, senza usare eccessivamente le mani per destra o sinistra, oppure muovere la testa per rispondere sì o no a eventuali domande, sono solo alcuni consigli utili per trasmettere sensazioni positive al nostro interlocutore.



Lo sguardo

Lo sguardo è un altro aspetto della comunicazione non verbale ritenuto fondamentale per instaurare un **contatto personale** positivo con le persone.

Guardare la persona negli occhi è l'equivalente di chiamarla per nome, mostra interesse e attenzione, infonde nell'altro stima e fiducia, genera cordia e simpatia. Parlare con una persona che non risponde allo sguardo può essere molto fastidioso e ingenerare nell'interlocutore un'impressione negativa di insicurezza e sfiducia.

PORTAMENTO E CONTEGNO - GLI ATTEGGIAMENTI	
Da evitare	Da favorire
Disinteresse e disprezzo.	Guardare la persona negli occhi, mostrarsi interessato.
Chiacchiera inutile.	Ascoltare quello che il cliente dice e come lo dice.
Apprezzamento su altri ospiti o colleghi.	Non fare commenti che potrebbero urtare la sensibilità degli altri. Non essere mai arroganti, anche quando si è molto impegnati.
Controversie con colleghi davanti ai clienti.	Non criticare gli altri, cercare di vedere l'aspetto positivo delle persone con cui si entra in contatto.
Sbraitare ordini o richieste.	Non alzare mai la voce.
Partecipare non richiesti alle conversazioni dei clienti.	Intervenire e assumere iniziative solo se richiesto.
Dire al cliente: "Non ho tempo, mi dispiace, non posso fare niente per Lei".	Rispondere: "Un attimo e sono subito da Lei", "Non si preoccupi, vedo cosa posso fare".
Dire al cliente: "Questo non è il mio compito", "Non lo so".	Mettersi nei panni del cliente: "Il problema è mio".
Mangiare, masticare, bere, fumare in servizio.	Fare pausa negli appositi locali di servizio.

Il contatto positivo

L'empatia

L'empatia è la capacità di **mettersi nei panni del cliente**, di vedere con i suoi occhi.

L'empatia non è una qualità innata, ma una dote che si acquisisce e affina con il tempo e l'esperienza, sia professionale che personale, attraverso le continue relazioni.

L'empatia non è una forma di cortesia superficiale, ma una qualità di carattere psicologico che rende motivati e disponibili verso i bisogni e le aspettative dell'altro.

In ambito professionale, entrare in empatia con il cliente può risultare molto utile per comprendere le risposte che lui si attende da noi e identificare la strategia di comunicazione più adatta al suo carattere, specialmente nel caso di reclami e problemi.

Comprendere le attese del cliente, e far comprendere la sincerità dei nostri sforzi per risolvere il suo problema, è dunque una questione sia di conoscenza che di capacità relazionale.

Il comportamento assertivo

Imparare a usare l'empatia significa adottare un tipo di comportamento che gli esperti chiamano *assertivo*.

Un comportamento si definisce assertivo quando nella relazione interpersonale si realizza un adeguato **bilanciamento** dei **bisogni** delle parti, e le persone coinvolte agiscono liberamente nel rispetto dei propri interessi e diritti senza prevalere sugli altri.

È un modo di operare che consente di esprimere se stessi, i propri sentimenti e il proprio dissenso con chiarezza e razionalità, senza aggressività, riducendo al minimo le situazioni di conflitto.



Il receptionist è consapevole che applica un suo *role playing* nel rapporto con il cliente.



Riconoscere e comunicare le proprie emozioni migliorano il nostro comportamento e la qualità delle nostre relazioni.

PROPOSTA DI LAVORO IN CLASSE

E io, che tipo sono?

Con l'aiuto dell'insegnante, e sulla base delle indicazioni ricevute in merito al comportamento assertivo, rifletti sul tuo comportamento quotidiano e **descrivi per iscritto**, in maniera sintetica ma precisa:

- quando ti capita di sentirti inibito;
- quando ti capita di essere aggressivo;
- quando senti che le persone approfittano della tua disponibilità.

Al termine del compito individua almeno un paio di buoni propositi per migliorare il tuo comportamento e diventare più assertivo.

VOCABOLARIO

Role playing = Letteralmente "gioco di ruoli", indica la recita di un ruolo effettuata per simulare il comportamento corretto da tenere in una determinata situazione, sia in termini psicologici che professionali. L'obiettivo principale è di far emergere non solo il ruolo e le norme comportamentali, ma anche la creatività della persona. La videoregistrazione della scena facilita la discussione e l'apprendimento.

COMPORTAMENTO ED EMPATIA, TIPOLOGIE E CARATTERISTICHE		
<i>L'assertivo</i>	<i>L'inibito</i>	<i>L'aggressivo</i>
Difende i propri diritti e rispetta quelli degli altri.	Permette agli altri di non essere rispettato.	Tende a violare i diritti e a manipolare gli altri.
Prende le decisioni in modo autonomo, senza farsi manipolare e valutando razionalmente le possibili alternative.	Consente agli altri di prendere decisioni per lui, tende a farsi manipolare.	Tende ad assumere sempre l'iniziativa e polemizza costantemente con quella degli altri.
Accetta e rispetta il punto di vista degli altri.	Subisce il punto di vista degli altri, non esprime il proprio.	Impone il proprio punto di vista, rifiuta quello degli altri.
Cerca di vedere l'aspetto positivo nelle persone.	Tende a vedere l'aspetto negativo e minaccioso delle persone.	Critica e rimprovera apertamente gli altri, è ostile e pieno di rancore.
Si mette in discussione, è disponibile a cambiare la propria posizione.	Non si mette in discussione, non assume alcuna posizione.	Non si mette in discussione, non cambia opinione e tende a far prevalere la propria.
Esprime adeguatamente le proprie emozioni, è aperto al confronto.	Esprime con difficoltà le proprie emozioni, tende a chiudersi e isolarsi.	Esprime incontrollate le proprie emozioni, si intromette anche se non richiesto.
Collabora volentieri con gli altri, suscita fiducia e stima.	Collabora faticosamente con gli altri, suscita fastidio e imbarazzo.	Non ama collaborare, costringe gli altri a posizioni di difesa o inibizione, suscita sentimenti di collera e vendetta.
Si sente sicuro di sé, sa autovalutarsi in modo adeguato.	Si sente frustrato, insoddisfatto e insicuro, non sa autovalutarsi obiettivamente.	Si sente pieno di sé, non sa autovalutarsi obiettivamente.
Raggiunge con facilità gli obiettivi proposti senza manipolare e prevalere sugli altri.	Raggiunge con fatica e frustrazione i propri obiettivi personali e di lavoro.	Raggiunge gli obiettivi personali e di lavoro ma a spese degli altri.



La pulizia e la cura del proprio corpo rappresentano un elemento essenziale in ogni relazione.

Igiene personale, delle attrezzature e dei locali

La cura dell'**aspetto esteriore** rappresenta un elemento essenziale nel determinare la qualità delle nostre relazioni, sia personali che di lavoro.

Nelle professioni legate all'accoglienza, il contatto continuo e ravvicinato con il pubblico impone all'operatore di front office una cura scrupolosa e attenta della propria persona.

Un professionista curato nell'aspetto esteriore darà un'immagine di organizzazione ed efficienza all'intera struttura in cui opera.

Inoltre, pulizia e ordine aiutano a essere più rilassati e sicuri nei rapporti con gli altri, siano essi clienti o colleghi.

L'igiene personale

L'igiene personale è senza dubbio il primo e fondamentale elemento della cura della persona dal punto di vista della **pulizia**, della difesa della **salute** e del miglioramento dell'**immagine esteriore**.

In generale è consigliabile:

- ⊕ un'accurata pulizia e stiratura della divisa;
- ⊕ un'attenta e approfondita cura dell'igiene personale;
- ⊕ l'assenza di monili vistosi;
- ⊕ l'assenza di odori sgradevoli e/o forti profumi;
- ⊕ avere barba e capelli sempre in ordine;
- ⊕ una scrupolosa pulizia delle mani;
- ⊕ l'assenza di trucco eccessivo.

La divisa

Nel settore dell'ospitalità, la divisa è un vero e proprio **strumento di lavoro** che contribuisce a:

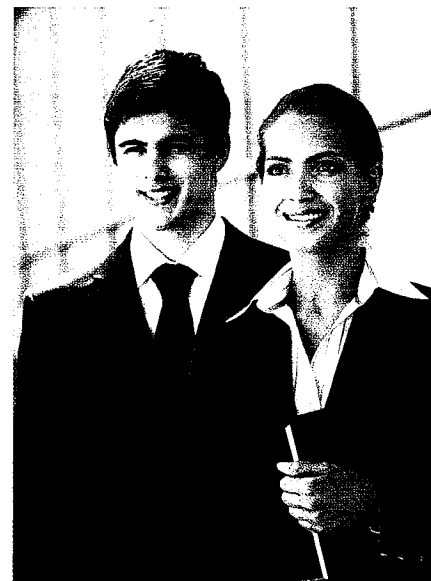
- ⊕ determinare la professionalità e lo stile di servizio di un'azienda;
- ⊕ far conoscere il ruolo e la funzione del personale;
- ⊕ soddisfare le elementari esigenze di ordine igienico.

Il personale in servizio con una divisa semplice ma elegante, in perfetto ordine, trasmette al cliente **sicurezza** e **fiducia**, oltre a migliorare l'immagine della struttura che rappresenta.

Nel caso in cui la divisa venga fornita dall'azienda, la direzione provvederà a scegliere i modelli e i colori che più si intonano con l'immagine dell'albergo stesso. In ogni caso, la responsabilità di indossarla pulita e in ordine sarà sempre del dipendente.

Nella scelta dei vari modelli è consigliabile tener presente che la divisa di servizio:

- ⊕ è uno strumento di lavoro, per cui non deve essere troppo stretta o eccessivamente abbondante, ma permettere facilità di movimento;
- ⊕ deve essere elegante ma non appariscente, senza eccessi, come potrebbero essere una gonna troppo corta o una scollatura eccessiva per la donna, e un abito troppo legato alla moda del momento o con colori troppo sgargianti per l'uomo;
- ⊕ è sempre accompagnata da un cartellino di riconoscimento sul quale vengono riportati nome e ruolo dell'addetto (badge identificativo).



La divisa in ordine e pulita vale doppio: fa sentire a proprio agio e ispira fiducia al cliente.

NOTIZIE IN PILLOLE

Le nuove tendenze della moda in albergo

Gli stilisti dell'ospitalità si orientano verso capi sempre più professionali e leggeri, decisamente ricchi di colore, per contribuire a un'immagine giovane e dinamica degli alberghi moderni.

Ve lo immaginate un receptionist con eleganti ma pratiche polo?

Per saperne di più, visita il sito della fiera dedicata al design alberghiero di alto livello.

www.ihmrs.com



Es. 1: Costruisci il tuo profilo

La cura delle attrezzature e dei locali

La cura delle attrezzature e dei locali rappresenta, accanto alla cura della persona, un ulteriore elemento che qualifica la professionalità di un buon addetto all'accoglienza.

Il lavoro al front office richiede l'utilizzo di numerose attrezzature e impianti necessari allo svolgimento dell'attività, che spesso vengono affidati alla cura e alla manutenzione ordinaria dell'addetto al ricevimento.

La postazione di lavoro. Una cura particolare va riservata all'organizzazione della propria postazione di lavoro.

Materiali, attrezzature e scrivania, dove svolgiamo quotidianamente le nostre attività, dovranno essere puliti e in ordine al fine di consentirci una esecuzione serena e piacevole del nostro lavoro. Il riordino costante della modulistica e la corretta tenuta dei registri, oltre a essere una precisa responsabilità dell'addetto, rappresentano anche una necessità, visto che gli stessi documenti vengono consultati da più persone in diversi momenti.

Il lavoro dell'addetto al ricevimento richiede, dunque, grande precisione, ordine e metodo di lavoro.

E, perché no?, anche un tocco di buon gusto. Imparare a creare atmosfere suggestive e raffinate può contribuire non solo a rendere più piacevole il soggiorno dell'ospite, ma anche il lavoro dell'operatore stesso.

La pulizia degli spazi comuni. La pulizia generale della hall e degli uffici front e back office è generalmente affidata al personale di servizio ai piani. Sarà compito del receptionist collaborare attivamente con la direzione nella supervisione del livello di pulizia e cura dei locali comuni, in particolare bagni.

RIFLESSIONE

Comportamento e presenza contano

Il comportamento e la cura della presenza possono aiutarci a migliorare la percezione delle nostre qualità, le relazioni con gli altri, l'inserimento in un gruppo, il raggiungimento di risultati positivi a scuola, sul lavoro e nella vita personale.

Insomma, con un po' di attenzione potrai contribuire al miglioramento delle tue esperienze in famiglia, a scuola e sul lavoro!



Creare atmosfere suggestive e raffinate migliora l'immagine della struttura e gratifica chi vi lavora.

L'arte dell'accoglienza

Focus Come riuscire a soddisfare tutte le aspettative del cliente?

Comprendiamo facilmente come cordialità, rispetto, gentilezza siano tutte doti difficili da valutare in maniera oggettiva, in quanto ognuno di noi le percepisce in base alle proprie esperienze e aspettative.

Così, per esempio, il grado di cordialità e gentilezza di un operatore sarà valutato in maniera diversa a seconda del tipo di albergo, della categoria e della **percezione del cliente**.

In un albergo a cinque stelle le aspettative del cliente saranno decisamente superiori nel valutare la gentilezza del receptionist rispetto a un albergo a due stelle.

Ma come riuscire a soddisfare tutte queste aspettative?

Livello di accoglienza e qualità percepita

Un professionista del ricevimento sa che l'accoglienza non è solo una procedura standard ma, anche e soprattutto, un **atteggiamento interiore** che comprende diverse componenti quali il calore, la gentilezza, l'umiltà e l'amore per il proprio lavoro.

La sensazione di benessere, che il cliente avverte al momento dell'accoglienza e per l'intera durata del soggiorno, dipende solo in parte dai comfort messi a disposizione dalla struttura stessa, quanto piuttosto dalla sua percezione complessiva della **qualità di relazione** che si instaura con il personale del front office.

Del resto, il livello di accoglienza è uno degli indici di maggior rilievo in grado di fornire una misura della capacità della struttura di trasmettere una buona qualità del servizio.

CONTENUTI

*Livello di accoglienza e qualità percepita
Il regolamento interno*



L'accoglienza è uno dei momenti più critici dell'intero soggiorno, specialmente quando si dà il benvenuto a un ospite nuovo.

Ma cosa si aspetta il cliente quando viene in albergo?

L'ACCOGLIENZA, LA PERCEZIONE DEL CLIENTE

- "Mi aspetto un ambiente di lavoro pulito, confortevole e accogliente che mi metta a mio agio..."
- "... di ricevere immediata attenzione"
- "... di essere seguito da personale preparato e disponibile"
- "... di essere chiamato per nome, e che il mio nome sia pronunciato correttamente"
- "... di essere ascoltato e guardato con interesse sincero"
- "... di essere accolto con un sorriso da personale premuroso e di buon umore"
- "... di parlare con personale qualificato, gentile e curato nell'aspetto"

L'ACCOGLIENZA, LA FOTOGRAFIA DELL'AZIENDA



Avere cura del proprio aspetto



Interrompere ciò che si sta facendo



Guardare negli occhi il cliente



Chiamare per nome il cliente



Essere gentile con il cliente



Porre attenzione alle richieste del cliente e, dove possibile, riuscire a prevenirle

VOCABOLARIO



Missione aziendale =

La missione di un'impresa è il suo scopo ultimo, la giustificazione stessa della sua esistenza e, contemporaneamente, ciò che la contraddistingue da tutte le altre.

In alcuni casi essa si riduce a uno slogan, mentre in altri è più esaustiva, e risponde alle domande: Chi siamo? Cosa vogliamo fare? Perché lo facciamo?.

Il regolamento interno

Il regolamento aziendale è lo strumento attraverso il quale le aziende identificano le **procedure** e i **comportamenti standard** che tutto il personale, e in modo particolare il personale a contatto con il pubblico, deve seguire nello svolgimento delle sue mansioni.

L'adozione di un regolamento interno, specialmente quando è condiviso da tutto il personale, consente di realizzare i seguenti obiettivi:

- ① creare un clima di lavoro piacevole, improntato alla collaborazione e alla fiducia reciproca, attraverso il coinvolgimento diretto del personale nella **missione aziendale**;
- ② assicurare il rispetto delle principali regole di comportamento da parte di tutto il personale, anche ai livelli più alti;
- ③ istituire modelli di igiene e aspetto della persona;
- ④ garantire un livello di qualità dei servizi che soddisfi e fidelizzi la clientela nel tempo.

MISSIONI: consistono in una decisione, scritta, deve essere letta ed emendata dal personale. Il personale deve far parte di una missione e...

Le regole di comportamento, solitamente **scritte** in modo chiaro e semplice nel regolamento interno, possono anche essere definite in **forma verbale** nel corso di riunioni con il personale, o comunque rientrare nella prassi consolidata dell'azienda.

Il regolamento interno viene reso noto ai dipendenti al momento dell'assunzione ed esposto nei locali riservati al personale.

Il regolamento interno, se condiviso e seguito da tutti, garantisce qualità del servizio e benessere del personale.



IL CODICE DI SERVIZIO STATLER

1. *Lo scopo di un buon albergo è quello di accontentare il pubblico. È un preciso compito dell'Hotel Statler quello di accontentare i clienti meglio di qualsiasi altro albergo al mondo.*
2. *Fate sentire al cliente che per quel che paga noi desideriamo offrirgli sinceramente il miglior servizio mai ricevuto in un albergo.*
3. *Non siate mai pungenti, impertinenti o freddi. Il cliente paga sia il vostro stipendio, sia il mio. Egli è il vostro immediato benefattore.*
4. *Il servizio alberghiero, così come quello dell'Hotel Statler, significa la massima cortesia ed efficiente attenzione da ciascun dipendente a ciascun cliente. Scopo dell'Hotel Statler è quello di offrire ai propri clienti il miglior servizio del mondo.*
5. *Nessun dipendente di questo albergo si può permettere di arrogarsi il privilegio di arguire per qualsiasi motivo col cliente. Egli deve immediatamente disporre in modo da soddisfare il cliente o fare intervenire il suo superiore per lo stesso scopo. L'attaccar brighe non è di casa all'Hotel Statler.*
6. *In qualsiasi discussione anche piccola fra un dipendente della Società Statler e un ospite, il dipendente ha torto marcio, sia dal punto di vista del cliente, sia dal nostro.*
7. *Ciascun dipendente della Statler è saggio a sufficienza e discreto abbastanza da meritare mance, ed è saggio e discreto a sufficienza per dare il miglior servizio sia che riceva sia che non riceva mance.*
8. *Qualsiasi dipendente della Compagnia che non dà i dovuti servizi o che non ringrazia il cliente per aver ricevuto qualcosa, cade immediatamente fuori dagli standard Statler.*

Tutti i dipendenti della Compagnia Statler sono obbligati a imparare a memoria il Codice Statler e a portarne una copia nelle tasche durante le ore di servizio.

Gli elementi del regolamento interno

I principali elementi che compongono un regolamento interno sono:

- ⊕ la missione aziendale;
- ⊕ le regole da seguire;
- ⊕ le sanzioni in caso di inadempienza.



Es. 2: Il regolamento del front office

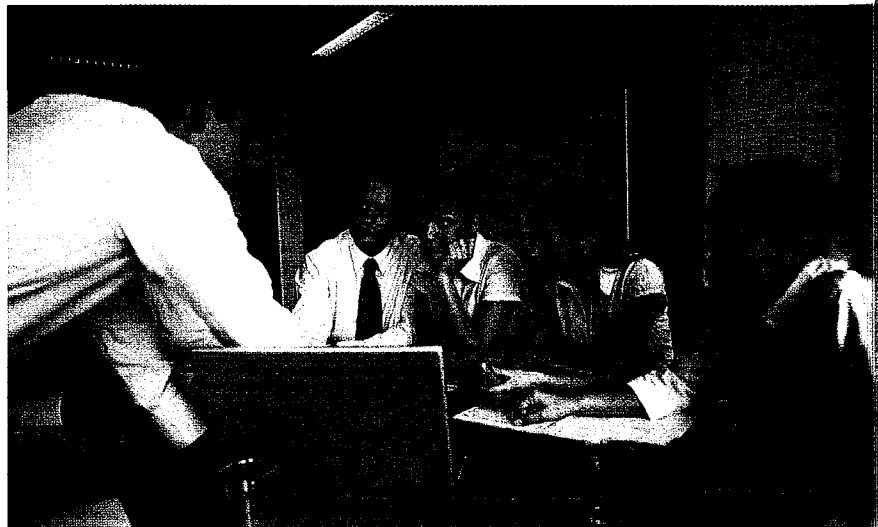
A titolo di esempio abbiamo proposto il codice di servizio creato da sworth Milton Statler (1863 – 1928), fondatore di una delle prime alberghiera americane, la **Statler Hotels**, che, anche se datato, è ancora grande attualità.

DOSSIER

La forza della gentilezza

“La gentilezza nelle parole crea fiducia. La gentilezza nel pensiero crea profondità. La gentilezza nel dare crea amore.” (Pensieri di Lao Tzu).

Dice un saggio: “Poiché le guerre iniziano nella mente degli uomini, è nella mente degli uomini che le difese per la pace devono essere costruite”. L'arroganza e la prepotenza emergono sempre più nei comportamenti delle persone che ci circondano: si pretende senza chiedere per piacere, si ottiene qualcosa senza pronunciare nessun “grazie”, a tutti i livelli e con tutti, mamma, cameriera, commerciante ecc. Naturalmente per gentilezza non si intende solo una forma superficiale di cortesia, ma un atteggiamento profondo che comprende diverse componenti, come il calore, la generosità, l'umiltà, la gratitudine (suggeriamo la lettura del libro “La forza della gentilezza” di P. Ferrucci, Mondadori). Sembra che il valore della cortesia e della gentilezza siano un po' sbiaditi! Eppure tutti manifestano grande partecipazione e coinvolgimento per ritrovare questi valori nel quotidiano. Ogni tanto incontriamo una persona gentile, anche se è difficile da trovare in una società che ammira ed esalta i comportamenti



aggressivi e ruvidi, da conquistatori a tutti i costi. Spesso veniamo invitati a far sì che le cose siano fatte, e siano fatte rapidamente: contano il successo, la soddisfazione, la produttività. Vogliamo la gratificazione immediata. Per qualsiasi nostra impresa o progetto vogliamo il risultato subito, senza faticare, senza aspettare. Tutto, subito, gratis: questo comunichiamo ai

nostri figli. Non vi è posto, in questo quadro, per la gentilezza. Ma il costo è alto. Da molto tempo, infatti, i messaggi che ci vengono offerti dalla società (vedi i media) elogiano addirittura l'uomo forte, la persona aggressiva, che non deve chiedere (vi ricordate quella pubblicità?), come se la violenza aprisse tutte le porte vincesse ottenendo risultati. A lui

Esso infatti evidenzia i temi centrali che tutt'oggi caratterizzano la filosofia di servizio delle migliori compagnie alberghiere del mondo, come la **centralità del cliente** e la sua **soddisfazione**.

Quando egli costruì il suo primo albergo disse: *“Un albergo ha solo una cosa da vendere, il servizio. Lo scopo dell'hotel Statler è vendere ai suoi ospiti il miglior servizio del mondo”*.

Gli ideali di Statler divennero un vero e proprio regolamento, lo Statler Service Code, che suscitò notevole interesse anche tra gli ospiti diventando una vera e propria tradizione dello Statler.

Nonostante la pressione esercitata sul personale, Statler fu uno dei primi proprietari d'albergo a garantire assistenza e indennità ai suoi dipendenti.

andare, per fortuna, non è la violenza che vince, ma la gentilezza. È sufficiente osservare che fine hanno fatto molti dei dittatori contemporanei o meno. Una brutta fine. Cambiamo la storia interiore e ascoltiamo dentro di noi lo spirito della gentilezza, riconoscibile se osserviamo alcuni comportamenti. Gentile è chi presta attenzione alle forze e alle debolezze dell'altro e gode più nello stare insieme che nel realizzare qualcosa. La persona gentile cammina con passo leggero, ascolta con attenzione, guarda con tenerezza e tocca con rispetto. La persona gentile sa che la vera crescita richiede nutrimento, e non forza. Essere gentili significa anche essere amorevoli; significa offrirsi in una relazione in cui il riconoscimento del valore umano dell'altro fa in modo che anch'egli riconosca in sé questa dignità, unitamente alla propria identità, ruolo e funzione, e che ciò lo aiuti a realizzare “se stesso”. “Gentile è chi non spezza la canna infranta e non spegne il lucignolo fumigante” (Matteo 12,20). L'uomo gentile lo è sin dal suono dei suoi passi, ma lo è anche nei modi,

nei toni, nei suoni, nelle parole, nelle attese e nelle azioni, nel rimprovero, nel monito, nell'indicare la via, nel saluto e nella richiesta, nel dir la verità o nel tacere. La gentilezza ha il dono di rendere irresistibilmente degno il messaggio e il messaggero. Naturalmente non si fa riferimento alla persona gentile solo per formalità; non è gentile il buonista che annuisce, ma che poi non agisce. Si apprezza invece quella gentilezza che nasce dal profondo dell'animo, espressione della forza interiore e che si traduce in fatti concreti. La gentilezza pura che nasce da una reale disposizione interiore fa cadere le resistenze, i pregiudizi e apre porte che altrimenti resterebbero chiuse. E in più l'esser gentili ci dona energia rivitalizzante, perché solo chi ha pace interiore mantiene sano il proprio corpo, lo nutre correttamente non solo con cibo adeguato, ma anche con pensieri corretti. La gratitudine è uno stato mentale che ci rafforza e che ci eleva al di là dei rancori che al contrario ci appesantiscono e ci deprimono. D'altronde, diceva Gandhi, i deboli non possono mai perdonare.

Il perdono è una caratteristica dei forti. In psicologia è chiaro che solo le persone veramente forti non hanno la necessità di essere violente, chi è d'acciaio dentro si può permettere di essere dolce e gentile nei comportamenti: i veri leader guidano con l'esempio e la giustizia. Al contrario chi è debole, chi sa che non può utilizzare l'intelligenza o il dialogo usa la coercizione per averla vinta a tutti i costi, piegando ai propri voleri soprattutto le persone più docili, i bambini, le donne... Così per risonanza sono invitati alla gentilezza tutti gli esseri umani per promuovere stati d'animo che generano benessere dentro e fuori di noi, un boomerang che viene generato dalla gentilezza e che torna al mittente arricchito di forza. Essere gentili è quindi una grande responsabilità che noi abbiamo non solo nei confronti di noi stessi, ma anche verso i nostri simili al fine di costruire armonia positiva. Cominciamo quindi dalle piccole azioni quotidiane, in famiglia, nel lavoro, per strada...

di Leonardo Milani