

Alberto Gava

UNCONVENTIONAL COACHING ALBERGHIERO

Il marketing vincente per il tuo hotel



COME L'ARTE DI ACCOGLIERE VALORIZZA LA TUA UNICITÀ

Alberto Gava

UNCONVENTIONAL COACHING ALBERGHIERO

Prefazione di *Giorgio Palmucci*



ALBERTO GAVA
UNCONVENTIONAL COACHING ALBERGHIERO

ISBN 9788857910499

© 2020 by Dario Flaccovio Editore s.r.l.

siti: darioflaccovio.it
webintesta.it
darioflaccovioeventi.it
blog: magazine.darioflaccovio.it

Prima edizione: gennaio 2020

Stampa: Priulla Print, Palermo

Gava, Alberto <1974->

Unconventional coaching alberghiero / Alberto Gava. -

Palermo : D. Flaccovio, 2020.

ISBN 978-88-579-1049-9

1. Alberghi - Marketing.

647.940688 CDD-23

SBN PAL0323425

CIP - Biblioteca centrale della Regione siciliana "Alberto Bombace"

Nomi e marchi citati sono generalmente depositati o registrati dalle rispettive case produttrici. L'editore dichiara la propria disponibilità ad adempiere agli obblighi di legge nei confronti degli aventi diritto sulle opere riprodotte. La fotocopiatura dei libri è un reato. Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633. Le riproduzioni effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale possono essere effettuate solo a seguito di specifica autorizzazione rilasciata dall'editore.

Indice

Prefazione di <i>Giorgio Palmucci</i>	pag.	11
Premessa	»	13
Introduzione	»	15
1. L'accoglienza è tutto	»	19
1.1. Cos'è l'accoglienza?.....	»	20
1.2. Consigli per distinguersi.....	»	21
1.3. La responsabilità di accogliere	»	22
2. Distinguiti con la tua unicità	»	25
2.1. Cos'è l'unicità?.....	»	25
2.2. Cosa ci rende unici?	»	26
2.3. Unicità della struttura: verifica sempre il livello di servizio che offri	»	27
3. La leggerezza del cambiamento	»	33
3.1. Tu sei la soluzione	»	33

4. Parliamo di coaching	»	41
4.1. Cos'è il coaching	»	43
4.2. Un esempio concreto: il ruolo del manager	»	45
4.3. Unconventional coaching.....	»	47
4.4. Differenze e complementarità tra coach e consulente ...	»	49
4.5. Come scegliere il coach	»	51
4.6. Rapporto tra coach e coachee	»	53
5. Il percorso di coaching	»	55
5.1. Il metodo unconventional.....	»	55
5.2. Il percorso in quattro sessioni	»	56
5.3. Conosciti meglio: un esercizio preliminare.....	»	58
5.4. Lo specchio della struttura.....	»	60
6. Il disservizio e l'effetto domino	»	73
6.1. L'importanza di rispondere correttamente	»	74
6.2. Strutture datate	»	75
6.3. Reattività	»	76
6.4. Il giusto intervento.....	»	78
6.5. Comunicazione lacunosa con il cliente.....	»	80
6.6. Non c'è problema!	»	81
7. Un'esperienza vale più di mille parole	»	85
8. Come creare contenuti e promuoverli online	»	93
8.1. Creare contenuti di valore per la tua struttura.....	»	93
8.2. Il social media marketing: necessità e opportunità.....	»	95
8.2.1. I social network in Italia.....	»	96
8.3. Facebook	»	97
8.3.1. Il tuo hotel ha una pagina Facebook?	»	99
8.4. Instagram	»	103
8.4.1. Come puoi usare Instagram per la tua struttura.	»	105
8.4.1.1. Pubblicare in modo regolare	»	105
8.4.1.2. Non trascurare la caption dei tuoi post.	»	105
8.4.1.3. Dedicare attenzione all'uso degli hashtag	»	106

8.4.1.4. Ampliare la propria rete di contatti.....	»	106
8.4.1.5. Usare tutti gli strumenti che Instagram ci offre.....	»	107
8.4.1.6. Contest, eventi e influencer.....	»	108
8.4.1.7. Calendario editoriale.....	»	109
8.5. Le ads	»	109
8.5.1. Facebook e Instagram ads	»	109
8.5.2. Google AdWords	»	110
8.5.3. Le ads su altri portali.....	»	111
8.6. L'email marketing.....	»	112
8.7. TripAdvisor e la reputazione	»	113
8.8. Uno sguardo al futuro del mercato turistico: dalla disintermediazione al nuovo protagonismo delle strutture ricettive	»	115
8.9. Conclusioni.....	»	118
9. Come valorizzare la tua struttura online	»	119
9.1. Come valorizzare la propria struttura sul web.....	»	121
9.2. Il sito web.....	»	126
9.2.1. L'aspetto grafico.....	»	127
Conclusioni.....	»	133
Ringraziamenti	»	135
Bibliografia	»	138

Contributori



Giorgio Palmucci

PREFAZIONE > PAG. 11

Da 30 anni opera nell'hotellerie, in Club Med prima e in TH Resorts poi. Nel mondo associativo è Presidente di Confindustria Alberghi e di EBIT, Vice Presidente di Federturismo, membro del Direttivo Astoi, del Comitato Reti di Impresa e del Comitato Internazionalizzazione di Confindustria. Dal 2019, su nomina del Consiglio dei Ministri, è Presidente dell'Agenzia Nazionale del Turismo Enit.



Serena Galletti

CAPP. 8, 9 > PAG. 93, 119

Esperta in digital marketing e strategia d'impresa. Marketing manager per Pagliai Film Group; web e social media specialist. Da 10 anni aiuta PMI, professionisti e aziende a sviluppare il business e migliorare la propria presenza online.

Prefazione

a cura di *Giorgio Palmucci*

Quando Alberto mi ha chiesto di scrivere la prefazione al suo libro mi ha fatto molto piacere avendo lavorato con lui per alcuni anni in una realtà internazionale leader nella villaggistica e successivamente avendo avuto modo di seguire le sue esperienze sia in qualità di direttore di albergo sia in veste di “consulente” a tutto campo.

Leggendo il libro ho potuto vedere come queste molteplici esperienze lo hanno portato a una consapevolezza: la passione è un elemento fondamentale per crescere professionalmente e umanamente e questo in particolare nel settore turistico-alberghiero, ma allo stesso tempo è essenziale un supporto che permetta di comprendere il proprio business, i propri obiettivi, i risultati che si desidera ottenere, quindi l’unconventional coaching può sicuramente aiutare tutti coloro che vogliono avere successo nella

propria attività e che vogliono portare al successo le imprese che dirigono o per le quali lavorano.

Tutto questo Alberto lo ha fatto scrivendo un libro che non è solo un manuale nel quale vengono affrontate tematiche “vecchie e nuove” in maniera chiara e stimolante, ma è anche ricco di esempi di vita vissuta sulla propria pelle.

Lavoro da più di trent’anni nel settore turistico e sono certo che la lettura di questo libro sarà sicuramente preziosa sia per chi sta entrando in questo mondo affascinante sia per chi ha dei dubbi sulle scelte professionali fatte o da intraprendere.

Buona lettura

Premessa

Ho deciso di scrivere questo libro perché credo profondamente nel valore del settore turistico-alberghiero, sia per le persone che per il territorio. Lavoro in questo ambiente fin dal 1999, anche in ambito internazionale, e ho potuto vedere molte dinamiche e affrontare situazioni diverse. In questo settore non ci sono mezze misure, o si ama profondamente o si odia. Per me è stato amore a prima vista, ed è stata la mia passione a portarmi all'intuizione di unire la convivialità tipica del villaggio turistico con l'eleganza dell'hotel, un'idea che nella mia carriera come direttore si è rivelata vincente.

Ero direttore di hotel in una struttura alberghiera e mi ritrovavo ogni giorno a combattere per ottenere maggiori risultati. La proprietà chiedeva sempre di più, ma dal mio punto di vista avevo già adottato tutte le strategie necessarie per incrementare i profitti. Avevo sviluppato campagne di vendita, l'applicazione della tariffa

unica durante tutta la stagione, promozioni e strategie commerciali per attirare più clientela, partecipazione a fiere di settore anche internazionali, incontri con tour operator, soggiorni commerciali per agenzie, campagne social di promozione, vendita di servizi alberghieri e apertura del ristorante agli esterni, con aperitivi e cene a tema, pacchetti benessere e upgrade sui servizi offerti, ove possibile.

Nonostante fossi focalizzato e concentrato sul profitto avevo l'impressione che mancasse sempre qualcosa. Avevo bisogno della guida esterna di un esperto che mi potesse accompagnare verso la direzione giusta. Dopo aver fatto il mio percorso, anche di studio, ho ideato un coaching alberghiero "unconventional" per aiutare gli imprenditori a fare un check sulla propria situazione. In questo libro ho cercato di trasmettere l'importanza di fermarsi, fare una fotografia della situazione attuale e tracciare una rotta in grado di mostrare il raggiungimento degli obiettivi. Ho deciso di scrivere questo libro, spiegandoti cos'è il coaching e come ti può aiutare nella tua attività. È strutturato in modo che tu possa fare il percorso anche da solo. Gli esercizi illustrati ti aiuteranno ad avere una visione più chiara della tua situazione come persona e come imprenditore.

Introduzione

Le strutture che hanno grande successo oggi sono quelle che arrivano al cliente toccandogli il cuore: sono le strutture che hanno capito qual è la loro unicità e attorno a essa hanno costruito tutto il resto.

Quello turistico-alberghiero è un distretto in continuo cambiamento. Spesso mi è capitato di vedere proprietari e gestori sfiniti dalla fatica di affrontare le necessarie e costanti evoluzioni del settore. Ma il cambiamento è insito nella nostra natura: non si può non cambiare ogni giorno, anche se in modo impercettibile. Basti pensare a un bambino appena nato, per il quale ogni giorno è diverso, che cresce e si trasforma, senza alcuna fatica. Noi siamo quel bambino, ma crescendo ci dimentichiamo di esserlo. Negli anni ci riempiamo di credenze, valori e regole che ci fanno scordare la nostra vera natura. Per questo motivo cerchiamo l'abitu-

dine in qualsiasi cosa facciamo, pensando che sia la soluzione per vivere una vita serena. Stiamo disimparando a crescere ogni giorno.

«C'è tanta gente infelice che tuttavia non prende l'iniziativa di cambiare la propria situazione, perché è condizionata dalla sicurezza, dal conformismo, dal tradizionalismo, tutte cose che sembrano assicurare la pace dello spirito, ma in realtà per l'animo avventuroso di un uomo non esiste nulla di più devastante di un futuro certo. La gioia di vivere deriva dall'incontro con nuove esperienze, e quindi non esiste gioia più grande dell'aver un orizzonte in costante cambiamento, del trovarsi ogni giorno sotto un sole nuovo e diverso... Non dobbiamo che trovare il coraggio di rivoltarci contro lo stile di vita abituale e buttarci in un'esistenza non convenzionale».

Amo molto questa citazione tratta dal film *Into the Wild*, perché mi richiama il concetto di *unconventional coaching*, che ho studiato con Andrea Favaretto. Ho trovato il suo metodo in linea con i miei principi. Fin dal primo momento ho pensato che portare questa filosofia di vita all'interno delle strutture alberghiere fosse di grande innovazione, nonché di aiuto per titolari e direttori di strutture ricettive.

È ispirandomi a lui e al suo metodo che ho creato il mio *unconventional coaching alberghiero*: un programma di grande leggerezza, svolto in modo totalmente informale, con cui la persona riesce ad attingere a risorse interiori e ad avere una visione allargata delle proprie potenzialità. Leggendo questo libro riuscirai a percepire il valore di questo percorso, che migliorerà la tua vita non solo a livello professionale, ma personale.

Il presupposto è sempre il seguente:

TU VAI BENE COSÌ COME SEI

Il cambiamento è un viaggio che può essere fatto in assoluta leggerezza. Il mio ruolo, in qualità di unconventional coach alberghiero, è quello di affiancare lungo la propria strada l'imprenditore, il gestore o il direttore di una struttura ricettiva, per facilitargli il tragitto.

La mia fortuna è stata quella di aver vissuto e sperimentato sulla mia pelle ciò di cui scrivo. Nel tempo ho capito che lo studio e i libri sono fondamentali, ma non c'è cosa più importante della pratica e dell'esperienza sul campo. I casi che riporto sono realmente accaduti e mi hanno permesso di imparare e crescere ogni giorno. Oggi sono più consapevole e faccio del mio meglio affinché ciò che ho vissuto sia utile anche alle altre persone. Con un bagaglio più ampio che contenga le proprie esperienze e le mie, sarà più facile anticipare e affrontare le problematiche del turismo, anche con una sana dose di leggerezza.

Cerco di trasmettere sempre l'importanza di mettere il giusto impegno e la dedizione necessaria nell'effettuare questo percorso non convenzionale. Il gestore di una struttura ricettiva arriva, senza pressioni, a riscoprire la propria unicità. Tutto parte da qui. I risultati saranno una piacevole conseguenza e permetteranno di mettere in luce i tratti distintivi dell'imprenditore: la sua vision, le abilità e caratteristiche personali che verranno trasferite all'intera struttura. Tutto lo staff diventerà il messaggero di tale unicità. Non ci sarà bisogno di copiare nessuno, perché l'esperienza offerta agli ospiti sarà unica.

Sono fermamente convinto che questo settore possa essere il volano dell'economia del nostro Paese: quello che serve è un cambio di paradigma. L'unconventional coaching alberghiero permette questa trasformazione, consentendoti di arrivare ad avere ben chiaro chi sei, dove vuoi portare la tua struttura e quale messaggio vuoi comunicare al tuo staff e, soprattutto, ai tuoi clienti.

1. L'accoglienza è tutto

*«L'accoglienza migliore? Il sorriso.
La miglior medicina? L'ottimismo.
La soddisfazione più grande? Il dovere compiuto».*
Madre Teresa di Calcutta

*«Non avere paura di essere gentile.
La gentilezza è accoglienza, anche tu ne hai bisogno».*
Anonimo

Fin dalle prime esperienze nel settore turistico-alberghiero, nel quale opero da oltre vent'anni, mi sono reso conto dell'enorme importanza dell'accoglienza.

Ho avuto la fortuna di gestire strutture turistiche e viaggiare per tutto il mondo e mi è capitato di trovarmi seduto a tavola con persone di sei o sette nazionalità diverse. Quello che accomunava tutti noi era il modo di percepire la struttura in cui venivamo accolti. Tale modo era rappresentato dallo stile di accoglienza della struttura e dalla competenza e cortesia offerte.

È fondamentale che sia percepita una grande passione per l'arte di accogliere, che deve essere trasmessa dal manager a tutto il proprio staff. La tua struttura può essere un piccolo B&B in campagna, un grande hotel di città o un importante villaggio turistico: il cliente che arriva deve prima di tutto ricevere il tuo saluto, deve percepire il tuo calore, la tua voglia di farlo sentire a casa.

Salutare è importantissimo, sempre, in ogni momento della giornata, ogni volta che incrociamo una persona.

Quando ero alle Maldive, ogni giorno giungevano persone da ogni parte del mondo, ma era incredibile vedere come, nonostante le diverse culture ed educazioni, i nuovi arrivati lasciassero le proprie tensioni e lo stress della vita quotidiana per immergersi nel sogno che avevano acquistato, proprio grazie al benvenuto che ricevevano. Tu penserai che questo esempio sia facile, dato il contesto idilliaco, ma ti posso assicurare che vale per qualunque luogo. Non è importante quante stelle hai o che tipo di struttura sei: da sempre e per sempre

la differenza la fanno le persone che ti accolgono e che ti fanno percepire che sono lì per te.

1.1. Cos'è l'accoglienza?

«La parola accoglienza indica il modo di accogliere, di ricevere una persona, soprattutto se questa persona è un ospite. L'accoglienza può essere amichevole, affettuosa, festosa, calorosa, cordiale, oppure

fredda e scortese. Fare buona o cattiva accoglienza a qualcuno significa saper ricevere bene o male una persona»¹.

Quindi, cos'è l'accoglienza? È quell'arte che parte dal saluto e dal sorriso, è un'apertura verso il cliente, eliminando le barriere e la diffidenza, per creare un'empatia che permetta di entrare meglio in relazione e poter comprendere i bisogni del cliente, per soddisfarli.

Il benvenuto alle persone che arrivano nella propria struttura può essere gestito in vari modi, anche in base alla tipologia di location in cui ci troviamo, o alla motivazione del soggiorno dei nostri ospiti, che si tratti di vacanza o di un viaggio di lavoro.

1.2. Consigli per distinguersi

In tutto il mio percorso di carriera nel turismo ho sempre dato priorità all'accoglienza e ho sviluppato un mio stile personale nell'accogliere gli ospiti. Sono riuscito a identificare alcuni aspetti fondamentali, che secondo me dovrebbero essere adottati da ogni struttura:

- ♦ l'accoglienza comincia dal primo contatto con il cliente: la prima volta che l'ospite ha a che fare con la nostra struttura, anche semplicemente visitando il sito web, fornisce le prime preziose informazioni e sensazioni. Il cliente si immagina già come potrebbe essere il suo soggiorno presso il nostro hotel
- ♦ in ogni contatto precedente alla prenotazione, che sia al telefono, tramite email o social, occorre essere autentici
- ♦ il primo impatto determina la vacanza del nostro cliente: è importante sorridere e salutare sempre in modo da far sentire ben accolto il nostro ospite

¹ *Accoglienza*, italiano.rai.it



Acquistalo