

**Fabio Vigitello, Petriolo Terme Resort**

Pubblicato il: 30/03/2008



Selezionare e motivare il personale, un tema centrale nel settore ospitalità. Abbiamo chiesto di al General manager del nuovo Fesort di Petriolo Terme (5 stelle I) della compagnia italiana ATAhotels, di raccontarci il suo modus operandi.

“Per motivare il mio team anche nei momenti di più forte stress lavorativo faccio sì che tali momenti di operatività, di alta percentuale di clienti problematici, di insufficienze tecniche diventino una base di riflessione e di studio delle nostre forze e dei punti di miglioramento. Mi sforzo di tenere un atteggiamento comprensivo e analitico e coinvolgo ogni risorsa nel vedere e valutare quello che sta facendo o succedendo più che farsi travolgere dai fatti e dalla negatività. Comunque a fine di ogni periodo di alto stress mi impegno per costruire un momento ludico divertente e di aggregazione che sia percepito come un premio per lo

sforzo fatto, in tal modo tutti saranno coscienti che nel prossimo futuro vi potranno comunque essere altri periodi di stress ai quali seguire un riconoscimento. Nella scelta di un nuovo collaboratore privilegio l'attitudine al servizio e al contatto con il cliente, la predisposizione alla qualità nella sua totalità, la fermezza morale e la forte determinazione, fino ad avere po' di spirito 'battagliero'.

Cerco di essere sicuro che stanno intraprendendo una scelta momentanea ma di lungo termine, che abbiano l'appagamento dal proprio compito come una tra le prime 3 priorità personali. Sempre di più, e specialmente per i ruoli medio alti, chiedo che accettino di mettersi in gioco e quindi avere una parte del loro compenso legata a degli obiettivi nonché essere periodicamente monitorati e informati sui loro punti di miglioramento.

E' con piacere che voglio ricordare l'affascinante esperienza del lancio dell'happy hour al Diana di Milano iniziata nel 2000 e, per me, conclusa nel 2004. Era la prima volta che un hotel di rango, e per giunta della catena Sheraton, affrontava una simile sfida: aprire le porte alla clientela esterna puntando sul fashion bar. Posso ben affermare che fin dall'inizio ogni singolo collaboratore è stato totalmente coinvolto nel progetto e fatto partecipe di ogni nuova evoluzione o scelta. Sempre più con l'ingrandirsi e lo sfaccettarsi del prodotto food and beverage abbiamo delegato ogni singolo responsabile e con lui i loro team di essere diretti attori delle scelte lasciando molto spazio alla sperimentazione. Si è trasformato nel breve in un volano di motivazione e creatività che ha contribuito alla veloce ascesa del tutto. I manager, dal canto loro, hanno dovuto assicurare un'assidua presenza di monitoraggio in ogni singolo spazio dell'impresa e durante tutta la vita operativa dell'albergo".

*Piergiorgio Mangialardi*