

Upgrading: il servizio e le facilities

Publicato il: 06/12/2007



E' possibile delineare alcuni possibili modelli per portare la propria offerta ricettiva nel segmento 5 stelle. Una struttura già esistente non può influire sulla propria location e, difficilmente, potrebbe contribuire a migliorare l'appeal di una destinazione turistica.

Le strade da seguire sono tre:

- Il servizio e i servizi;
- La socializzazione;
- Il concept

Focalizziamoci sul primo punto. Gli standard di servizio vengono spesso sottovalutati dalle strutture alberghiere indipendenti ritenendole erroneamente non in grado di impattare anche sulle tariffe cui vendere un determinato alloggio. Ad esempio una junior suite potrebbe prevedere o meno il "trattamento vip": nel caso lo preveda bisogna far in modo che l'ospite si senta davvero trattato in modo esclusivo. Il suggerimento per il potenziale upgrading è di non catalogare le camere solo per la dimensione ma differenziarle per il tipo di servizio offerto.

In questo modo anche una struttura di 4 stelle potrebbe entrare nel segmento superiore offrendo alcune camere con "trattamento vip o suite". Una camera con trattamento suite potrebbe prevedere il welcome drink in camera, i fiori freschi tutti i giorni, la richiesta di quale tipo di cioccolatino si gradisce per la buonanotte, la scelta tra lenzuola di cotone o di lino, l'accappatoio della misura degli ospiti, ed altre piccole attenzioni di questo tipo.

Riguardo alle facilities è sempre più diffusa la moda del "centro benessere". Poter trasformare il proprio hotel in uno "Spa & Hotel" è operazione di grande fascino: ho visto diverse strutture investire tra i 200 e i 300mila euro per realizzare un piccolo centro benessere che non ha consentito loro di fare il salto di categoria e neanche nel livello di percezione da parte della clientela.

Le facilities offerte sono di fondamentale importanza per la crescita qualitativa dell'offerta: la scelta va parametrata più a soddisfare il cliente che ad imitare le altre strutture alberghiere. Inoltre è sempre preferibile investire in facilities che impattano principalmente sulle risorse "soft" che su quelle "hard", meglio investire per alcuni mesi su alcune risorse umane in più per offrire un nuovo servizio che investire in opere murarie.

Piergiorgio Mangialardi