

MANAGEMENT

strategie

FOCUS SUL CLIENTE

Per soddisfare i clienti il primo obiettivo che deve porsi un'azienda è di essere accogliente con i propri "appartenenti" (cioè dipendenti e collaboratori). Quindi occorre mettere in atto quattro atteggiamenti chiave:

- **customer oriented**: l'orientamento al cliente richiede la capacità di

capire sempre cosa vuole il cliente. Occorre programmare in anticipo eventuali difficoltà, monitorare i risultati e saper modificare i propri piani all'occorrenza.

- **customer care**: la cura del cliente richiede la capacità di soddisfarne le esigenze. Occorre monitorarne costantemente il grado di soddisfazione.

- **customer service**: per dare al cliente un esercizio eccellente occorre coinvolgere tutti i dipendenti che sono a contatto con la clientela.

- **customer satisfaction**: soddisfare le esigenze del cliente e sviluppare una relazione di qualità è la chiave per fidelizzarlo.

L'ospite contento fa bene al profitto

Predisposizione di piani B, visite di clienti in incognito, sondaggi presso i clienti, addestramento alla gestione dei problemi e delle lamentele: le tecniche per fidelizzare i clienti come strumento far prosperare l'attività alberghiera

di Andrea Mongilardi

Prestare più attenzione al conto economico che alla soddisfazione dei clienti è un atteggiamento che può costare caro: ne è convinta Donatella Rampado, imprenditrice esperta in consulenza strategica. Che, ribaltando il concetto, afferma: «La correlazione tra soddisfazione dei clienti e profitti è molto stretta: la fidelizzazione del cliente è la chiave per il successo di un'impresa».

Rampado suggerisce una serie di strumenti che il management di un'azienda alberghiera dovrebbe mettere in atto: «Per dare un servizio



all'altezza delle aspettative - spiega - è necessario pianificare accuratamente tutte le difficoltà che potrebbero ac-

• • • • •

Girare per l'albergo permette di capire cosa va e cosa no

cadere e predisporre le opportune contromosse. Cosa succede se il giorno del convegno va via la luce? E se si rompe il proiettore? Avere sempre un piano B aumenta l'affidabilità dell'azienda». Un altro elemento cruciale è la verifica del grado di

soddisfazione del cliente: «Il consiglio è sottoporre periodicamente dei brevi sondaggi ai clienti. Ma è molto utile anche il mystery guest, perché ci dà una valutazione oggettiva del nostro servizio».

Tutti coinvolti

Definire gli standard, addestrare e motivare lo staff, premiare i migliori i quelli che individuano soluzioni capaci di sviluppare il business sono elementi chiave: «Creare delle procedure - afferma Rampado - permette di gestire al meglio i problemi. Altrimenti si rischia

TEST E CONSIGLI



«5 modi efficaci per crescere dalla customer care al customer service» (Donatella Rampado, ed. FrancoAngeli, pagg. 138, 18 euro) spiega, suggerisce e indica le strade da intraprendere per orientare l'azienda al successo attraverso la fidelizzazione del cliente. Con utili esempi pratici e test di autovalutazione.



Donatella Rampado è la fondatrice di Arc Consulting, società di consulenza strategica e formazione