

Comunicazione efficace per migliorare la Guest Experience



Henri-Louis Bergson, un filosofo francese disse: "La comunicazione avviene quando oltre al messaggio passa anche un supplemento d'anima"

La comunicazione è alla base di tutte le relazioni, sociali ed economiche: una buona comunicazione è più potente di qualsiasi altro mezzo a disposizione. Sembra qualcosa di banale e familiare, qualcosa che tutti sanno fare, e poiché è una pratica quotidiana, non necessita di essere esplorata... In realtà la comunicazione cela alcune caratteristiche che comportano fondamentali implicazioni relazionali.

Secondo i 5 assiomi della comunicazione elaborati dalla Scuola di Palo Alto (costituita da Bateson e Watzlawick) in essa sono presenti alcuni elementi imprescindibili.

Ad esempio il primo assioma recita: **"Non si può non comunicare"**. Questo significa che la non-comunicazione è impossibile, poiché qualsiasi comportamento o non comportamento, comunica qualcosa di noi.

Ad esempio prendiamo una struttura alberghiera che nell'ultimo anno abbia deciso di rimanere in silenzio perché insicura sul tipo di comunicazione da fare. Può succedere che gli ospiti rimangano nel dubbio se la vostra struttura sia aperta o meno e magari ne scelgano un'altra. Pensavate che un semplice silenzio potesse avere una tale conseguenza?

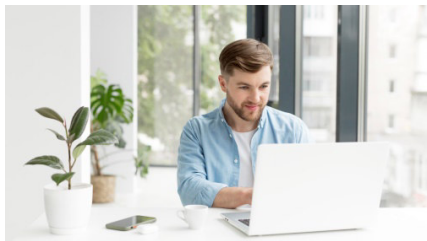
Il 2° assioma dice poi che all'interno di ogni comunicazione si possono individuare due livelli. Il primo livello è quello del contenuto, e dice "cosa" stai comunicando; il secondo è quello del "come", e indica il "contenuto emozionale" che vuoi instaurare con la persona a cui ti rivolgi. Quindi i messaggi che ci scambiamo non possono essere considerati mere trasmissioni di informazioni, perché oltre al contenuto oggettivo del linguaggio, ossia i dati che trasmettiamo, c'è anche un aspetto che definisce la relazione tra gli interlocutori.

Per il settore alberghiero significa fare un check up della propria comunicazione interna e verso gli ospiti. Può essere il momento giusto per **portare la comunicazione su un altro livello**, stupire ed emozionare gli ospiti quando si ripartirà.

Iniziamo a vedere i “punti di contatto” online per mantenere il contatto con gli ospiti.



COMUNICAZIONE ONLINE



Continuare a coltivare il proprio rapporto con gli ospiti è fondamentale perché è probabile che saranno i viaggiatori abituali i primi a poter e voler tornare.

Prendi quindi contatto con i tuoi clienti tramite Newsletter, e-mail personalizzate, WhatsApp o semplicemente con una telefonata; oppure scrivi post, blog e suggerimenti utili sui Social Media.

Ma cosa scrivere? In che modo comunicare?

Ecco 6 indicazioni utili

1. Spiega come stai e come stai affrontando l'attuale situazione. Mettiti nei panni degli ospiti e usa parole positive e rassicuranti nella tua comunicazione.
2. Evidenzia nella tua comunicazione con gli ospiti se la tua struttura è aperta e se tutti i servizi sono disponibili. Ad esempio, l'ospite che rimane deluso quando arriva sul posto e scopre che il mini club è chiuso.
3. Informa su come saranno puliti e sanificati i locali, con che frequenza, come saranno organizzate le pulizie delle camere. Ciò che è importante è spiegare in modo analitico e preciso cosa fai per garantire un soggiorno sicuro nel tuo hotel.
4. Racconta agli ospiti come hai istruito il tuo personale. Per esempio come il tuo personale di ricevimento li accoglierà, come il cameriere gli servirà prima colazione, pranzo o cena.
5. Sottolinea le bellezze e i tesori del tuo territorio. Manda un elenco di attività ed eventi fruibili in tutta sicurezza.
6. Poni l'accento su valori come la pulizia, l'igiene, l'ordine e la possibilità di distanza. E' auspicabile mettere a disposizione una persona di riferimento Covid all'interno della struttura che risponda a tutte le domande e a eventuali dubbi che possano sorgere.

PRENOTAZIONE e CHECK IN ONLINE



Vediamo in questi **5 suggerimenti** come puoi gestire e condurre la fase delle prenotazioni in modo chiaro e trasparente per comunicare sicurezza e fiducia.

1. Usa messaggi che diano sicurezza e comunica in modo empatico. Fai sentire l'ospite importante perché significa che non lo consideri solamente un numero di camera o un dato da statistica.
2. Se conosci già l'ospite, usa il suo nome o cognome. Un'e-mail in cui saluti il tuo ospite chiamandolo per nome viene considerata più importante rispetto ad altre email in cui ci si presenta con un impersonale "Gentile ospite".
3. Evidenzia le buone prassi messe in campo per la messa in sicurezza delle strutture. Usa un linguaggio semplice e immediato che faccia percepire la tua competenza e professionalità.
4. Includi nelle tue offerte un'ampia politica di cancellazione e modifica: un piccolo gesto che può aiutarti a mantenere la fiducia del tuo ospite. Ricordati che è meglio essere flessibile che stabilire regole ferree, in particolare in questo periodo in cui quotidianamente cambiano condizioni e norme.
5. Proponi termini di pagamento diversi come per esempio "prenota ora, paga dopo". In questo caso viene evitato completamente il versamento di un acconto.

ARRIVO e CHECK IN



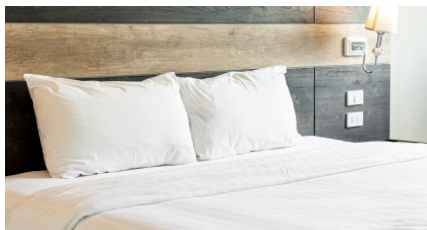
Oltre alle stazioni igienizzanti con erogatore di gel automatico, paratie divisorie al check-in e mascherine disponibili per gli ospiti è molto importante comunicare efficacemente e **capire lo stato d'animo dell'ospite**.

1. **Comunica bene e in modo chiaro le tue procedure** per il distanziamento. Non avere timore nel riprendere - sempre in modo cortese - l'ospite che non ha seguito le procedure. Qui serve un approccio con un tono deciso in cui si informa, si indica la soluzione e si rimane obiettivi senza affermazioni o considerazioni personali, o addirittura accuse. Sottolinea sempre che il rispetto di queste norme tutela ospiti e personale.
2. Chiedi all'ospite prima del check-in se lo vuole fare prima dell'arrivo per evitare gli assembramenti nella lobby. **Ascolta bene le esigenze dell'ospite e rassicuralo** che ci sarà sempre la possibilità di rivolgersi al front desk per qualsiasi chiarimento.
3. **Sorridigli con gli occhi**. Lo sapevi che servono solo 12 muscoli del viso (divisi in 6 coppie) per sorridere? Mi dirai che con la mascherina non si vede proprio niente, invece oltre ai muscoli che ci sollevano i lati della bocca, quelli che sollevano il labbro superiore e quelli che portano indietro le labbra, ci sono anche i muscoli che agiscono sull'orbita oculare (risorius) e quelli che sollevano gli zigomi (zygomaticus major e minor). Rivista Focus del 30.04.2014 – muscoli per ridere).

A titolo di cronaca e quanto afferma lo scrittore e giornalista canadese Mordecai Richler: per fare il broncio servono addirittura 72 muscoli!

4. **Fai domande aperte** per capire se i tuoi ospiti sono propensi a check-in e check-out senza contatto (tramite Digital Key oppure app mobili) o ad un pagamento paperless e contactless. Ricorda che non tutti gli ospiti sono bravi con lo smartphone, se invece vengono guidati step by step, si sentiranno guidati e più sicuri.

CAMERA



Un altro touch point cruciale per soddisfare le "nuove" esigenze degli ospiti è sicuramente la camera sanificata.

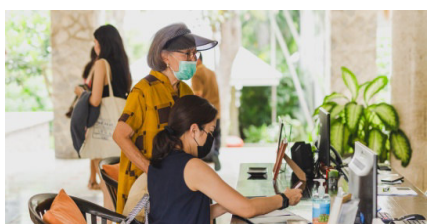
Alcuni esempi di misure specifiche adottate dalle strutture alberghiere: una tabella, dove è segnalata l'"ultima pulizia effettuata", collaborazione con società produttrici di prodotti per la pulizia e disinfezione o l'estensione del tempo in cui una

stanza rimane libera tra un ospite e l'altro per favorire l'aerazione e una pulizia più approfondita.

Invece per quanto riguarda la comunicazione cosa puoi fare?

1. Esponi in stanza un **avviso con comunicazioni chiare** inerente tutte le informazioni legate ai protocolli di pulizia e igiene. Puoi fissare un'infografica all'ingresso oppure usare un espositore da parete in plexiglas. Lo sapevi che oltre alla pulizia "standard" ci sono hotel in cui si fanno le ispezioni ai raggi ultravioletti, oppure si usano le tecnologie elettrostatiche? (E' un procedimento utilizzato dalle compagnie aeree per disinfettare le cabine tra un volo e l'altro).
2. Comunica con il cliente attraverso un kit di accoglienza che include flaconcini di disinfettanti per le mani, salviette igienizzanti e mascherine. L'ospite si sente importante perché gli fai vedere che la sua salute ti sta a cuore.
3. Informa il cliente che per la sua sicurezza hai rimosso oggetti e complementi d'arredo che vengono toccati spesso ma risultano difficili da disinfettare. Ad esempio il minibar o i cuscini decorativi per il letto.
4. Proponi per il servizio in camera una comunicazione tramite app. Ad Esempio i Four Seasons Hotel propongono un' app e la chat per il servizio in camera.
5. Formazione per i camerieri di piano. Oltre alla formazione delle Hard Skills è fondamentale istruire il personale per comunicare in modo efficace e professionale con gli ospiti. Ad esempio, quando un ospite chiede con quale prodotto sia stato igienizzato il suo cuscino, serve una risposta precisa con dettagli tecnici (con un prodotto a base d'alcool, d'amuchina, con ozono, con il vapore...), ma anche una comunicazione empatica, perché adesso più che mai l'ospite ha bisogno di essere rassicurato.

SPAZI COMUNI (SPA, sala fitness, piscina)



Ci sono hotel che pensano già a delle esperienze in camera "su misura" da far vivere agli ospiti. Vuol dire fare trattamenti SPA privati in stanza oppure proporre degli allenamenti indoor attraverso video di istruttori qualificati. Comunque servizi come piscine, palestre e centri benessere continueranno ad esistere, subendo maggiori misure di pulizia e sicurezza.

Come gestire la comunicazione per gli spazi comuni?

1. Informa l'ospite già durante la prenotazione, oppure all'arrivo, che tutte le lezioni/sessioni dovranno essere prenotate in anticipo e mostrati disponibile nel gestire richieste "last minute"
2. Comunica all'ospite come comportarsi in piscina o in spiaggia, come usare le attrezzature per fare ginnastica... L'ospite certe volte non si rende conto che con il distanziamento sociale sono tante le abitudini da cambiare. Ci vuole assertività, pazienza e flessibilità per far rispettare le direttive e nello stesso tempo empatia e capacità di comprendere gli stati d'animo altrui per capire gli ospiti.

BAR, CENA, BREAKFAST



Come gestire colazione, pranzo e cena in hotel?

Le strutture si sono organizzate in conformità con le attuali direttive. Tra distanziamento tavoli e dispositivi per disinfettare le mani, la comunicazione con l'ospite è cruciale.

1. Metti i cartellini con il nome delle pietanze e delle bevande nel caso di servizio buffet. E' frustrante trovarsi davanti al plexiglass del buffet della prima colazione e dover chiedere al cameriere tutti i nomi dei dolci oppure se il cibo è "glutenfree" o se contiene lattosio.
2. Informa gli ospiti che si presentano nel ristorante sulle procedure inerenti il distanziamento. Sembra scontato che tutti conoscano le direttive ma occorre infondere sicurezza e tranquillità agli ospiti.
3. **Forma il tuo personale** per acquisire una consapevolezza, una sensibilità per essere capace di anticipare le esigenze degli ospiti, guidare l'ospite nella scelta di ciò che fa al caso suo e ascoltarlo senza filtri.

E' molto probabile che questo periodo "new normal" duri ancora per un po' di tempo.

Ci auguriamo comunque che alcune delle misure attualmente implementate, come il controllo della temperatura di dipendenti e ospiti, verranno gradualmente eliminate.

Oggi la **chiave del successo è secondo noi creare un nuovo legame di fiducia tra hotel e ospiti**, cercando di rispettare rigorosamente le direttive sanitarie e puntando sulla formazione del personale in tutti i reparti: in un certo senso, questa distanza ci potrà unire di più, perché ci sentiamo a dover fronteggiare insieme lo stesso problema e siamo alimentati tutti dal forte desiderio di non esporci a pericoli e nello stesso tempo essere sereni e rilassati.

Quali suggerimenti state già applicando e quali sono secondo voi da migliorare?

Buona giornata,

Helene Gallone
Training Soft Skills.