



Parlano di noi su:

Web in testa



Rivista di pubblicazione: Web in testa - Dario Flaccovio Editore



07 Luglio 2023



Visita il sito della rivista

Guest Experience: strategie e metodi per conquistare gli ospiti e i clienti del futuro

Perché parlare di guest experience? E di strategia, metodo e futuro dell'ospitalità? Per rispondere a questa domanda partiamo da una riflessione di Luca Desiata, autore di "Scacchi e strategie aziendali", pubblicato nel 2012. Egli scrive "La strategia è una qualsiasi forma del pensiero che ha per obiettivo la modifica della realtà".

Una frase forte e significativa: ogni strategia sana a livello aziendale, anche nel mondo dell'accoglienza e dell'ospitalità, nasce per cambiare la realtà presente per apportare evoluzioni durature e proficue nel futuro.

Con questa premessa il libro "Professionista della Guest Experience" avanza nel mondo dell'ospitalità per offrire un solido metodo e gli strumenti per sviluppare esperienze uniche, efficaci ed emozionanti per ogni ospite e cliente nel mondo del lusso e dell'ospitalità per una guest experience memorabile.

LE STRATEGIE PER ATTIRARE I CLIENTI

A livello strategico, gli autori mirano a condividere alcuni messaggi fondamentali per tutti coloro che desiderano investire energie, passione e tempo nella guest e customer experience della propria realtà lavorativa. Vediamone di seguito alcuni:

1) La strada da seguire è ciclica: il processo strategico e di sviluppo di un'esperienza non è lineare con un inizio e una fine, bensì ciclico. Infatti, alla progettazione ed erogazione dell'esperienza segue sempre un'analisi meticolosa, una riprogettazione, una successiva erogazione e così via. Questo perché il miglioramento continuo è una delle chiavi per esperienze di successo;



- 2) Il valore della struttura deve essere condiviso da tutti, in ogni momento: definire mission, vision e valori è il punto di partenza, non la fine. Quei valori aziendali che conosci a memoria costituiscono un sistema ricco e complesso che viaggia lungo tutta l'esperienza degli ospiti e clienti e ha l'obiettivo di veicolare e condividere la storia e l'immagine del brand della struttura in ogni istante;
- 3) La misurazione e l'analisi sono fondamentali: progettare ed erogare l'esperienza sono due fasi a cui si tende a dare la massima priorità. Allo stesso tempo, a queste due deve sempre seguire una profonda analisi e misurazione della soddisfazione dei propri ospiti e clienti per comprendere quali aspetti dell'esperienza vanno bene e quali invece vanno migliorati e rivisti;
- 4) Il futuro necessita di un cambio culturale e di solide employee experience: il passato ha insegnato tanto, è il momento di utilizzare tutto ciò che abbiamo appreso per evolvere e dare spazio a una nuova cultura del lavoro e dell'esperienza di ogni operatore e professionista nel mondo dell'ospitalità, dando voce a bisogni, aspettative e necessità.

Tutti questi aspetti e riflessioni vanno calati nei contesti di ogni azienda e struttura alberghiera in modo personalizzato perché ogni singola realtà è un mondo a sé, fatto di persone legate dalla passione e dall'amore per questo settore e unite dallo stesso obiettivo: far sentire bene i propri ospiti e clienti.

Ti auguriamo buona lettura!