

Possono essere un valido aiuto al lavoro che il guest relation manager svolge all'esterno dell'hotel: si chiamano "Global Greeters" e sono un'organizzazione di volontari che gratuitamente guidano i turisti alla scoperta delle città. I volontari coinvolti non sono delle guide turistiche ufficiali (e pagate), ma sempli-

cemente delle persone che hanno a cuore la propria città o regione. In Italia non sono ancora apparsi, ma sono già operativi in metropoli come Mosca, New York, Buenos Aires, Abidjan o Berlino. In pratica fanno vivere ai turisti i luoghi con gli occhi dei residenti, scoprendone così tutti i tesori nascosti. A cominciare dai ristoranti.



Per conoscere le destinazioni dove opera la rete, cliccare su globalgreeternetwork.info

Il manager che ha "cura" degli ospiti

Dispensa sorrisi e informazioni, esaudisce capricci e incassa, con impeccabile aplomb, complimenti e critiche. Una volta si chiamava responsabile dei servizi d'accoglienza, oggi guest relation manager: un ruolo chiave per i 5 stelle

di Francesca Maffei

Le origini del guest relation management sono da ricondurre a due ruoli cardine in hotel: garantire ai clienti individuali la giusta considerazione anche in presenza di gruppi numerosi e gestire i "complaint". Oggi questa responsabilità appare assai più articolata rispetto al passato e con funzioni nuove. Vediamone insieme l'evoluzione.



Il desk del Rome Cavalieri Waldorf Astoria di Roma. Qui opera un guest relation manager con 3 collaboratori

Punti di riferimento

Più sviluppato all'estero, il guest relation management sta gradualmente prendendo piede anche in Italia, limitandosi per ora agli hotel 5 stelle. Ad esempio, la catena Rocco Forte Hotels prevede almeno un manager in tutte le sue strutture, come ci racconta dalla Sicilia Flavia Mazzarini del Verdura Golf & Spa Resort. «Siamo tre, un manager e due assistenti, ma in caso di necessità subentrano colleghi dal front office o il manager on duty». Un vero

e proprio comitato di accoglienza insomma, che non di rado include la direzione o la proprietà. Che cosa cambia nelle relazioni con gli ospiti di un hotel d'affari rispetto a uno leisure? «Le tempistiche, anzitutto.

Ruoli e timing dipendono dalla tipologia del cliente

I "business repeaters" si aspettano quanto richiesto seduta stante, con la massi-

ma attenzione al dettaglio: dal drink preferito al quotidiano in camera al menù al ristorante. Nei resort i ritmi sono invece più rilassati e noi diventiamo un po' più psicologi». Quanto incide la nazionalità? «Tantissimo. Dall'anticipo con cui avviene il contatto iniziale al numero delle interazioni, a chi si vuole trovare all'arrivo. Alcuni ospiti americani, già prenotati per il mese

prossimo, hanno ricevuto da tempo un "customised journey" con consigli precisi». Ma una volta giunti in albergo non si rischia l'invadenza? «Ogni intervento va modulato, sia che si tratti di celebrità, sia di persone comuni». L'aria più informale che si respira in mete di vacanza favorisce la relazione. «Uno di noi diventa di fatto il punto di riferimento del cliente per tutto il soggiorno, fornendo un recapito diretto per qualsiasi evenienza, giorno e notte».

Relazione fiduciaria

Un rapporto stretto, e di fiducia, quello che si instaura tra ospite e guest relation manager che, al pari di un commerciale, si porta appresso un prezioso bagaglio di consolidate relazioni. Come prevenire gli inevitabili effetti negativi in caso di turnover? «Se si lavora in team - rassicura Mazzarini - il processo di uscita può durare da 3 a 6 mesi: un tempo necessario a passare

il testimone a un assistente già formato».

Diversa la visione di Emilio Valdameri, presidente di Progetto Turismo e docente del Master in Tourism Management presso lo Iulm di Milano, che inquadra il guest relation management in due ambiti ben precisi: il personal assistant e il guest relation system. «Il concetto di full assistance - spiega l'esperto - è la sofisticazione del vero lusso. Come nel romano The First Luxury Art Hotel, dove ogni cliente ha un assistente personale a cominciare dal check-in, effettuato via tablet in limousine o in suite, e per l'intera permanenza».

È l'organizzazione nella sua interezza che fidelizza l'ospite

Dunque, un autentico trattamento da vip pensato per un target high-end. «Certo - continua l'esperto - il personal assistant è un vero professionista in grado di spaziare con un'informazione continua dallo shopping alla gastronomia, dagli eventi alle mostre e al lifestyle».

Formazione ad hoc

E passando al secondo ambito? «Occorre pensare che è l'organizzazione nella sua interezza a fidelizzare il cliente. Pertanto è più adeguato parlare di guest relation system piuttosto che di guest relation manager. Ossia di una struttura che metta in condizione i collaboratori di gestire le relazioni con sistematicità e autorevolezza, indipendentemen-

Knusden, guest relation manager al Rome Cavalieri

LINGUE, CULTURA E SAVOIR FAIRE

Lynn Knusden, di origini irlandesi, è da 8 anni guest relation manager del Rome Cavalieri Waldorf Astoria, punta di diamante di Hilton Worldwide nella capitale, lavora da quasi 30 nel mondo dell'accoglienza alberghiera. È lei a raccontarci gli aspetti forse meno conosciuti di una professione sempre più strategica nelle strutture upscale.



Quali sono i requisiti imprescindibili per diventare un buon manager?

Conoscere almeno 3 o 4 lingue più i saluti di benvenuto in un numero imprecisato di idiomi. E poi estroversione, adattabilità, flessibilità, capacità di "problem solving", attitudine all'ascolto, diplomazia e cultura locale.

La formazione migliore?

Quella sul campo. Di solito dopo un primo periodo al front desk si passa agli altri reparti dell'albergo, con i quali si svilupperà un'interazione

costante. È il guest relation manager che forma poi a sua volta il personale a lui sottoposto con role-play e briefing quotidiani.

Come avviene una "procedura" di guest relationship?

Al primo contatto con il cliente segue una lettera di cortesia per conoscere gli interessi del futuro ospite. Luogo e rapidità del check-in variano in base a chi ci troviamo dinanzi. Spesso il guest relation manager si presenta direttamente all'ospite al momento dell'arrivo oppure si fa annunciare in camera a distanza di 10 minuti. Infine, recall personalizzato post-partenza.

Quali sono i livelli di stipendio medi?

Si va dai 1.100 euro netti di un assistente ai 2.500 euro di un senior. Mediamente, però, la retribuzione può variare dai 1.700 ai 2.000 euro al mese.

Come siete strutturati al Rome Cavalieri?

La squadra prevede un manager, tre collaboratori e due assistenti che assicurano una copertura totale anche quando il manager non è "on duty". Ovviamente ci sono dei turni.

Quanti ospiti un guest relation manager può arrivare a gestire contemporaneamente?

Da 5 o 6 ospiti fino anche a circa 30 persone.

Di quali supporti tecnologici dispone al Rome Cavalieri per la sua attività?

Abbiamo un sistema centralizzato per la profilazione esatta del cliente e la sua conseguente mappatura.

te dalla posizione ricoperta all'interno dell'albergo». Tra il proliferare di corsi e consulenti in materia, quale tipo di formazione è preferibile per chi volesse intraprendere la carriera di guest relation manager? «Meglio optare per un percorso formativo di tipo trasversale, come effettivamente è la natura stessa della guest relationship. Non focalizzata, dunque, su un singolo soggetto o materia di studio», ribatte Valdameri. E, ovviamente, puntare su una formazione che contribuisca a valorizzare e a mi-

gliorare non solo le doti relazionali del candidato, ma anche quelle gestionali e di coordinamento. Una stima di quante siano attualmente in Italia le strutture che praticano il guest relation

Ogni hotel di peso ha uno suo guest relation manager

management? «Moltissimo - conclude Valdameri -. Ogni hotel di successo ha un suo guest relation manager, anche se magari non

lo chiama in questo modo. E spesso ne fa la sua arma vincente». Se è vero che più un'impresa alberghiera aumenta in dimensione e rating più necessita di una gestione coordinata e "senza pieghe", è altrettanto vero che raggiungere livelli di eccellenza nel servizio e nell'assistenza personalizzata all'ospite comporta investimenti e risorse.

Non è un caso che alcune strutture, non di altissimo livello, vedano ancora il guest relation manager esclusivamente come un'ulteriore voce di costo.//