



La ricetta in hotel? Investire nelle persone

A Firenze la Scuola Italiana Turismo prende a modello gli standard internazionali adattandoli alla sfaccettata realtà italiana

■ di GIORGIO BINI

Web marketing e revenue management sono ormai due concetti che ritornano sempre quando ci si ritrova ad analizzare performance alberghiere, a stilare to-do-list per gli albergatori e a discutere di strategie competitive. Ma il rischio è che si perdano di vista i fondamentali, per così dire. Ossia il “vero” prodotto alberghiero, il servizio. “Se è scadente, il nostro cliente rimarrà insoddisfatto anche se siamo bravi in web marketing e revenue management”. Ecco la filosofia di **Duilio Galbiati**, direttore didattico dei corsi Hotel Management, Scuola Italiana Turismo - Academy di Firenze, e fondatore di Lavoroinalbergo.it, realtà attiva nella formazione alberghiera e nel web marketing.

“Personalmente ritengo che dobbiamo investire tanto nelle persone che lavorano in hotel e sulle loro capacità di soddisfare gli ospiti. In merito ai corsi proposti dalla Scuola Italiana Turismo, spiega che “noi lo facciamo con moduli dedicati al servizio con lezioni e role play, prendendo come riferimento gli standard più alti del mercato internazionale, quelli di *The Leading Hotel of the World*”. Il modello deve essere quello dell’esperienza internazionale, adattandolo però alla frammentata situazione italiana. E allora abbiamo chiesto proprio a Galbiati quali sono oggi i segnali da cogliere, come si sta trasformando il mondo alberghiero e come deve reagire quello della formazione.

A destra,

Da sinistra Duilio Galbiati - Direttore didattico corsi Hotel Management

Angelo La Riccia Direttore Commerciale Voi Hotels - Docente Sales & Marketing
Rita Lunatici - Coordinatrice e responsabile stage
Ilenia Mazzai - HR Manager Gardaland - Docente Risorse umane





Prossimi corsi in programma

A ottobre partirà la 14esima edizione del corso “Front Office Manager,” pensato per chi non ha esperienza in hotel (o magari un breve periodo in piccole realtà) e desidera inserirsi velocemente nel mondo alberghiero, principalmente al reparto Front Office. “Si tratta di un corso di alta formazione di hotel management, riconosciuto dalla Regione Toscana con durata di circa 2 mesi (oltre 250 ore in aula + stage)”. Il corso nella prima parte si dedica in maniera approfondita al reparto room division, quindi front office e housekeeping. “I partecipanti imparano anche molto dettagliatamente il lavoro al reparto booking. Si fanno poi tante ore di pratica sul gestionale alberghiero Opera (Oracle Hospitality). Nella seconda parte li prepariamo a crescere professionalmente. Quindi marketing, sales, revenue management, social media management, contabilità”. A gennaio 2020 partirà invece la quinta edizione del corso “Diventare hotel manager” (che conta una sola edizione all’anno). Approfondisce tutti i temi legati al raggiungimento degli obiettivi economici. “Quindi a differenza del corso Front Office Manager meno ore sono dedicate all’operatività e molte sono dedicate al controllo di gestione, marketing & sales, revenue management”.

e più esigenti. Questo si traduce inevitabilmente nell’aver un team e un management sempre più competenti e aggiornati. Riguardo alle esigenze di formazione, sappiamo tutti che la maggior parte delle prenotazioni avviene online. Di conseguenza, le competenze di web marketing, revenue management, Crm e delle nuove tecnologie sono molto richieste e assumono una grande importanza. Nei nostri corsi, i partecipanti lavorano direttamente sui Pms, ovvero i Property Management System (gestionali alberghieri), sui booking engine e channel manager e rate shopper. Abbiamo fatto dei grandi investimenti per avere a disposizione queste tecnologie e docenti certificati”.

Un’altra parte essenziale della formazione è legata all’esperienza di stage: “Ne garantiamo di minimo tre mesi in aziende 4 e 5 stelle, che spesso appartengono a grandi brand italiani e internazionali. La responsabile degli stage e coordinatrice, Rita Lunatici, assicura ai partecipanti stage su misura e siamo in continuo contatto con i responsabili risorse umane, con cui collaboriamo per lo stage e sempre più spesso per ricerca di personale da inserire in azienda”.

Il focus è sulle strutture alberghiere, ma nell’orizzonte degli ex allievi si aprono prospettive anche in forme alternative di ospitalità: “Molti hanno trovato lavoro anche in realtà extralberghiere come ville di lusso, agriturismi, villaggi. Nelle piccole strutture bisogna essere in grado di fare un po’ tutto (dal front office alle prenotazioni al marketing) e nei nostri corsi cerchiamo di dare questa visione della struttura e dei reparti a 360 gradi”.

Domanda. Quali sono oggi le sfide principali e le principali richieste nell’ambito formativo per l’ospitalità?

Risposta. “La sfida principale e ambiziosa è quella di formare una nuova generazione di manager di hotel sul modello delle grandi catene alberghiere internazionali, adattandolo alla nostra realtà fatta da tantissime piccole e medie imprese. Mi focalizzerei più su un modello di manager che valorizzi, coinvolga e faccia crescere i propri collaboratori. Molto spesso se i dipendenti sono felici, coinvolti e appassionati nel loro lavoro, riescono a rendere contenti anche i clienti. C’è una stretta relazione tra il benessere del team e l’aumento dei risultati economici. Nei corsi che seguo, confrontandomi con i partecipanti, riesco a “respirare” quanto poco investiamo nelle risorse umane in Italia. Per questo dedichiamo molte ore alle risorse umane e alle dinamiche del team con docenti che provengono da multinazionali”.

D. Come è cambiato il mondo alberghiero nel corso degli anni?

R. “Negli ultimi anni il mondo alberghiero e del turismo ha subito una grandissima trasformazione. Adesso più che mai è un settore molto competitivo. Con clienti sempre più informati, meno fedeli

Identikit

La Scuola Italiana Turismo di Firenze, con il progetto “Academy”, propone un’offerta formativa finalizzata all’acquisizione di competenze indispensabili per inserirsi velocemente nel mondo del turismo, in special modo nel settore hospitality ed eventi. L’offerta formativa “Academy”, corso riconosciuto dalla Regione Toscana (titolo riconosciuto in Ue), viene periodicamente aggiornata sulla base di nuove richieste e confronto con le aziende del mercato turistico e alberghiero. Conta su oltre 18 edizioni dei corsi Academy con oltre 300 allievi formati. I placement sono superiori all’80%.