

Fare reti per vincere una sfida



Cosa si intende per turismo *conosciamo la realtà di cui dobbiamo parlare*

Il turismo è il soddisfacimento di bisogni umani e va inquadrato nel settore terziario e precisamente nelle aziende commerciali di servizi.

Il turismo come impresa di servizi è quindi basato sull'immaterialità ed è influenzato dal gradimento “soggettivo”.



Fare reti per vincere una sfida



Impresa di servizi

Nella produzione di servizi, particolare importanza riveste la gestione del rapporto con il cliente.

La “**qualità**” del servizio è di fondamentale importanza per stabilire un rapporto di fiducia fra le parti.

Chi fornisce un servizio deve porre molta attenzione alle **esigenze** del cliente/ospite che hanno prevalentemente una componente immateriale, sensoriale ed emotiva.

- E' di basilare importanza dedicare la massima attenzione a tutto il processo produttivo del servizio che si va ad erogare.

Fare reti per vincere una sfida

Il gioco delle parti *Chi è l'ospite?*

Nelle attività turistico-alberghiere abbiamo apparentemente due attori con lo stesso nome:

Ospite

Si parla di ospite sia per l'albergatore che è colui che accoglie temporaneamente una o più persone nella propria casa/struttura,
sia per il cliente/ospite che è la persona che gode dell'ospitalità.

In sintesi è ospite sia chi dà ospitalità, sia chi la riceve.

Fare reti per vincere una sfida



**Com'è cambiato il modo di fare
turismo nel tempo**

**Dal Grand Tour
a
Booking.com**



Fare reti per vincere una sfida



Nel passare dei secoli l'uomo da nomade è diventato stanziale.

La necessità di conoscere, la curiosità verso i luoghi lontani o solamente diversi, i commerci, la necessità di riposo e tanti altri motivi hanno comunque mantenuto sempre viva, anche se con forme e modalità diverse, la voglia di viaggiare




Fare reti per vincere una sfida



Non occorre risalire a Marco Polo o Cristoforo Colombo. Basta analizzare gli ultimi secoli per osservare enormi cambiamenti.

Nel XVII Sec. inizia il fenomeno del Grand Tour , seguito dai soggiorni dell'aristocrazia fra '800 e '900, per arrivare al turismo di massa degli anni '60 fino al turismo digitale odierno.



Fare reti per vincere una sfida



Le leve del cambiamento

I flussi turistici si sono modificati a causa di una lunga serie di motivazioni, fra le quali:

Stili di vita - Uso del tempo - Mezzi di trasporto e di informazione.



Fare reti per vincere una sfida



Le parole

- ▮ Ospite/turista/viaggiatore
- ▮ Tipicità di una comunità o di un territorio
- ▮ Unicità del luogo
- ▮ Professionalità nelle varie fasi del processo
- ▮ Innovazione nelle procedure
- ▮ Gestione delle politiche aziendali esterne rivolte a clienti individuali oppure a gruppi



Fare reti per vincere una sfida



Le difficoltà

- ▮ Burocrazia
- ▮ Nuove tecnologie (conoscenza e aggiornamento continuo di siti, portali, social, app, ecc.)
- ▮ Aggressività interna (clienti e/o dipendenti)
- ▮ Aggressività esterna (concorrenza)
- ▮ Mantenere la qualità contenendo i costi



Fare reti per vincere una sfida



La sfida

Chi opera nel turismo in questo momento storico deve effettuare una scelta fra

- ▮ Globalizzazione e territorialità
- ▮ Industrializzazione e artigianalità



Fare reti per vincere una sfida



Non dimentichiamo...

Il turista odierno rivolge sempre più attenzione a questi requisiti:

- | Qualità dei servizi
- | Etica
- | Responsabilità sociale d'impresa
- | Sostenibilità
- | Relazioni umane



Fare reti per vincere una sfida



Il Processo

Dalla competizione alla collaborazione

Nello scenario attuale per le piccole imprese turistico-ricettive è molto complesso rispondere a tutti i requisiti richiesti dal mercato ed affrontare le sfide quotidiane.

Si rende opportuno trovare delle soluzioni che prevedano una crescita culturale e un passaggio complesso quello appunto di non vedere in un collega un competitor, bensì un alleato.



Fare reti per vincere una sfida



Quale soluzione ? *“ Aggregazione ”*

Esistono tante possibilità di aggregazione che variano a seconda delle necessità dell'operatore turistico, e vengono sempre di più utilizzate in quanto si comincia a capire che anche nel commerciale l'unione fa la forza.

Si spazia fra:

Sindacato di categoria – cooperativa – consorzio – associazione – alberghi diffusi – ATI – Rete d'impreses – sistema commerciale integrato, ecc.



Fare reti per vincere una sfida

Case History

- ▮ **Piccoli Alberghi di Qualità**
- ▮ **Made in Rimini Holidays**

Fare reti per vincere una sfida



Piccoli Alberghi di Qualità

Consorzio di alberghi da 2 a 4 stelle con numero massimo di 48 stanze e con gestione prettamente familiare, costituito nel 1999 da 7 donne albergatrici.

Ogni struttura risponde a specifici requisiti definiti con l'obiettivo di mantenere un altissimo rapporto qualità – servizio.

L'accoglienza è uno dei punti fermi delle strutture aderenti, dove ogni ospite è considerato una persona con proprie esigenze e necessità e non un numero.

Rispetto delle tradizioni sia enogastronomiche che culturali.



Fare reti per vincere una sfida



Piccoli Alberghi di Qualità Valori comuni

- Appartenenza
- Condivisione
- Iniziative del gruppo per le quali è indispensabile comprendere l'importanza di una partecipazione attiva per potenziare la visibilità e l'immagine esterna



Fare reti per vincere una sfida

Piccoli Alberghi di Qualità Azioni realizzate

- ▮ Gruppi di lavoro con i soci (acquisti – web – tempo libero – formazione, ecc)
- ▮ Processo di certificazione di Qualità
- ▮ Ecosostenibilità
- ▮ Responsabilità sociale
- ▮ Azioni commerciali (Vacanza del Ben-Essere – Legge 7 – Percorso Felliniano – Friendly Autismo)

Fare reti per vincere una sfida

Piccoli Alberghi di Qualità Certificazione di Qualità

Una struttura ricettiva eroga servizi, quindi la domanda che ci si pone è: come è possibile valutare azioni che vengono percepite in modo molto soggettivo?

Comunemente, infatti, si ritiene che la Qualità sia un dato oggettivo.

Qualità significa mantenere quanto promesso.

Fare reti per vincere una sfida



Perchè un marchio di Qualità ?

Comunicazione chiara ed immediata di un concetto
e dei suoi contenuti

Valore aggiunto derivato dalla credibilità di un
marchio



Fare reti per vincere una sfida

Piccoli Alberghi di Qualità

La Qualità è il punto di incontro di tre diverse esigenze.

EFFICACIA (la qualità del servizio erogato)

EFFICIENZA (contenimento dei costi e dei tempi)

ELASTICITA' (risposta al cambiamento)

Fare reti per vincere una sfida



Piccoli Alberghi di Qualità Vacanza del Ben-Essere

Fra i principi fondanti del Consorzio vi è l'attenzione all'ospite in quanto persona e non numero.

Per tradizione chi soggiorna in Romagna riporta il ricordo di un'ospitalità allegra e sorridente, di una buona cucina e di un buonumore diffuso e contagioso.

Negli ultimi anni sono aumentate le difficoltà e gli stress della vita quotidiana, la vacanza deve essere quindi un'occasione per scaricare le tensioni e ricaricarsi appropriandosi anche dei propri sensi sempre un po' costretti dai ritmi relazionali.



Fare reti per vincere una sfida

Piccoli Alberghi di Qualità Vacanza del Ben-Essere

Trasformare la vacanza in un'esperienza

- ▮ offrire un mix di sensazioni
- ▮ essere considerati persone ognuna diversa dall'altra
- ▮ Cucina sana con menù attenti alle necessità fisiche stagionali, mangiando sano e con gusto, offrire un'alimentazione che consenta di sentirsi in forma e che utilizzi prodotti a Km. 0
- ▮ Consigli di attività fisiche semplici da fare al risveglio o più complesse da fare al mare con le “Spiagge del Benessere”
- ▮ Informazioni sulle attività e manifestazioni culturali per gratificare la mente ed il senso del bello

Fare reti per vincere una sfida



Made in Rimini Holidays

Rete d'impres

Realtà costituitasi nel 2013 ed è il risultato di un percorso di integrazione culturale e commerciale che riunisce diverse aggregazioni alberghiere e di operatori di spiaggia (bagnini, ristobar) e aziende produttrici di materie prime.



Fare reti per vincere una sfida



Made in Rimini Holidays Obiettivi

Questa Rete è nata con l'intento di far conoscere le eccellenze di un territorio proposte in un unico portale per consentire a ciascuno di scegliere una vacanza a propria dimensione ed in base alle proprie aspettative.



Fare reti per vincere una sfida



Made in Rimini Holidays

Sono stati elaborati pacchetti All Inclusive dedicati a varie tematiche:

- | Tutto mare**
- | Mare e storia**
- | Le vie del gusto**
- | Vacanze sportive**



Fare reti per vincere una sfida



Conclusioni

Le imprese che sono in grado di operare con passione autentica ed etica possono produrre risultati migliori e società più stabili.

**Ricordiamoci che
in natura il gruppo aumenta la
sopravvivenza del singolo**

Marta Agostini

