



Ristoranti
Bargiornale.it
Guidahotel24

PIANETAHOTEL.it

Login

in

Pianetahotel

Cerca

Agenda

powered by Google
Newsletter

alberghi back office contract food&beverage mercato benessere management eventi di pianetahotel cerco trovo



Like 6

Tweet 2

Share 5

g+1 0



Customer satisfaction

Chi risponde al telefono ha una missione speciale

Dal tono di voce alla capacità di ascoltare, al modo di accogliere le lamentele. Gli addetti al centralino svolgono un compito fondamentale per la soddisfazione finale degli ospiti

Irene Greguoli Venini

02 Settembre 2014

Link correlati

Maurizio Giantin

Una telefonata può influenzare positivamente o negativamente l'immagine di un albergo e del personale che vi lavora, conquistando nuovi clienti o fidelizzando quelli già esistenti. Occorre lavorare sulla voce per trasmettere cordialità, sulla capacità di ascolto, dandosi il tempo per capire l'esigenza dell'interlocutore e rispondere nel modo migliore, evitando promesse che non si possono mantenere. A spiegare consigli e tecniche per gestire al meglio le telefonate è Maurizio Giantin, esperto in formazione, consulenza aziendale per la comunicazione esterna, tecniche di vendita e gestione del cliente, oltre che autore del volume "Gestire i clienti al telefono". «I clienti tornano se si sentono trattati bene, e non solo mentre sono fisicamente presenti nella struttura. Infatti, il loro giudizio è condizionato anche dalle risposte al telefono quando chiamano per avere informazioni, per prenotare, o per un problema - racconta Giantin -. Saper accogliere le richieste, così come gestire un problema, determina come il cliente percepirà la struttura e il personale che vi lavora, e quindi il livello di competenza, organizzazione, professionalità e disponibilità. Se poi è la prima volta che telefona, l'accoglienza attraverso i fili ha un potere enorme, poiché determina l'immagine che il cliente si farà dell'albergo senza ancora aver visto nulla, né la faccia di chi risponde, né l'aspetto delle camere».

Un problema di percezione

«A volte - continua Giantin - bastano poche parole e qualche secondo al telefono per determinare la prima impressione. Ciò che non si può vedere in quel momento è influenzato dalla percezione iniziale». Gli aspetti su cui lavorare, secondo Giantin, sono molto concreti: le parole utilizzate nelle risposte, la voce e tutto ciò che viene detto e non contribuisce a costruire un'immagine positiva della struttura. «Non si pensa mai alla voce, forse non si sa che influisce all'80% nella comunicazione telefonica. Ha un potere enorme ed è quindi un efficace strumento di lavoro». Fondamentale è partire con il piede giusto, dal primo momento in cui si alza la cornetta. «Occorre essere quanto più cordiali possibile, e non solo gentili. L'educazione può non bastare, anzi, un'eccessiva formalità può raffreddare la comunicazione e creare distacco. Bisogna aggiungere cordialità: è contagiosa e crea da subito una comunicazione favorevole. Per questo la voce dovrà essere morbida e accogliente, tramettendo così la propria disponibilità verso il cliente». L'altro aspetto indispensabile è non avere troppa fretta, in modo da capire bene la richiesta del cliente, dedicandogli qualche minuto.

Non più di un minuto d'attesa

Sono assolutamente da evitare le risposte date in modo meccanico, velocemente o con una voce svogliata. «Denotano scarso interesse e serietà, indisponendo l'interlocutore - sottolinea Giantin -. Se possibile è meglio non mettere in attesa il cliente per più di un minuto, perché chi rimane in attesa al telefono ha una percezione del tempo più lunga e può spazientirsi. Se siamo impegnati e non possiamo rispondere, meglio riprendere ogni tanto la conversazione e far sapere che ci siamo». Altra regola d'oro è non fare promesse che non si possono mantenere: «È più produttivo essere sinceri e dimostrare il proprio impegno: meglio riservarsi il tempo per capire e dare la risposta più opportuna successivamente», continua Giantin, che suggerisce anche di bandire espressioni usate da tutti come "In cosa posso esserle utile?" oppure "Rimaniamo a sua disposizione per qualsiasi esigenza". «Sono cose dette da chiunque a tutti i clienti e non hanno quell'effetto che si crede, anzi. Meglio usare frasi più semplici, concrete e rassicuranti, tipo: "Prego, mi dica pure, vedo come posso aiutarla", oppure "Se ha bisogno mi chiami

I Flip Magazine di Pianetahotel



Tutti i Flip Magazine



Le newsletter di Bargiornale

Error loading images. One or more images were not found.

Iscriviti

Tutte le Newsletter di Bargiornale

Abbonati!

Clicca qui per abbonarti a Pianetahotel



Speciali di Pianetahotel



Tutti gli Speciali di Pianetahotel

a questo numero e chiedi di me", "La aspettiamo. Se avesse bisogno chiedi pure di me in reception. Nel caso c'è comunque sempre un collega a sua disposizione». La telefonata di lamentela è una delle situazioni più critiche, ma se gestita bene può diventare un'opportunità per fidelizzare. «Gli alberghi non si differenziano per i problemi, ma per come sanno gestirli. Il cliente valuta in base a come si sente considerato nella sua difficoltà o richiesta e le statistiche ci dicono che un problema accolto e risolto determina un legame più forte con il cliente che non una situazione positiva immediata. Infatti, è nella gestione del problema che capisce se si può fidare o meno». In questi casi, occorre affrontare la prima fase, quella emotiva, sul piano della comprensione, ascoltando l'interlocutore e condividendo il suo stato d'animo, senza interromperlo o cercare di difendersi. «Ciò che conta - conclude il consulente - è la sensazione di considerazione percepita. È difficile prendersela con chi in fondo è gentile e disponibile».



[Via libera alla zona di libero scambio con la Moldova](#)

Il Parlamento europeo approva l'accordo di associazione con ...

Con il supporto del

Link a questo articolo: Chi risponde al telefono ha una missione speciale

6

Like

2

Tweet

5

Share

0

+1

Stampa

Invia un commento

Invia questo articolo

BAR 24

BAR 24

Archivio Prodotti

agenda Dicembre 2014

Calendario
eventi

Segnala il tuo
evento

Link Utili

La Guida agli Hotel italiani

Il portale delle tecnologie e dell'innovazione per i professionisti e per le aziende

Aggiornamento quotidiano per piccole e medie imprese e liberi professionisti

Europarlamento24 il sito del parlamento Europeo dedicato alle imprese e alle professioni



Rss

Partner di Pianetahotel

Spaziohoreca

Lavoroturismo: il sito di chi lavora nel turismo

Saperebere: il sito della cultura del bere responsabile



New Business Media Srl. Tutti i diritti riservati.

Sede legale Via Eritrea 21 - 20157 Milano - Codice fiscale, Partita IVA e Iscrizione al Registro delle imprese di Milano: 08449540965