

Ospitalità Italiana: un'opportunità di crescita per le imprese cuneesi

Alcuni punti di forza del rating

Rating multisetoriale, estensibile sia alla ricettività turistica (hotel, b&b, agriturismo, ecc.) che alla ristorazione e alle botteghe e negozi tipici (produzioni aperte comprese)

Accessibile sia per medio-grandi che piccole e micro imprese

Si presenta come percorso di crescita organizzativa e professionale per l'impresa e, per i clienti, come marchio di certificazione che assicura:

- ✓ la qualità del servizio della struttura (miglioramento continuo per l'impresa)
- ✓ la professionalità del personale, dello chef, ecc.
- ✓ l'uso di ricette locali e di prodotti locali o originali
- ✓ la coerenza tra la promessa e la proposta commerciale per rafforzare la fidelizzazione dell'utenza
- ✓ il punteggio medio delle recensioni sui social media/OTA di settore (Tripadvisor, booking etc.) a garanzia di qualità consolidata da comunicata in modo sintetico agli utenti
- ✓ i principi fondamentali di ecosostenibilità (risparmio energetico, idrico, ecc.)
- ✓ strutture a servizio della promozione del territorio (potenziali partecipanti a circuiti promozionali).

Alcune importanti novità

Kit per la comunicazione

Introduzione della valutazione KO

Identità

Le informazioni fornite attraverso sito web, e social presentano una **situazione distorta e non veritiera** in relazione alla tipologia, alla proposta erogata

KO

Qualità del servizio

Le toilettes presentano **gravi carenze in termini di pulizia.**

KO

Qualità del servizio

La sala presenta **gravi carenze in termini di manutenzione**

KO

Qualità del servizio

Tavoli e sedie si presentano inadeguati per pulizia e manutenzione. Presenza di incrostazioni e sporcizia diffusa

KO

Qualità del servizio

La frequenza dei cambi della biancheria avviene con una frequenza minore rispetto a quanto previsto dalla categoria di appartenenza (eccezione per aspetti ecosostenibili adeguatamente comunicati)

KO

Audit Ospitalità Italiana



L'audit Ospitalità Italiana non è una attività di verifica....



...ma un momento di riflessione

Audit Ospitalità Italiana – ...e se ci sono criticità

L'audit è un momento di acquisizione di consapevolezza attraverso una azione di misurazione terza, l'obiettivo non è **“aver ragione”** su un'altra persona che è venuta a valutarci



Occorre prendere atto delle considerazioni fatte dal valutatore e delle eventuali criticità riscontrate e porsi spunti per il miglioramento dei criteri non attesi per una crescita interna

Audit Ospitalità Italiana

L'audit costituisce una occasione per guardare la propria azienda con un punto di vista differente e ottenere spunti di miglioramento



L'attribuzione della certificazione può essere quasi considerata un effetto collaterale di un più ampio processo di crescita della propria struttura e del proprio territorio.

Audit = Ascolto

Un'ispezione sistematica, documentata e indipendente che ha come scopo quello di verificare la conformità ai requisiti espressi



Disciplinari di certificazione

Differenti in base alle tipologie di struttura:

Hotel

Agriturismi

Ristoranti

Country house

Rifugi

Negozi tipiciecc.

Disciplinari - caratteristiche

Le caratteristiche espresse nei disciplinari si basano su quattro pilastri:

Qualità

Identità

Notorietà

Promozione del territorio

.....e diverse aree

Raggiungibilità ed aree esterne

Web

Parcheggio

Reception, accoglienza e servizi al
cliente

Aree comuni

Camere

Bagni

Produzioni proprie

...in pesi e percentuali differenti...

Disciplinari - scopo

Strumento di crescita ed accompagnamento delle imprese a soddisfare i requisiti espressi, ma soprattutto quelli non espressi, dei propri «portatori di interessi»

Clienti



Dipendenti



Società



Disciplinari

I requisiti espressi nei disciplinari sono **declinati** per livelli

Le informazioni fornite attraverso sito web e social sono dettagliate e comunicano in maniera esaustiva il tipo di struttura ed i servizi erogati (es struttura ad indirizzo business, offerte meeting, benessere, etc.) ai fini di un informativa chiara e coerente verso la clientela.	a
Le informazioni fornite attraverso sito web e social sono adeguate per completezza e comunicano in maniera adeguata struttura ed i servizi erogati	b
Le informazioni fornite attraverso sito web e social comunicano in maniera adeguata il tipo di struttura mentre non comunicano in maniera adeguata i servizi offerti (es. Spa, meeting, proposta enogastronomica, etc)	c
Le informazioni fornite attraverso sito web e social non chiariscono struttura e servizi erogati	d
Sito internet riportante informazioni non veritiere sulla struttura (es camere non in linea con la realtà), sulla posizione, sui servizi e sulle tariffe praticate.	KO

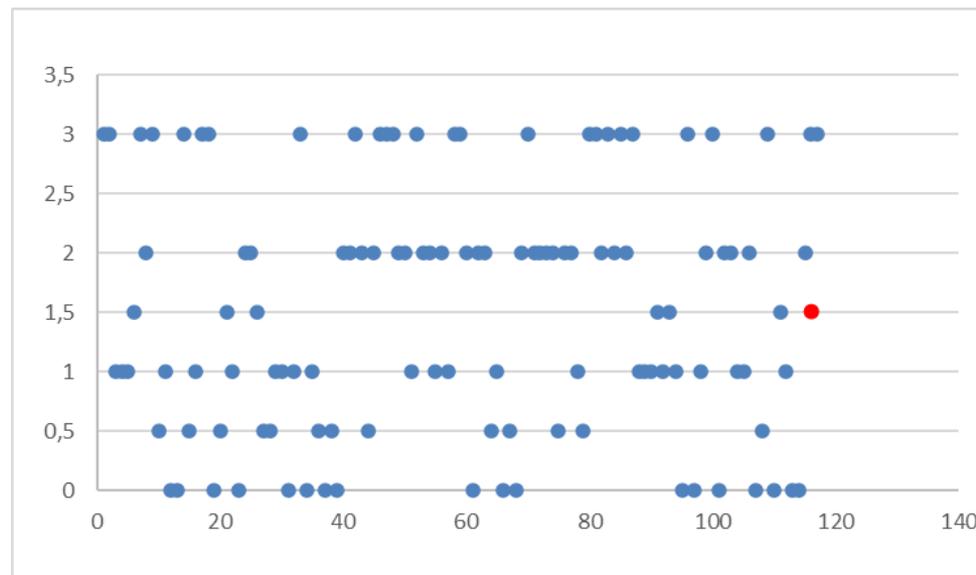
Disciplinari

I prodotti tipici del territorio (es miele, marmellate, formaggi e salumi) presenti a colazione sono chiaramente evidenziati con informazioni e curiosità nonché azienda produttrice	a
Buona parte dei prodotti tipici del territorio (es miele, marmellate, formaggi e salumi) presenti a colazione sono evidenziati e viene indicata l'azienda produttrice	b
Alcuni dei prodotti tipici del territorio (es miele, marmellate, formaggi e salumi) presenti a colazione sono evidenziati	c
I prodotti presenti non vengono evidenziati/promossi	d

Attribuzione del Punteggio

Il punteggio finale che viene attribuito alla struttura è costituito dalla somma dei vari requisiti e pertanto la combinazione fra macro aree (cd. pilastri) e aree può avere un effetto compensativo sulla valutazione finale.

In altre parole, il parziale o mancato soddisfacimento di un elemento può essere compensato dal pieno soddisfacimento di un altro elemento



Audit Ospitalità Italiana – come si svolge

Per verificare la rispondenza al disciplinare l'audit viene effettuato:

A sorpresa (preavviso del periodo, ma non del giorno o dell'ora)



Da un ente terzo



Audit Ospitalità Italiana – Affrontare la «verifica»

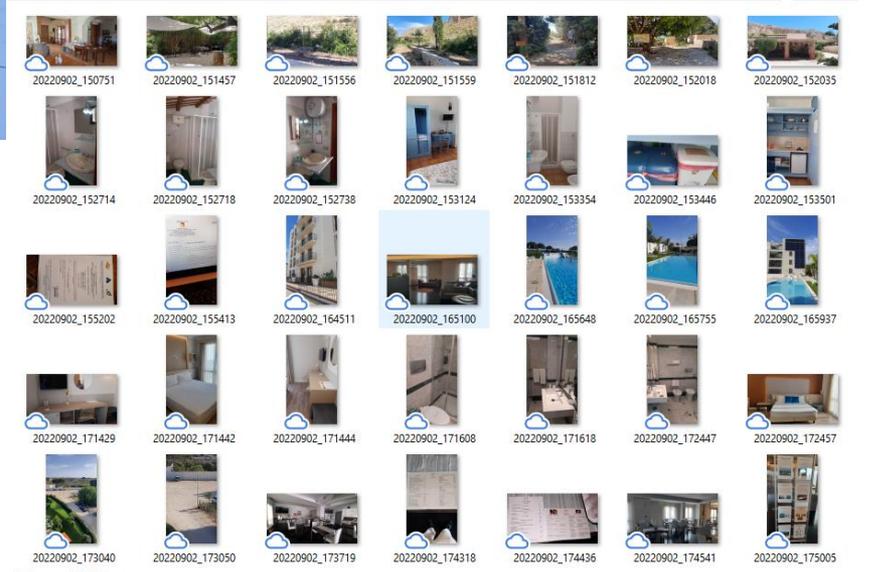
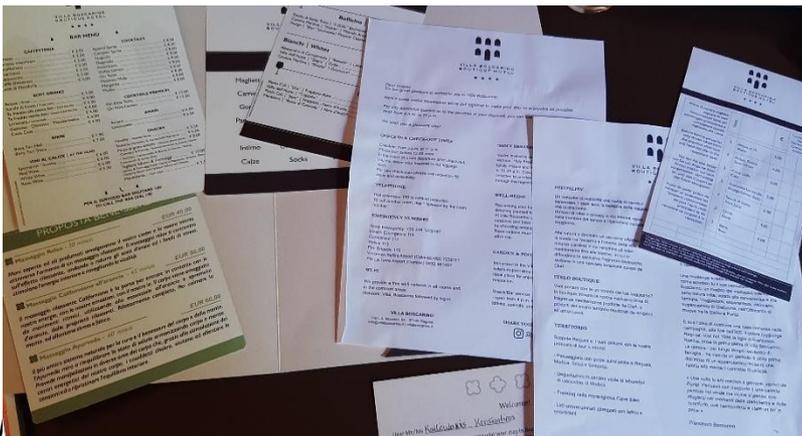
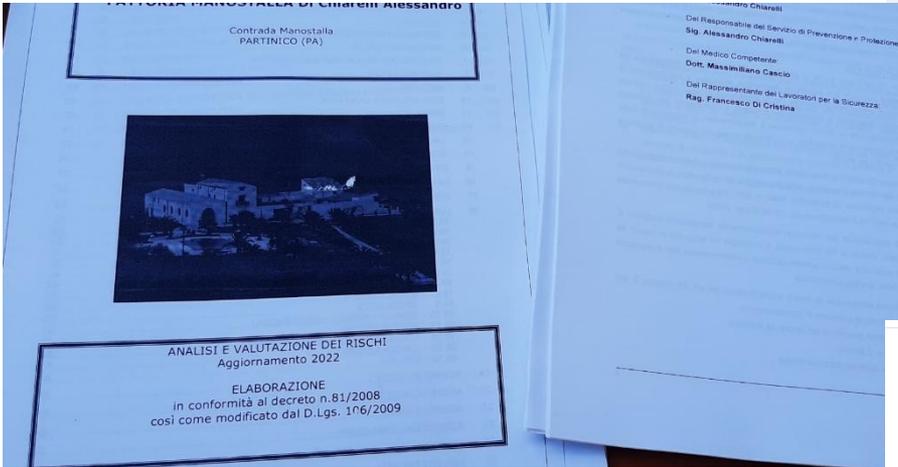
L'auditor va visto con un cliente, quindi va accompagnato nel corso dell'audit

È opportuno che egli disponga di tutte le informazioni necessarie per inquadrare la struttura nel proprio contesto

È bene disporre sempre di evidenze puntuali a supporto di quanto detto

Meglio essere chiari e trasparenti perché portare avanti un processo di certificazione insieme è un momento di crescita per tutti

Tramite raccolta di evidenze



Requisito soddisfazione dei clienti



Questionario Soddisfazione Clienti Stagione 2016/2017

Caro Cliente,

sta per terminare la stagione 2016/2017 e ci teniamo a conoscere il tuo parere sull'esperienza che hai fatto con noi di Rari Nantes Sori e il tuo grado di soddisfazione.

Ti proponiamo un breve questionario, "ANONIMO", che ci servirà a misurarci con le tue valutazioni e i tuoi consigli, a lavorare con più consapevolezza e oggettività sulla prossima stagione per presentarci rinnovati e in grande forma. A prestissimo...

Scala dei valori: 1 insufficiente 2 sufficiente 3 buono 4 ottimo

Crocetta i valori, piega il foglio e imbuca nell'urna in segreteria.

1. La nostra struttura: spogliatoi, bagni, docce, phon, piano vasca, piscine, attrezzi, gradinate, bar, posteggio, ...				
1	2	3	4	
2. Igiene nel complesso: spogliatoi, bagni, docce, piano vasca, gradinate, ...				
1	2	3	4	
3. Valuta i servizi e le attività seguenti in base alle tue esperienze e abbonamenti:				
-Nuoto Libero	1	2	3	4
-Corso Gestanti	1	2	3	4
-Corsi Baby+Genitore	1	2	3	4
-Scuola Nuoto Bambini	1	2	3	4
-Corsi Nuoto Adulti	1	2	3	4
-Corsi Nuoto Avanzato	1	2	3	4
-Nuoto Agonistico	1	2	3	4
-AcquaGoal e U13	1	2	3	4
-Pallanuoto U15-17-20	1	2	3	4
-AcquaFitness	1	2	3	4
-AcquaBenessere	1	2	3	4
-FitnessTerra	1	2	3	4
-Fisioterapia in Acqua	1	2	3	4
-Sala attrezzi	1	2	3	4
4. Il nostro personale tecnico:				
-Allenatori Pallanuoto	1	2	3	4
-Allenatore e Istruttori Nuoto	1	2	3	4
-Istruttori AcquaFitness	1	2	3	4
-Istruttori FitnessTerra	1	2	3	4
5. Segreteria: informazioni, chiarezza, accoglienza, cortesia, disponibilità ...				
1	2	3	4	
6. Commerciale: accuratezza, soluzioni, novità, prezzi, promozioni, comunicazione web e social, newsletter (se iscritto), ...				
1	2	3	4	
7. Il tuo giudizio complessivo su Rari Nantes Sori per la stagione 2016/2017				
1	2	3	4	
8. Rispetto alle stagioni precedenti, cosa ha funzionato di PIU' (note in stampatello):				
9. Rispetto alle stagioni precedenti, cosa ha funzionato di MENO (note in stampatello):				
10. Idee, suggerimenti, richieste per prossima stagione (note in stampatello):				

Aiutiamoci a migliorare e crescere, assieme. Grazie da Rari Nantes Sori.

Maggio 2017

La struttura mette in atto misure per facilitare e sollecitare la valutazione da parte dei clienti (es. sistemi CRM, applicazioni, questionari cartacei, etc.) e i feedback sono regolarmente gestiti e archiviati.

La realizzazione di un questionario del cliente strutturato in azienda permette di poter individuare una serie di azioni che dovranno essere realizzate al fine di poter migliorare le attività di un'impresa.

.....

Dott. Luciano Ippolito

...vantaggi

- ✓ sondare i bisogni e le attese dei clienti;
- ✓ scoprire i bisogni latenti dei clienti;
- ✓ individuare gli errori commessi per correre immediatamente ai ripari;
- ✓ trarre idee, spunti e suggerimenti utili alla definizione di interventi sempre più efficaci;
- ✓ definire, in modo strategico, nuovi servizi o interventi di miglioramento

...svantaggi

- ✓ difficoltà nella compilazione;
- ✓ numero elevato di requisiti;
- ✓ scarso interesse o tempo da dedicare da parte dei clienti.

....e allora ?



La realizzazione di piccoli questionari puntuali può rappresentare un utile strumento di gestione e propensione al miglioramento che di indagine della soddisfazione dei clienti

Stabilire delle campagne periodiche che tendano ad indagare singoli aspetti dell'azienda (es. reception, camera, colazione, web, parcheggio, etc.) con poche domande circoscritte, semplici e misurabili.

Esempio per la ristorazione

- ✓ Domande mirate al comfort delle sedie
- ✓ Alla presentazione di un piatto
- ✓ Al livello di luminosità dei tavoli
- ✓ Alle dotazione dei bagni
- ✓

Esempio per la ricettività

- ✓ Come giudica l'arredo e il comfort delle camere
- ✓ I letti sono confortevoli
- ✓ La temperatura della camera è buona
- ✓ I comandi di regolazione (es. aria, luce, etc.) sono facilmente azionabili
- ✓ Gli spazi all'interno della camera risultano ben organizzati
- ✓ Come giudica l'insonorizzazione interna ed esterna
- ✓etc....

...con la consapevolezza di acquisire e gestire **dati** per eventuali azioni di promozione future

Requisiti relativi alla comunicazione

*La biancheria in camera viene cambiata giornalmente (salvo diverse scelte del cliente per la tutela ambientale adeguatamente **comunicate** in camera).*

*Gli orari della prima colazione e room service sono ampi e **comunicati***

*I servizi sono chiaramente **comunicati***

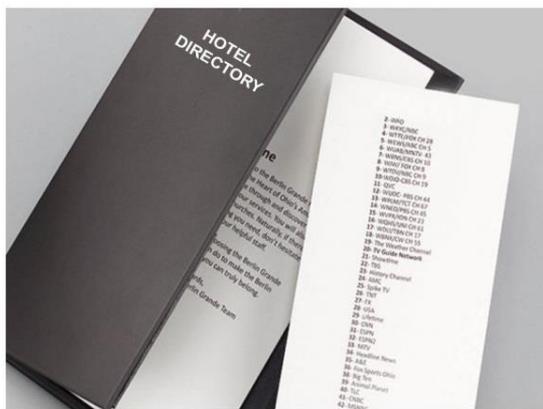
*Il set di cortesia è ampio e con particolare attenzione al cliente o disponibilità di kit aggiuntivi adeguatamente **comunicata***

*Sono presenti coperte e cuscini di riserva adeguatamente protetti o disponibilità di coperte e cuscini di riserva adeguatamente **comunicata***

...ma «Verba volant scripta manent»

.....

Comunicare, anzitutto verbalmente, le nostre peculiarità ed i nostri servizi, ma utilizzare al contempo strumenti di supporto



GENERAL SERVICES OFFICE

CONTACTLESS

HEALTH CHECKLIST FORM



SCAN HERE



Requisiti relativi alla formazione

Il capo cuoco....il responsabile di sala.... ha frequentato la scuola alberghiera o percorso attinente al mondo della ristorazione di almeno 5 anni e si mantiene costantemente aggiornato. .

Tutto il personale addetto al servizio in sala viene costantemente aggiornato/formato, con cadenza almeno annuale, tramite corsi esterni o da personale interno debitamente formato/aggiornato. La formazione deve essere documentata

SCHEMA DEL PERSONALE

Scheda N°

COGNOME E NOME :

ASSUNTO IL :

MANSIONE:

TITOLO DI STUDIO:

ESPERIENZE LAVORATIVE: *(Vedi copia Libretto)*

CORSI E SPECIALIZZAZIONI CONSEGUITE *(Allegare eventuali copie di attestati):*

Data	Argomenti Trattati	Eseguito da	Durata
------	--------------------	-------------	--------

FORMAZIONE INTERNA RICEVUTA:

Requisiti relativi alle 'carte'

La carta dei vini è organizzata per tipo, origine, denominazione completa di acronimo DOC/IGP e similari, cantina, indicazione proposta al bicchiere/demi bouteille e ed eventuali rappresentazioni grafiche (es. cartine geografiche con evidenza o rigine vini



Vini Bianchi



**5 TERRE DOC
COOPERATIVA 5 TERRE**
Di colore giallo paglierino intenso con rapidi riflessi oro-verde, cristallino e di buona consistenza. Al naso presenta profumi decisi e persistenti, con netti sentori di fiori di campo, ginestra, miele e note più lievi di agrumi. In bocca è secco e caldo, con note fresche e sapide, finale lungo e persistente.

€ 1/2 €



**RIBOLLA GIALLA DOP
RODARO**
Vino fresco, di media struttura, di colore giallo paglierino scarico, tendente al dorato. Profumo delicato di mela cotogna. Al palato presenta sapore secco, acidulo.

€



**FIGATO R.L.P. DOC
CASCINA FEPU DEI MASSARETTI**
Di colore giallo paglierino, con riflessi verdolini, con profumi di ginestra e sentori di muschio e sottobosco. Sapore completo di stoffa larga e vellutata, persistente con carattere marcato.

€ 1/2 €



**"Ma Teo" VERMENTINO
COLLI DI LUNI
EDOARDO PRIMO**
Di colore giallo paglierino, con riflessi dorati, gusto fresco, morbido, asciutto.

€ 1/2 €



**PINOT GRIGIO DOP
RODARO**
Vino elegante, persistente, piacevolmente asciutto. Di colore giallo leggermente dorato, con riflessi ramati. Al naso presenta sentori di melone maturo, pesca, albicocca, taglio e acacia.

€

Vini Bianchi



Figato RLP doc 2013 - Cascina Feipu dei Massaretti
Di colore giallo paglierino, con riflessi verdolini, con profumi di ginestra e sentori di muschio e sottobosco. Sapore completo di stoffa larga e vellutata, persistente con carattere marcato.

€



"Ma Teo" Vermentino Colli di Luni doc 2013 - Edoardo Primo
Di colore giallo paglierino, con riflessi dorati, gusto fresco, morbido, asciutto.

€



5 Terre doc 2013 - Coop. Agricoltura 5 Terre - Riomaggiore
Si presenta alla vista con un bel colore giallo paglierino intenso con rapidi riflessi oro-verde, cristallino e di buona consistenza. Al naso presenta profumi decisi e persistenti, di buona finezza ed eleganza con netti sentori di fiori di campo, ginestra, miele e note più lievi di agrumi. In bocca è secco e caldo, con note fresche e sapide in sostanziale equilibrio, finale lungo e persistente con buona rispondenza gusto-olfattiva.

€



Gewürztraminer doc 2013 - Erste & Neue
Al naso presenta un delicato sentore di rosa accompagnato da una nota speziata di cannella, il Gewürztraminer al palato esprime notevole struttura, buona vivacità e un'eccezionale bevibilità.

€

La struttura mette a disposizione menu specifici nella lingua della clientela principale e in numero adeguato.

Il ristorante offre menu specifici (es. vegano e/o bio e/o gluten free e/o kosher e/o halal, etc.) e mette in atto misure idonee per la separazione spaziale e/o temporale dei prodotti, delle attrezzature e della preparazione dei piatti rispetto alla cucina standard



I prodotti di eccellenza vengono ben evidenziati all'interno del menu attraverso una breve descrizione degli stessi (es. origine, caratteristiche, differenze rispetto ai prodotti convenzionali, certificazioni, etc.), nella descrizione dei piatti introduzione della denominazione di vendita seguita da eventuali acronimi quali DOP, IGP, presidio Slow Food, nome azienda produttrice, eventuali loghi/marchi delle aziende produttrici



Dott. Luciano Ippolito

Requisito sostenibilità ambientale e certificazioni

Nel disciplinare sono presenti anche alcuni requisiti definiti “green”, il cui soddisfacimento, consente alla struttura di acquisire il riconoscimento aggiuntivo di albergo attento alle tematiche di sostenibilità ambientale

*La struttura monitora il consumo energetico,....idrico,.....forma i propri dipendenti.
Gli ospiti sono informati sulle tematiche ambientali in maniera documentata*





CERTIFICATO N. EMS-6001/S
CERTIFICATE No.

SI CERTIFICA CHE IL SISTEMA DI GESTIONE AMBIENTALE DI
IT IS HEREBY CERTIFIED THAT THE ENVIRONMENTAL MANAGEMENT SYSTEM OF

POLIS 4 S.R.L.

CORSO NOVARA, 36 80143 Napoli (NA) ITALIA

NELLE SEGUENTI UNITÀ OPERATIVE / IN THE FOLLOWING OPERATIONAL UNITS

VIA DELLE REPUBBLICHE MARINARE, 7 80143 Napoli (NA) ITALIA

È CONFORME ALLA NORMA / IS IN COMPLIANCE WITH THE STANDARD
ISO 14001:2015

E AL REGOLAMENTO TECNICO ACCREDIA RT-09
PER I SEGUENTI CAMPI DI ATTIVITÀ / FOR THE FOLLOWING FIELD(S) OF ACTIVITIES

LOGISTICA E MOVIMENTAZIONE DI PRODOTTI PETROLIFERI

LOGISTICS AND HANDLING OF PETROLEUM PRODUCTS

L'uso e la validità del presente certificato sono soggetti al rispetto del documento RINA Regolamento per la Certificazione di Sistemi di Gestione Ambientale
The use and the validity of this certificate are subject to compliance with the RINA document: Rules for the Certification of Environmental Management Systems
La validità del presente certificato è subordinata a sorveglianza annuale/semestrale ed al riesame completo del sistema di gestione con periodicità triennale
The validity of this certificate is dependent on an annual/semi-annual audit and on a complete review, every three years, of the management system

Prima emissione First Issue	14.09.2015	Data decisione di rinnovo Renewal decision date	29.08.2018
Data scadenza Expiry Date	13.09.2021	Data revisione Revision date	29.08.2018

Antonio Paolella
Naples Management System
Certification Head

RINA Services S.p.A.
Via Corsica 12 - 16128 Genova Italy



SGA N° 002 D
Membro negli Accordi di Punto
Riconoscimento SA, IAF e IAF/C
Signatory of SA, IAF and IAF/C
Mutual Recognition Agreements

CISQ è la Federazione Italiana di Organismi di
Certificazione del Sistema di Gestione Ambientale
CISQ is the Italian Federation of
management system Certification Bodies

Requisito sostenibilità ambientale e certificazioni

La struttura è certificata in conformità alle norme UNI EN ISO

UNI EN ISO 9001:2015 – Sistemi di gestione della qualità

UNI EN ISO 14001:2015 – Sistemi di gestione ambientale

Regolamento EMAS – (CE/1221/2009) – Sostenibilità ambientale

UNI ISO 45001:2018 – Sistemi di gestione per la salute e sicurezza sul lavoro

UNI EN ISO 22000:2018 – Sistemi di gestione per la sicurezza alimentare

UNI CEI EN ISO/IEC 27001:2017 – Sistemi di gestione della sicurezza dell'informazione

UNI EN 14065:2016 – Sistema di controllo della biocontaminazione

Requisiti relativi alla promozione del territorio

I prodotti tipici del territorio (es. miele, marmellate, formaggi e salumi) presenti a colazione sono chiaramente evidenziati con informazioni e curiosità.

È presente un punto informativo con brochure e opuscoli sul territorio ben riforniti o/i, ben tenuto o, comunque, la struttura promuove il territorio attraverso ulteriori modalità (es. video promozionali del territorio, etc.).

La struttura mette a disposizione convenzioni o voucher/buoni per l'acquisto di prodotti del territorio (es. artigianato, prodotti tipici, enogastronomia, etc.)

Il sito internet riporta una sezione dedicata al territorio circostante (luoghi di interesse, iniziative quali sagre/eventi/rivenditori prodotti del territorio, etc.) chiara, facilmente navigabile e ben organizzata

.....





Data

Tutte le date	Oggi
Domani	Fine
Data specifica	

Prezzo

fino a € 49,00 1

da € 50,00 fino a € 99,00 13

da € 100,00 fino a € 199,00 1

Offerta top

Instant book 14

Lingue

Inglese 15

Tedesco 15

Italiano 15



L'originale "Sicilia sconosciuta"

119,00€
a partire da **98,00 €**

📍 Santo Stefano Quis... [Dettagli >](#)



Lezione di cucina "una montagna di eccellenze"

119,00€
a partire da **99,00 €**

📍 Cammarata [Dettagli >](#)



Una giornata in fattoria a Cammarata

99,00€
a partire da **89,00 €**

📍 Cammarata [Dettagli >](#)



Trekking day, monte Cammarata

89,00€
a partire da **79,00 €**

📍 Burgio [Dettagli >](#)



Urban trekking centro storico di Cammarata

89,00€
a partire da **79,00 €**

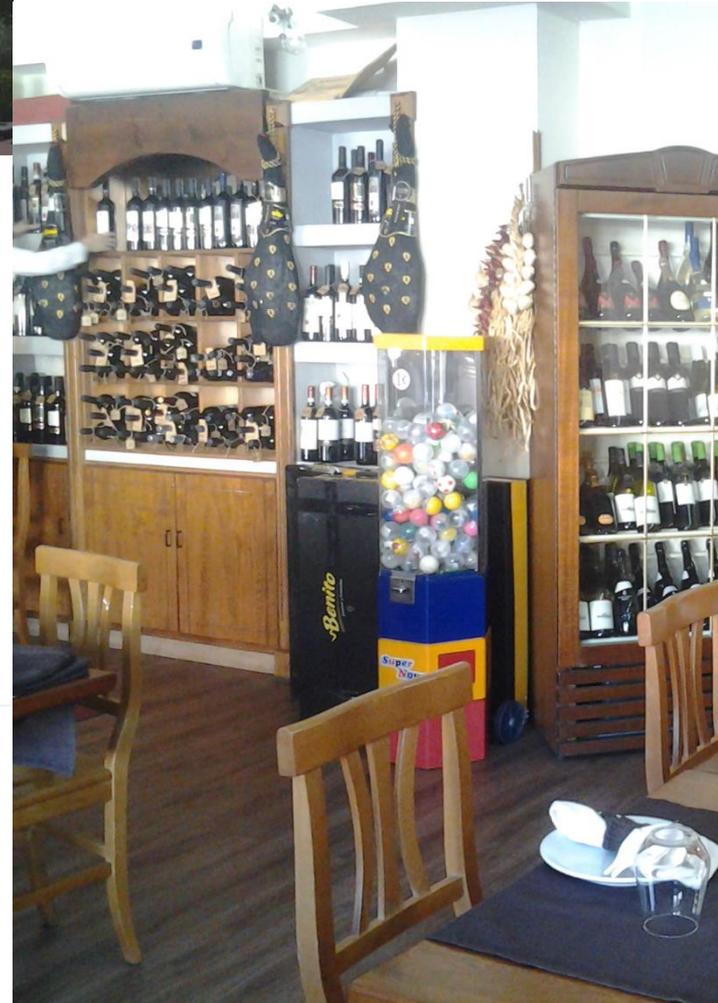
📍 Cammarata [Dettagli >](#)



I tesori nascosti dei Sicani

109,00€
a partire da **89,00 €**

📍 Sant'Angelo Muxaro [Dettagli >](#)



Requisiti relativi alla promozione del territorio

Marketing territoriale:

insieme di strategie finalizzate a valorizzare un territorio (sottolineando i punti di forza ed evidenziando al tempo stesso le peculiarità più importanti) al fine di renderlo più interessante sia per i turisti che per le imprese



Attori pubblici (provincia, regione, CCAA, etc.)



Marketing territoriale Inverso

Il territorio viene promosso
attraverso le imprese

all'ospedale. Indicazioni precise riguardo ristoranti in zona. Camera molto confortevole e bagno funzionalissimo

😊 - Nulla di negativo da riferire

Risposta dell'hotel:

Gentile Cinzia,
la ringraziamo per aver scelto l'hotel V... Leggi tutto

👍 Utile 🗑 Non

Recensione: 19 febbraio 2022

Ottimo

😊 - La colazione è stata ottima e abbondante. La pulizia eccellente. Ottima accoglienza e gentilezza

😊 - Forse le camere un po' più spaziose

Risposta dell'hotel:

Gentile Roberta,
La ringraziamo per averci scelti e per aver... Leggi tutto

👍 Utile 🗑 Non

Recensione: 3 gennaio 2022

Eccellente

😊 - Colazione molto buona e soddisfacente, camere complete di tutto il necessario, materasso abbastanza comodo. Pulito e silenzioso.

Risposta dell'hotel:

Gentile Andreea,
la ringraziamo per averci scelti e per aver... Leggi tutto

Requisito gestione commenti

La struttura gestisce in maniera sistematica i commenti derivanti dai social e dai portali web.

..... non solo rispondere ma sfruttare la recensione per migliorare l'immagine della struttura...

Risposta negativa

Gentile

leggo con stupore in sua del 19/09ciò che ella afferma è esattamente l'opposto di quanto asseriscono tutti i nostri clienti. Le chiedo di fare attenzione a certe pubblicazioni negative non veritiere,, pertanto , per cortesia, contiamo fino a dieci prima di raccontare indiscriminatamente cose non vere.

Vabbé... forse mi sfugge che in altri alberghi degni di questo nome Lei non è mai stato.

Signori... ma esiste un minimo di onestà a questo mondo? Vuole che le dica perché Lei si fa forza?

Si nasconde dietro uno pseudonimo, mentre il nome della nostra struttura è ben evidenziato. Tuttavia, siamo sempre più orgogliosi del nostro voto di 8,7.

Principi per rispondere ad una recensione negativa

Obiettività: scrivere la risposta oggettivamente; senza rabbia. Nel migliore dei casi si conquisterà un cliente arrabbiato; nel peggior dei casi mostrerà ai lettori delle recensioni che si prendono sul serio le critiche.

Responsabilità: se si ha torto, ammetterlo e scusarsi.

Empatia: Mostrare che si capiscono le conseguenze dell'esperienza individuale del cliente.

Equilibrio: alcune recensioni critiche conterranno anche commenti positivi, i lettori saranno naturalmente più sensibili agli aspetti negativi della recensione. Nella risposta cercare di sottolineare i lati positivi.

....

.... Principi per rispondere ad una recensione negativa

Fornire una spiegazione: non cambia ciò che è successo, ma influenza se le persone accettano la scusa.

Fornire un indennizzo: offrire opzioni tra cui poter scegliere (ragionevoli) crea la sensazione di acquisire del potere, che poi renderà l'esperienza più soddisfacente.

Impegnarsi nel trovare una soluzione: mostra sia ai clienti arrabbiati, che ai lettori delle recensioni, che si reagisce in maniera costruttiva e che difficilmente troveranno nuovamente con questo problema

La gratitudine: considerare un feedback come un regalo

La velocità

Risposta positiva

Gentile Sig.....,

grazie della sua recensione molto costruttiva. Sono contento di leggere che abbia apprezzato molto la nostra spa, mentre, mi spiace sentire che non siamo riusciti nelle aspettative riposte nei nostri servizi.

Ce ne scusiamo profondamente e ci rammarichiamo perché la nostra struttura è nota per l'attenzione che pone nei dettagli.

I disagi evidenziati sono stati oggetto di un briefing con i miei collaboratori per cui in futuro eviteremo simili incidenti per continuare a ricevere complimenti per la pulizia e per la nostra abnegazione nel far sentire i nostri Ospiti come a casa loro.

Cogliamo l'occasione per comunicare a Lei, unitamente a tutti i nostri Ospiti, che l'Hotel fornisce un servizio di assistenza 24/24, per cui basterà segnalare il disagio, fin da subito, alla nostra Reception in modo da intervenire con tempestività e risolvere il problema immediatamente.

Detto questo vorremmo aggiungere che fosse bello riacquistare la Sua fiducia, per cui Le chiediamo di darci una seconda possibilità per darLe una prima esperienza positiva. La invitiamo, perciò, a contattare, in privato, questa direzione per ricevere le mie personali scuse accompagnate da un piccolo omaggio per Lei.

Dott. Luciano Ippolito

Risposta positiva

Ciao Giulia,

Sono Enrico, il store manager della Pizzeria 'Da Giovanni'. Ci scusiamo tanto per il disagio che ti abbiamo creato. Nemmeno io vorrei mangiare una pizza fredda! (Responsabilità, Empatia)

Se me lo permetti, vorrei spiegarmi. Quella domenica alcuni camerieri si erano ammalati ed abbiamo ricevuto all'ultimo minuto un ordine grande da una festa. Questo ha causato una lunga fila e non ci era possibile consegnare le nostre buone pizze così calde e fresche come al solito. (Spiegazione)

Per favore vieni a trovare. Vorremmo scusarci con te offrendoti un buono sconto per il disagio creato (Risarcimento)

A presto,
Enrico

Grazie per l'attenzione