

# Training sulla TQM

I CINQUE MOMENTI DELLA  
VERITAØ

NELLA GESTIONE TOTALE  
DELLA QUALITAØ DEL  
SERVIZIO ALBERGHIERO

# 1 ° MOMENTO

## Progetto Gemütlichkeit

- Gemüt = indole, natura, animo, cuore, temperamento, gusto, sentimento
- Sintesi di atteggiamenti positivi verso l'ospite che si traducono in: gentilezza, calore umano, empatia, clima e attenzione
- Qual è la nostra esperienza in fatto di Gemütlichkeit

# Programma

- *Creare una soggettatura di un breve filmato per presentare le caratteristiche e lo svolgersi dell'azione e della interpretazione dei ruoli:*
  - chi sono gli attori previsti,
  - quali gesti e frasi definiscono l'evento,
  - il succedersi dei fotogrammi,
  - la messa a fuoco dei particolari

# Programma

- *Creare una sceneggiatura di contorno per lo svolgersi dell'azione e della messa in scena più avvincente:*
- dall'ingresso con l'auto all'accompagnamento nella hall
- la hall com'è ? Che impressione suscita ?
- Il personale di ricevimento
- la stanza e il bagno

# Gemütlichkeit

- Riferimenti alla cultura dell'accoglienza e della ospitalità nella letteratura : Nausicaa
- Riferimenti alla cultura dell'accoglienza e della ospitalità nel cinema: pretty woman
- Riferimenti alla cultura dell'accoglienza e della ospitalità nella religione: Abramo
- Le favole antituristiche

## 2° MOMENTO

### Progetto %altra casa %o

- Le aspettative del cliente: trovare un'altra casa
- Altra casa significa:
  - alternativa
  - diversa
  - sostitutiva
  - immaginaria

# Prolungamento delle aspettative della casa e trasgressione

- Regressione
- Protezione
- Evasione
- Sicurezza
- Soddissfazione del piacere
- Ostentazione e recita

# 3° MOMENTO

## Progetto "orizzonte"

- Zoomare sui diversi tipi di orizzonte dell'ospite: primi piani, secondi, terzi.
- Interpretare gli orizzonti dell'ospite e visualizzarli, comunicarli, proporli
- Esempi: gli orizzonti del viaggiatore culturale, del viaggiatore d'affari, del visitatore di eventi, dello sportivo
- Mezzi e media per mettere a fuoco gli orizzonti dell'ospite



# 4° MOMENTO

## Progetto %60contatto %00

- L'innovazione turistica ed alberghiera è sempre ò high touch ò
- Tipologie di contatto: faccia a faccia, segnali e gesti, distanza intima, sociale e formale, informazioni, coinvolgimento, interessamento, analisi della soddisfazione
- Sguardo, silenzio, attenzione

# Contatto e servizio sono la stessa cosa

- Eccellenza del contatto ed eccellenza del servizio coincidono
- Servizio viene dalla radice indoeuropea  $\tilde{o}$  swer  $\tilde{o}$ che significa: vedere, guardare, fornire garanzia e affidabilità
- Da  $\tilde{o}$  swer  $\tilde{o}$  proviene il sanscrito  $\tilde{o}$  varutà $\tilde{o}$  (protettore), il greco  $\tilde{o}$ horàn  $\tilde{o}$  (vedere) e  $\tilde{o}$ areté  $\tilde{o}$  (verità, ma anche eccellenza), il latino  $\tilde{o}$  verecundus  $\tilde{o}$  (rispettoso)

# Contatto e servizio sono la stessa cosa

- Da *swer* deriva anche la parola latina *servare* e *servus* che avevano significati tutt'altro che servili
- Servare significa custodire e proteggere gelosamente, con cura (da cui la parola *conservare* che, nei sentimenti e nelle azioni, implica memoria, fedeltà)

# Contatto e servizio sono la stessa cosa

- Ob-servare significa: rispettare norme e standard, fare attenzione, adempiere, non togliere mai gli occhi di dosso
- All'inizio della storia della nostra lingua, il Boccaccio usava la parola *õ* servire *õ* nel senso di *õ* adoperarsi ai bisogni e alle aspettative altrui *õ*, o *õ* essere utili agli altri