Il ciclo cliente ai tempi del COVID-19

A partire dal gennaio 2020 l'avvento della pandemia ha coinvolto anche il settore dell'ospitalità alberghiera, che ha dovuto adattare molte delle sue pratiche operative alla situazione di emergenza sanitaria.

Nel marzo 2020 la rapida diffusione della malattia da coronavirus (COVID-19) ha determinato la paralisi della mobilità internazionale e nazionale. Inevitabilmente l'attività alberghiera ha subito una battuta d'arresto, ma gli operatori del turismo non hanno smesso di investire energie e professionalità nel settore, adottando le misure necessarie e gestendo al meglio la fase di graduale riapertura, avviata a partire dal maggio 2020, che ha permesso loro di continuare a svolgere la propria attività di ospitalità, sebbene in misura ridotta rispetto al 2019.
Alcune associazioni di categoria, come Federalberghi, Confindustria alberghi e Assohotel, hanno da subito elaborato un protocollo, *Accoglienza sicura*, per fissare regole comuni e venire incontro alle indicazioni dell'OMS e del Ministero della salute.
Tuttavia la **gestione del ciclo cliente** non riguarda solo obblighi normativi, ma anche aspetti legati alla gestione dell'incertezza del momento e ai continui adattamenti che la situazione impone. La domanda turistica, infatti, è di per sé molto sensibile al fattore sicurezza: come tutti gli aspetti esogeni alle aziende non rimane che trovare soluzioni di adattamento e cercare di attuare politiche che possano comportare meno danno possibile all'azienda sia in termini economici che di immagine.
Quali, dunque, le conseguenze per il ciclo cliente a seguito della pandemia?
Il presupposto di base rimane la **soddisfazione del cliente**, che deve vivere la sua esperienza di viaggio in un contesto di assoluta sicurezza. Proprio la cura di questo aspetto può rappresentare un buon punto di partenza per fidelizzare l'ospite.

Le linee guida dell'OMS

L'Organizzazione mondiale della sanità (OMS) ha emanato delle linee guida specifiche per alberghi e strutture ricettive, ritenuti luoghi non maggiormente suscettibili al contagio rispetto ad altri stabilimenti pubblici, ma dove comunque l'interazione tra clienti e operatori durante il soggiorno è significativa e richiede dunque una certa attenzione.
Alcune indicazioni riguardano le informazioni da fornire al cliente sulle misure necessarie per il contenimento del contagio: il distanziamento, la sanificazione delle mani, l'uso dei dispositivi di protezione personali, il "galateo della tosse".
Altre raccomandazioni riguardano invece il personale della reception, i servizi tecnici e di manutenzione (disinfezione dell'acqua, lavanderia, climatizzazione, dispenser), il ristorante e il bar, le aree ricreative per i bambini, la pulizia delle camere e degli ambienti, la gestione dei casi COVID in albergo.

Analizziamo adesso più nel dettaglio i cambiamenti che hanno interessato le singole fasi del ciclo cliente e gli accorgimenti che potrebbero orientarne l'evoluzione anche nel prossimo futuro.

Booking

Il periodo di emergenza sanitaria ha imposto un ripensamento delle tradizionali condizioni stabilite nelle **politiche di cancellazione**.

All'inizio della pandemia, infatti, molte strutture ricettive si sono trovate a dover fronteggiare improvvise cancellazioni. In presenza di prenotazioni non flessibili o non rimborsabili, hanno invece dovuto rimediare proponendo ai clienti dei voucher da impiegare per futuri soggiorni. Non tutti gli operatori però sono rimasti soddisfatti: la perdurante situazione di incertezza non ha infatti permesso a molti di recuperare le prenotazioni e l'invenduto. Alcuni clienti si sono anche rivolti ad associazioni di tutela dei consumatori, rivendicando il fatto che la cancellazione del viaggio non era dipesa dalla propria volontà ma dalle restrizioni imposte dal Governo.

La chiarezza delle politiche di cancellazione è diventata, quindi, un fattore chiave in fase di booking. Offrire al cliente la possibilità di cancellare gratuitamente una prenotazione è uno dei modi migliori per garantirgli una maggiore tranquillità nella pianificazione del viaggio.

In linea generale, la maggior parte degli hotel ha esteso il periodo di modifica o cancellazione gratuita fino a 24 ore prima del giorno di arrivo previsto. Alcune strutture hanno proposto una formula "prenota ora e paga dopo", evitando quindi il rilascio di depositi cauzionali da parte dei clienti. Proprio l'assottigliamento temporale (*booking window*) tra prenotazione e check-in ha però reso più problematica l'attività di programmazione delle strutture ricettive.

Ad ogni modo, la trasparenza deve essere alla base di ogni prenotazione: le promozioni devono essere chiare, così come il tipo e l'entità di eventuali penali.

Se un cliente chiede di cambiare una data, deve essere informato del fatto che tale operazione potrebbe comportare un aumento, ma anche una riduzione, della tariffa, a seconda della stagionalità, del giorno prescelto (infrasettimanale o nel fine settimana) e delle condizioni di soggiorno, anche in termini di sistemazione in camera.

Non va dimenticato, infine, di fornire al futuro ospite tutte le informazioni sulle misure previste per il contenimento del contagio e sui comportamenti che i clienti sono tenuti ad adottare in albergo durante la loro permanenza.

Lead time

Una volta ricevuta dal cliente la conferma di una prenotazione, è bene fornirgli informazioni dettagliate in modo che possa vivere al meglio l'esperienza di soggiorno che lo attende.

Molti gruppi o catene alberghiere, tramite **app** o **piattaforme**, hanno messo a disposizione dei clienti una serie di utili funzioni per stabilire con loro una proficua interazione.

Tra queste, la possibilità di compilare la scheda anagrafica al fine di accorciare i tempi del check-in, o quella di inserire i dati della carta di credito per autorizzare l'addebito del conto.

Altre funzionalità consentono ai futuri ospiti di fornire le informazioni necessarie riguardanti le proprie condizioni di salute (come la presenza o meno di sintomi riconducibili

al COVID-19 nei giorni precedenti all'arrivo) o di ottenere ragguagli sulle norme da rispettare al momento dell'accoglienza e durante tutto il periodo di permanenza.
Durante il lead time può essere utile inoltre chiedere al cliente l'orario di arrivo previsto, così da organizzare il flusso degli arrivi. Informazioni molto chiare e precise devono essere fornite, in particolare, sulle precauzioni anti-contagio da osservare al momento del check-in (misure di distanziamento, uso dei dispositivi di protezione personale ecc.).

Check-in

Il check-in è la fase più delicata del ciclo cliente, in quanto rappresenta il primo impatto con la struttura. Sebbene le norme di distanziamento limitino di molto il contatto con la clientela, tutti i dipendenti devono mostrarsi cortesi e sorridenti, nonostante la mascherina, e devono cercare di trasmettere tranquillità agli ospiti. È fondamentale conoscere nel dettaglio i protocolli in vigore presso la struttura ed essere in grado di fornire tutte le informazioni del caso.
L'utilizzo di specifiche app, oltre a permettere di anticipare le operazioni di check-in, può servire anche nel caso dei clienti che arrivano in anticipo: basterà infatti inviare una notifica sul loro cellulare non appena la camera è pronta. Un'altra possibilità è data dalle *digital keys*, applicazioni attivate sullo smartphone dei clienti durante il periodo di soggiorno che consentono di accedere in camera ed eventualmente anche ad altre aree dell'albergo. Lo scambio di chiavi o key card può essere evitato anche inviando sullo smartphone dell'ospite un QR code che, scansionato da appositi lettori posti all'esterno, permette di entrare in camera.
Altro aspetto da non sottovalutare è la **gestione del distanziamento** al momento dell'accoglienza. Un espediente utile al riguardo può essere quello di collocare nella hall delle paratie divisorie. L'uso di barriere in plexiglass negli ambienti comuni potrebbe non essere gradito da un punto di vista estetico: in questo caso si può ricorrere a decorazioni floreali e ornamentali o a luci in grado di creare comunque un ambiente caldo e accogliente.
Indispensabile prevedere la presenza all'interno della hall di postazioni igienizzanti con erogatori di gel disinfettante per le mani.

Live-in

La camera rappresenta l'unico luogo dove l'ospite può evitare di indossare la mascherina. Naturalmente, anche qui deve sentirsi a proprio agio: una corretta informazione sulle modalità di disinfezione e igienizzazione delle camere può favorire la sua tranquillità al riguardo (vedi la lezione *Housekeeping, la parola chiave è "sanificare"*).
Nonostante le limitazioni, non bisogna tuttavia dimenticare di valorizzare i servizi dell'albergo. I locali di uso comune, correttamente e frequentemente igienizzati, devono essere resi accessibili, ma le modalità con cui disporne vanno comunicate con chiarezza al cliente. È inoltre possibile usare app o il monitor della tv per fornire al cliente informazioni utili al suo soggiorno.

Il digital concierge
Gli addetti alla reception rimangono sempre a disposizione dei clienti nella hall, ma il loro compito può essere agevolato dalle app di *digital concierge*, applicazioni che consentono di automatizzare i processi di accoglienza e gestione degli ospiti. Si tratta di una modalità di interazione molto efficace grazie alla quale i clienti possono chiedere via chat informazioni di ogni tipo e ricevere assistenza in qualsiasi momento. Allo stesso modo, il personale può sfruttare questo canale di comunicazione per illustrare e proporre agli ospiti i servizi aggiuntivi dell'albergo.

Il servizio di ristorazione
Per quanto riguarda il servizio di ristorazione, gli esperti dell'OMS consigliano di posizionare un massimo di 4 persone ogni 10 metri quadrati. I tavoli devono essere sistemati in modo che la distanza tra il dorso di una sedia e il dorso di un'altra sedia sia maggiore di un metro. Stessa distanza di sicurezza per gli ospiti rivolti l'uno verso l'altro, fatta eccezione per le persone non soggette al distanziamento interpersonale (come nel caso dei membri di uno stesso gruppo familiare).
Inoltre, dato che gli ambienti chiusi agevolano la diffusione dell'infezione, è preferibile privilegiare anche gli spazi esterni, quando il clima lo permette.
Il servizio di ristorazione deve essere offerto solo agli ospiti dell'albergo, sia nei locali di uso comune che, su richiesta, in camera (anche questo upgrade gratuito potrebbe fare la differenza in fase di prenotazione).
In caso di strutture prive del servizio di ristorazione, i clienti possono avvalersi del servizio a domicilio con consumazione in albergo, rispettando gli orari stabiliti dalla direzione.

Il room service
Il room service può essere una delle soluzioni da incentivare per quanto riguarda il servizio di ristorazione.
L'offerta del minibar, in questo caso, potrebbe prevedere esclusivamente bottiglie di acqua minerale (gratuite), al fine di evitare eventuali contaminazioni che rischiano di rendere i prodotti non riutilizzabili in caso di mancato consumo.
L'ordine può avvenire per telefono, tramite app o per mezzo di QR code inseriti all'interno dei menu. Per evitare ogni contatto il personale può effettuare un servizio di *knock and drop* (letteralmente "bussa e lascia"), lasciando a disposizione dei clienti il carrello delle ordinazioni provvisto di apposite cloche per garantire l'igiene.

Il servizio breakfast
Negli ultimi decenni la colazione in albergo è stata tra i servizi più apprezzati dai turisti, come confermano le numerose recensioni positive online.
In base alle indicazioni dell'OMS, i buffet non sono vietati, ma il servizio deve essere effettuato dal personale. Gli ospiti, muniti di mascherina, possono avvicinarsi al buffet e scegliere pietanze e bevande che il personale deve collocare su un vassoio da consegnare al cliente.

Il buffet può essere allestito con prodotti freschi, purché sigillati in confezioni monoporzione.
La scelta del servizio al tavolo, à la carte, potrebbe essere una soluzione ottimale per mantenere un rapporto con la clientela e garantire un elevato standard di servizio.
La formula mista (che prevede buffet servito e servizio al tavolo), una delle ultime tendenze relative al servizio breakfast, deve essere proposta solo dopo un'attenta riorganizzazione degli spazi.
Una delle soluzioni da preferire è sicuramente la **colazione in camera**, che permette un più elevato livello di sicurezza. Questo servizio potrebbe prevedere la presenza in camera di amenities per preparare bevande calde (bollitore, macchina per caffè espresso e cappuccino) e la consegna al cliente delle pietanze da parte del personale. Si tratta di un nuovo modo di consumare la colazione, in grado di coinvolgere anche l'ospite. Il servizio in camera, esteso a tutto l'albergo, comporta però una particolare attenzione nella gestione delle modalità di erogazione del servizio.

I servizi per il wellness
Nelle strutture che offrono servizi per il benessere della clientela (palestre, centri benessere, piscine) è necessario organizzare un **sistema di prenotazione**, in modo da offrire agli ospiti l'uso esclusivo degli ambienti e consentire al personale di sanificare le attrezzature dopo il loro utilizzo. Per quanto riguarda tutto ciò che è possibile svolgere in camera, dai massaggi ai trattamenti, fino alle attività di gym e fitness, si può pensare a una formula "in room". Anche in questo caso si rende necessario un ripensamento degli spazi e andrebbe valutata inoltre la possibilità di sfruttare le aree esterne.

Il check-out
Il check-out è un momento delicato del ciclo cliente, in cui è di fondamentale importanza ascoltare le opinioni degli ospiti. Tra gli accorgimenti utili a beneficio dei clienti, la possibilità di richiedere un servizio transfer direttamente sul sito web dell'hotel o di visualizzare un conto proforma tramite app. L'inserimento dei dati della carta di credito, come modalità di pagamento immediato, può velocizzare le operazioni di check-out. A tal proposito sono da privilegiare tutte le modalità *paperless* e *contactless* (senza supporti cartacei e senza contatto), al fine di evitare qualsiasi tipo di scambio di documenti o denaro contante tra clienti e personale.

A cura di Flora D'Amico e Pier Paolo De Rinaldis