

Editoriale

di Aureliano Bonini*

Miracolo a Milano

Per prendere un volo all'alba a Malpensa ho preferito dormire la notte precedente in albergo a Milano. Milano è la città dei migliori alberghi italiani e del miglior personale di front line. L'accoglienza corrisponde spesso a quello che scrivo da sempre sui miei manuali e questo mi fa sentire bene. È bello scegliere gli alberghi che allo stesso prezzo ti trattano con i guanti. Aiuta anche a dormire meglio.

Il mio aereo partiva all'alba. Sveglia alle quattro, doccia, barba, un drink caldo grazie al coffee maker, preparazione della valigia-trolley, discesa in una hall deserta. Il portiere di notte mi saluta e augura buon viaggio. Esco in strada per cercare un taxi. Il primo della fila si precipita fuori dall'auto per prendere il bagaglio. Persona educata, mi apre persino lo sportello e mi fa accomodare. Abbastanza sorpreso e assonnato non sento bene la domanda: "dove la porto signor...?". Senza troppo pensare ho dato il mio cognome al taxista e lui dopo essere passato alla guida, ha cominciato la corsa augurando buon giorno e poi... "io mi chiamo Matteo e faccio il taxista da 15 anni. Non potevo vederlo in faccia ma era sorridente e aveva voglia di parlare: viene spesso a Milano, viaggio d'affari o di piacere, cosa pensa dell'albergo... etc.". A quell'ora non ero certo in vena di chiacchiere e Matteo ha fatto presto a capirlo, ma l'idea che lui fosse un "taxista speciale" mi ronzava in testa. Con la radio al giusto volume, Matteo ha guidato il suo taxi fino al terminal senza mai strappare, quasi fosse un autista di limousine. Ma prima di arrivare all'ingresso del terminal Matteo mi ha chiesto: "quando rientra signor Bonini? Se ho guidato bene posso venire a prenderla al rientro. Questo è il mio biglietto, la corsa le costerebbe come quella d'andata, nessuna sorpresa".

Invece mi ha sorpreso, eccome! Da tempo non mi capitava un taxista italiano così, una persona carina che chiama per cognome i suoi clienti, che non li sballotta e che si dichiara disponibile a rischiare persino un probabile ritardo dell'aereo pur di guadagnarsi una corsa dall'aeroporto al centro di Milano.

La parabola del buon taxista cosa significa? Che la recessione contribuisce a migliorare gli atteggiamenti, che la gente non si vergogna di servire, di chiedere lavoro o vendere servizi. Significa che la crisi paradossalmente fa bene al servizio.

Se accade anche in Italia che la gente ti chiami per nome, reazione normale a Miami (ma sorprendente a Milano) qualcosa vorrà dire e io la vedo in positivo. E dall'episodio traggo una riflessione. Io imprenditore, operatore, albergatore... che cosa sto facendo di diverso per vendere servizi, prodotti, ospitalità, accoglienza, ri-

poso, lenzuoli e cuscini? Se provassi a fare come Matteo invece di comunicare a colpi di e-mail? Ricuciamo i rapporti con la domanda, rispondiamo gentilmente a chi lealmente ci chiama e ci dice: "arrivo domani sera, mi tiene la solita camera?". I receptionist tendenzialmente rispondono mi mandi un'email di conferma (io non lo farei mai) perché hanno paura del *no show*.

Come facevamo prima dell'arrivo di Internet? Quando l'Italia cresceva e la prosperità dominava i modi di fare e di ospitare confermare la camera "al volo" era prassi comune.

Oggi non lo facciamo quasi più e per ottenere un'occupazione camere decente siamo costretti a pagare profumatamente pay-per-click sul web o farci "schiavizzare" da Booking o Expedia. Per farci vedere e ricordare dobbiamo disporre di un'agenzia creativa; per non perdere clienti potenziali si assume un revenue manager. Io per dormire la notte mi sono preso un consulente di marketing. Se invece facessi come Matteo il taxista, chiamando per cognome tutti quelli che alloggiano nel mio albergo, se tornassi a prendere le prenotazioni al volo, se presidiassi la hall e la sala breakfast del mio albergo salutandoli i clienti per cognome; se ritrovassi un po' di passione e umiltà... la mia occupazione camere (R.O.) resterebbe del 55% (come ora) o arriverebbe al 70% come vorrei?

È vero o no però che essere servizievoli non è un atteggiamento da manager? Se sono un manager e non faccio il taxista come Matteo, il distacco dai clienti è normale. Devo fare il manager non il cameriere. Non sta a me vendere camere, io non ne ho veramente bisogno, posso anche fare a meno di propormi come albergatore bisognoso (contrario di dignitoso). A chiedere dev'essere chi compra. Ma siamo sicuri che è proprio così che funziona l'ospitalità? Perché altrimenti Matteo è un'eccezione... anzi un miracolo!

*Aureliano Bonini è esperto di organizzazione alberghiera e hotel management, ha insegnato alle facoltà di Economia dell'Università di Perugia, di Rimini e alla Luiss di Roma. Dal 2007 è Lecturer di European Food&Beverage alla Hotel School della Cornell University di Ithaca, N.Y. (USA). Trademark Italia opera nel settore dal 1982 con un portafoglio attuale di 250 alberghi.

Valutare, acquistare e vendere un hotel

Master Meeting offre ai suoi lettori un nuovo servizio gratuito di consulenza e assistenza rivolto a chi desidera valutare, acquistare o vendere il suo albergo. Contattate la redazione di Master Meeting (tel. 02862327) e sarete richiamati il più rapidamente possibile dai nostri consulenti.