

CORSO PER ASSISTENTI TURISTICI 2011

9 aprile 2011 ore 9:00
Hotel NOVOTEL CA' GRANDA, V.le Suzzani, 13
MILANO

Prezzo: €119+Iva

Info:

Dott. Marco Arpano

e-mail: account.moresrl@gmail.com

tel.: +39 348 1627160

INTRODUZIONE

1. A chi si rivolge il corso:

Il corso ha la doppia funzionalità di migliorare la professionalità dell'assistente turistico e di massimizzare i vantaggi attesi dalle aziende nell'utilizzo di queste importantissime risorse umane. Il **corso** è pertanto **trasversale** e si concentra sul raggiungimento di obiettivi comuni analizzati da diversi punti di osservazione, relativi agli attori principali coinvolti: l'assistente, i Tour Operator e le aziende di reclutamento di personale turistico.

2. Modalità di svolgimento del corso:

Il corso è pensato in 2 moduli di insegnamento distribuiti in 8 ore di lezioni intensive, tenute da personale con esperienza pluriennale diretta nel campo dell'assistenza turistica e preparazione accademica in materia di turismo, economia e comunicazione.

Si tratteranno gli argomenti in maniera dinamica, con molta interazione tra i partecipanti in modo da equilibrare il livello di preparazione degli stessi. La capacità inter-relazionale è un requisito necessario per i professionisti del settore perciò le lezioni non saranno impostate in maniera "frontale" ma "circolare".

3. Vantaggi per l'assistente:

Per chi si approccia alla **prima esperienza**, il corso sarà una fonte preziosa di informazioni e nozioni tecniche che permetteranno al futuro assistente il pieno possesso degli strumenti per operare nei centri turistici con efficacia ed efficienza. Il corso ridurrà inoltre l'effetto di disorientamento iniziale (cosiddetto "effetto prima stagione") e renderà il nuovo assistente capace di interpretare da subito il proprio ruolo al meglio.

Per l'**assistente più esperto** invece, il corso sarà un'occasione per fissare gli elementi fondamentali e migliorare la capacità di governare gli strumenti messi a disposizione dai T.O. e da More'. Inoltre per tutta la durata del corso, e in particolar modo in sede di workshop, i più esperti avranno la possibilità di mettere alla prova le proprie doti di team working e leadership in prospettiva di un avanzamento a *capocentro*.

PROGRAMMA DEL CORSO

Modulo1: L'ASSISTENTE, IL MERCATO E LA LOCALITA' (4 ore)

Premesse

- La filiera del prodotto turistico: prodotti, servizi, attori.
- L'Assistente Turistico come anello di congiunzione: definizione e skills.

Il ruolo dell'Assistente Turistico

- La figura dell'assistente nell'offerta turistica odierna
- La centralità del servizio
- Valore aggiunto della risorsa umana

Leggi turistiche a tutela del viaggiatore

- Le leggi da conoscere nella gestione di un complaint
- Nozioni del contratto di viaggio
- Quando un cliente ha ragione e quando non ha ragione

Attori con cui rapportarsi nella località

- Staff interno: le diverse responsabilità e funzioni
 - a) capocentro
 - b) operativo voli
 - c) colleghi
 - d) animatori
- Corrispondente: l'azienda e i suoi referenti
- Fornitori servizi di trasporto
- Fornitori altri servizi
- Handling aeroportuale
- Lost & Found
- Noleggiatori
- Le strutture ricettive: funzioni, responsabilità e staff con cui rapportarsi
 - a) Direzione
 - b) Ricezione
 - c) Ristorazione
 - d) Pulizie

L'importanza di un glossario corretto e spiegazione terminologia tecnica

- *Terminologia generica* (complaint, commitment, allotment, back-to-back, ecc)
- *Terminologia operativa esterna:*
 - a) Servizi aeroportuali (check-in, schedule, catena charter, ecc)
 - b) Servizi a terra (transfer, pick-up, overbooking, ecc)
- *Terminologia operativa interna:*
 - a) Sui voli (flight manifest, flight report, no-show, go-show, ecc)
 - b) Ricettiva (arrival list, rooming list, check-out, overbooking, ecc)
- *Terminologia organizzativa* (rep, speech, "manda" e "seguì", riunione informativa o "info", roster, report, voucher, stop sale, compensazione, ecc)

Modulo 2: FUNZIONI E OPERATIVITA' DELL'ASSISTENTE (4ore)

Le funzioni principali di un Assistente Turistico

1. ACCOGLIENZA, RAPPRESENTANZA, CONTROLLO

- Accoglienza aeroportuale/portuale:
 - a) immagine e importanza della "prima impressione"
 - b) interpretazione dello stato d'animo del turista
 - c) sapersi muovere in aeroporto/porto: strutture e persone
 - d) domande ricorrenti all'arrivo e risposte giuste
 - e) casi particolari (ritardo in arrivo, bagaglio smarrito, clienti diversamente abili, VIP)
- Rappresentanza:
 - a) l'azienda ha il volto dell'assistente: divisa e dotazione aziendale
 - b) l'importanza del welcome: benvenuto verbale e in busta
 - c) coscienza del livello di formalità richiesto dall'azienda
 - d) conoscenza del posizionamento dell'azienda nel mercato
 - e) conoscenza dell'offerta allargata dell'azienda
 - f) l'azienda nella località: riservatezza e confidenzialità dei dati aziendali
- Controllo costante di elementi chiave (come fare e perché):
 - a) hotel: servizi da catalogo, personale, pulizia, ecc
 - b) compagnia aerea: catene charter, personale di bordo, ecc
 - c) corrispondente: servizi offerti, personale, assistenza al TO, ecc
 - d) altri collaboratori: noleggiatori, ristoranti, ecc
 - e) ambiente: iniziative sociali, politiche, culturali, concorrenza, clima, ecc

2. INFORMAZIONI

- Conoscere la località: le informazioni basilari da sapere
- Conoscere il prodotto: saper leggere i cataloghi
- Credibilità: domande ricorrenti dei clienti e risposte giuste e tempestive
- Conferme dei voli
- Informazioni circa gli hotel
- Informazioni da sapere in aeroporto

3. TRANSFERS E ACCOMPAGNAMENTI

- Gestire i pick-up
- Criticità dei transfer
- Accompagnamenti di escursioni: differenze tra una guida e un assistente

4. CONTATTO

- Differenza tra animatore e assistente
- Psicologia del viaggiatore: rapportarsi ad una persona in vacanza (tipologie)
- Regole di comportamento basilari per l'equilibrio assistente-cliente
- Problematiche di natura personale: come fare per evitarle

5. I REPORT

- La relazione di fine settimana del capocentro
- Flight report
- Report per complaint generali
- Report giornalieri/settimanali degli assistenti al capocentro
- L'importanza di annotare ogni complaint potenziale o effettivo

6. PROBLEM SOLVING

- Il significato e l'importanza del *problem solving*
- Problematiche ricorrenti: riconoscerle e come comportarsi
 - a) cosa fare quando ci fanno una domanda ma non si ha una risposta
 - b) utilizzo di un registro rassicurante (es. non utilizzare la parola "problema")
 - c) i complaint più ricorrenti sulla struttura ricettiva
 - d) i complaint sui servizi di trasporto (ritardi, cambio schedule, ecc)
 - e) complaint più ricorrenti sui cambi di programma (es. annullamento escursione)
 - f) l'overbooking: prevederlo, risolverlo, confortare il cliente
 - g) compensazione: cos'è e quando è richiesta
 - h) gestire i cambi di stanza
 - i) complaints su ristoranti o servizi ristorazione/colazione di hotel
 - j) gestire infortuni e assicurazione
 - k) riconoscere i malcontenti e i malumori
 - l) isolare ogni problematica
 - m) riepilogo tipologie di problemi: forza maggiore, operativi, organizzativi, sviste, disservizi, salute passeggero

7. VENDITA IN LOCO: IMPORTANZA, TECNICHE, BENEFICI

- Cosa vuol dire creare indotto per il proprio T.O.: l'importanza delle vendite
- Come far convivere il ruolo di assistente con quello di venditore
- Vendere dando informazioni
- La criticità della riunione informativa
- Tipologia di servizi venduti su una località e priorità di vendita
- Voucher e ricevute: compilazione, inoltro, gestione, catalogazione
- Tecniche generali di vendita: focus sulla vendita di servizi turistici
- Tecniche comunicative in base alle tipologie di target
- Come rapportarsi ad un gruppo: piccolo/grande, omogeneo/eterogeneo
- Chi e cosa ci guadagna da una vendita: esperienza, commissione, fatturato
- Analisi e gestione dei dati di vendita

Domande e conclusioni generali