

ALL'ALBERGHIERO DI LADISPOLI SI VA A LEZIONE DI REVENUE MANAGEMENT

LA NUOVA FRONTIERA DELLA GESTIONE AZIENDALE NEL SETTORE DELL'HOSPITALITY

All'Alberghiero di Ladispoli si va a lezione di "Revenue Management" e lo si fa con una delle massime esperte del settore: Monica Marini, fondatrice della Società di Consulenza Alberghiera MBHC S.R.L., specializzata in strategie di ottimizzazione della gestione aziendale e Vice-Presidente dell'A.I.R.A. Lazio (Associazione Italiana Impiegati d'Albergo). Anticipare, innovare, rafforzare, mantenere: queste le parole d'ordine del "Revenue Management". "Prevedere eventuali situazioni che potrebbero rivelarsi dannose per la struttura alberghiera, trovare soluzioni nuove per ottimizzare il risultato economico, fortificare le azioni intraprese per rendere sempre più stabile l'ambiente di lavoro, tenere saldi e duraturi i risultati ottenuti": così – spiega Monica Marini – è possibile sintetizzare il lavoro del "Revenue manager". Considerato, per gli addetti al settore, un'evoluzione dello Yield Management (l'insieme delle tecniche di gestione della redditività, applicate sin dagli anni '70 dalle Compagnie aeree), il "Revenue" si occupa meno di software e di elaborazioni algoritmiche e più del fattore umano, del "fiuto", dell'intuito e della creatività che devono condurre a trovare la strada giusta per riposizionare e rilanciare un'azienda. L'aumento del fatturato è senza dubbio il risultato più concreto e tangibile del successo di una strategia di "Revenue Management", ma quello che conta ancora di più – ha spiegato Monica Marini agli studenti dell'Alberghiero – è la filosofia che alimenta una "Sell strategy": vendere un prodotto o un servizio, in un mercato caratterizzato da una crescente segmentazione della clientela e da un elevatissimo livello di complessità, non può ridursi all'utilizzo di un software in cui si inseriscono dei dati per aspettare che producano altri dati. La specialità del "Revenue manager" sta nel dialogare con tutti i reparti di una struttura alberghiera, assicurando quella "visione totale", che deve saper guidare l'azienda ad ottenere i risultati migliori, consolidandoli sul medio-lungo termine.

La professione è senza dubbio cambiata con l'avvento di Internet, che ha stravolto, in questo come in altri settori, le mentalità, le abitudini e quindi i mercati. I canali tradizionali di vendita sono stati ormai sorpassati da quelli *on line* ed è sempre sul web che si diffonde, attraverso il passaparola alla "TripAdvisor", la buona fama di una struttura ricettiva, in grado di assicurare un invitante rapporto qualità-prezzo. Il che significa che tutti, anche i "Revenue manager" sono in fondo un po' figli di Stephen Kaufer, il geniale fondatore (nel 2000) del sito che mette in contatto gli internauti del turismo. Monica Marini ha esortato gli allievi ad utilizzare al massimo la Rete, da Facebook a Twitter a LinkedIn, per ottenere visibilità e iniziare da subito a conoscere il mercato. "Non ha importanza – ha detto Monica Marini – se le esperienze professionali sono ancora limitate, quello che conta è avere le idee chiare, iniziare a "posizionarsi" all'interno del mondo del lavoro, informarsi senza sosta sulle nuove tendenze ed essere disponibili a mettersi in gioco. Le grandi catene alberghiere internazionali cercano stagisti, in Cina, in Vietnam, in Cambogia e in altri Paesi." "Il seminario tenuto dalla Dott.ssa Marini ha rappresentato un'occasione imperdibile di crescita per i nostri studenti – ha commentato il Prof. Renato D'Aloia, Docente di Accoglienza Turistica dell'Alberghiero di Ladispoli –. Il dialogo con le realtà aziendali e la collaborazione sinergica con i più noti professionisti del settore costituiscono da anni il valore aggiunto del nostro Istituto. Solo avvicinando sempre di più la scuola al mondo del lavoro saremo in grado di garantire, nel segno dell'eccellenza, il successo formativo dei nostri studenti".