

Dal Mystery Guest al Mystery Coaching

Scritto da Erminia Donadio per **HOTELNEWS**

Mercoledì 17 Luglio 2013 11:14

Il film **Viaggio Sola** di **Maria Sole Tognazzi**, ha ricevuto il 6 luglio a Taormina il Nastro d'Argento, il premio di migliore commedia dell'anno secondo i giornalisti italiani.

Questo film ha l'indiscutibile merito di aver aperto le porte degli alberghi di lusso, mostrandone non solo la bellezza ma anche lo sforzo che viene fatto per mantenere gli standard di qualità e l'elevata professionalità richiesta a chi opera come mystery guest.



Abbiamo chiesto a **Susanna Gonnella**, imprenditrice e coach che si occupa da più di 20 anni di progetti mystery, di approfondire l'argomento. **"Adesso che avete lasciato l'hotel dove avete soggiornato, prendetevi qualche secondo per riflettere su quest'esperienza: è stata all'altezza delle vostre aspettative? La consigliereste ad altri?"** È attraverso questa prospettiva che il professionista della relazione in incognito oggi si spinge a misurare gli standard di un servizio. È un esperto con abilità e conoscenze in grado di valutare il rispetto degli standard di accoglienza, pulizia, comfort,

sicurezza etc. Le sue competenze, riconosciute dal mercato e adesso anche dalle nuove normative (sulle professioni non regolamentate e il sistema di certificazione delle competenze), si spingono alla valutazione della capacità relazionale del personale, all'osservazione della comunicazione non verbale, all'abilità di comprendere e accogliere la diversità culturale, sociale, motoria, alimentare. Un progetto continuativo di Mystery Guest può diventare uno strumento di sviluppo organizzativo per il miglioramento del servizio erogato e il potenziamento del personale perché mette a disposizione fotografie istantanee del contesto, delle procedure e soprattutto degli stili relazionali, scattate nel momento esatto in cui il cliente vive l'esperienza e fruisce del servizio.

Definizione di Mystery tratta dalla norma UNI TS 11312

Il mystery è un'attività di audit effettuata da uno o più auditor addestrati a simulare il comportamento e le azioni di un cliente potenziale o reale di un'organizzazione di servizi. È un metodo strutturato che ha lo scopo di individuare il tipo di percezione e il grado di soddisfazione del fruitore di un servizio, valutando fattori di qualità oggettivi riferiti all'efficacia e all'efficienza di una prestazione.

Dopo aver osservato, rilevato e monitorato, con continuità, etica e professionalità, è necessario analizzare i dati in un modo nuovo. Occorre trasformarli in comportamenti e lavorare con il personale per generare consapevolezza su quanto il loro modo di essere, agire, interagire e comunicare con i clienti sia il fattore determinante nella customer experience. Occorre poi accompagnare le persone alla profonda conoscenza di sé, lavorando in positivo - senza puntare il dito -, aggiungere nuove competenze e allenare al cambiamento. L'Expo 2015 è alla porte e la qualità dei servizi alberghieri sarà uno degli elementi cruciali per la sua riuscita e per l'immagine del nostro paese tra vecchi e nuovi viaggiatori.

Saremo capaci di incontrare le loro aspettative e sfidarci ad elevarle? La metodologia mystery client abbinata ad attività di sviluppo delle persone (coaching) può essere strumento utile a muoversi in questa direzione. Il primo verifica il rispetto degli standard di servizio e il secondo allena alla relazione: sono gli atteggiamenti, i comportamenti e le parole che elevano il livello del servizio e fanno superare le aspettative.