



## L'accoglienza, è un servizio strategico?



Il mio lavoro mi porta spesso in su e giù per l'Italia per visitare aziende clienti o nuovi contatti: viaggio spesso in aereo, treno o macchina.

A volte mi sembra di essere una guida Michelin!

Ho scoperto e provato nel tempo tantissimi bar, ristoranti, enoteche e ho dormito in tanti tipi di alberghi, hotel, b&b e agriturismo.

Incontro tantissime persone diverse sia per la tipologia di lavoro, che per attitudini e comportamenti personali o localizzazione geografica...ma c'è sempre una cosa che (a prescindere da) dove mi trovo mi fa piacere o meno un negozio, un bar, un gestore di un servizi (telefonia, banca, assicurazione), un hotel, un'azienda...l'accoglienza!

Raramente si riceve un'accoglienza degna di nota. A volte penso che i comportamenti legati all'accoglienza siano dettati da policy aziendali specifiche: è pensiero diffuso l'idea che mostrarsi come persone algide sia sinonimo di professionalità e serietà.

Quasi nessuno considera l'accoglienza un valore o un'area strategica su cui investire.

Io penso che sia proprio per questo motivo che centraliniste, segretarie, commesse, portieri, camerieri... ma anche impiegati, manager e dirigenti siano (nella maggior parte dei casi) poco motivati e scontenti del proprio lavoro.

Chi accoglie il cliente (di persona ma anche attraverso il telefono o la mail) rappresenta in quel momento l'azienda. Anzi è proprio il biglietto da visita dell'azienda!

Quante volte ci siamo sentiti gelare entrando in un negozio, quante volte ci siamo arrabbiati per non aver ricevuto alcuna risposta ad una mail inviata (pensiamo a quando scriviamo ad un albergo per una prenotazione e non ci risponde nessuno..) o quante volte abbiamo deciso di cambiare fornitore a causa di una risposta poco educata, ambigua o imprecisa? Forse sarebbe il caso di ripensare a questo servizio, iniziare a considerarlo come strategico, e cominciare a investire un po' di più nella formazione delle persone.



Se chi si occupa di accoglienza capisce che ricopre uno dei ruoli più delicati e di responsabilità per il successo dell'azienda, forse lavorerà con maggiore cura e soddisfazione.

Essere accolti vuol dire ricevere delle attenzioni, delle frasi gentili e magari un bel sorriso.

C'è differenza tra un operatore di call center che ti risolve un problema facendoti ridere e uno che ti fa salire la pressione a 180.

Credo che la qualità globale di un rapporto dipenda da molti fattori. Se avete un appuntamento con un partner, un fornitore o un potenziale cliente che viene in visita da voi, anche se siete la persona più accogliente del mondo, potrebbe farsi un'idea sbagliata dell'azienda imbattendosi alla reception in qualcuno poco attento, maleducato o semplicemente distratto.

Per me accoglienza significa dedicare al mio interlocutore il 100% della mia attenzione.

Per questo quando sono a telefono cerco di concentrarmi solo sulla telefonata senza fare altre attività: l'interlocutore lo percepisce se ci stiamo distraendo!

Quando qualcuno viene a trovarmi in ufficio, evito di guardare le mail mentre mi parla, una prassi che ahimè è invece molto diffusa!

Un ultimo suggerimento. Lo so che siamo sommersi da milioni di mail. Tra quelle di colleghi, clienti e amici spesso passano ore prima di riuscire a leggerle tutte.

Però vi prego, cercate di rispondere sempre, sia che qualcuno vi invii un curriculum, sia che vi chiedi informazioni.

L'altro che non riceve un cenno di risposta può pensare che non vi sia arrivato niente e inoltrarvi (all'infinito) la sua richiesta! Anche questa è accoglienza e chi vi manda la mail vi farà buona pubblicità.

Per cui state attenti prima di sbandierare la bravura del vostro customer service o comunicare che il vostro obiettivo è l'ascolto e la soddisfazione del cliente.

Prima di tutto assicuratevi che le vostre policy (riguardanti tutti i livelli) di accoglienza siano davvero eccellenti!

*di Giovanna Coppini*