



Re.Ale. Non semplice outsourcing

La società di servizi integrati per il mondo dell'ospitalità presenta la sua Re.Ale. Hotel Academy, innovativa idea per aumentare la qualità dell'hotellerie

TOP QUALITY AL SERVIZIO DELL'OSPITALITÀ



Attiva da diversi anni e con successo nel complesso e articolato mercato dell'erogazione di servizi in appalto per il mondo alberghiero, Re.Ale. S.r.l. offre, oggi, un'ampia gamma di proposte studiate per rispondere alle richieste di una domanda sempre più variegata ed esigente. È in quest'ottica che si inserisce anche l'ultimo progetto, la Re.Ale. Hotel Academy, una scuola di formazione nata con l'obiettivo di migliorare la qualità del lavoro fornito in appalto, e di elevare, di conseguenza, lo standard di servizio offerto dall'hotel alla propria clientela, un'iniziativa che attesta il ruolo di trendsetter dell'azienda, capace di intercettare con tempismo perfetto le nuove tendenze del mercato. «La mission di Re.Ale. Hotel Academy è una: innalzare il livello dell'ospitalità italiana.», spiega Davide Romano, Ceo di Re.Ale. S.r.l., «Da qui la necessità di far crescere costantemente il nostro personale attraverso un sistema di formazione brevettato e performante. L'Academy si discosta dal tradizionale stage aziendale, dando la possi-

bilità agli "allievi" di imparare, da subito, sul campo. In accordo con il nostro cliente hotel, cominciando con il Best Western Golden Mile di Trezzano, organizziamo corsi di 24 ore all'interno della struttura indicativamente la frequenza è di uno al mese che prevedono sia una parte di teoria in aula che un'altra di pratica in hotel. Ad affiancare il personale, ci sono sempre un tutor e il nostro area manager che hanno il compito di illustrare nel dettaglio la procedura e i sistemi gestionali legati al servizio di cleaning, mentre al direttore spetta il compito di spiegare il tipo di approccio che i collaboratori devono avere nei confronti della clientela.

Oggi più che mai, infatti, il servizio di pulizia è un aspetto cruciale della customer's satisfaction, che testimonia il livello di accoglienza di una struttura. Ogni minimo errore così come la più piccola trascuratezza possono ledere all'istante l'immagine di un hotel, ancor più se quest'ultimo è di fascia alta: basta una cattiva recensione sul web per innescare un

immediato effetto a catena a cui non è poi così semplice porre riparo. I corsi della nostra Academy prevedono un tempo di pratica necessario all'apprendimento completo del lavoro, un tempo sufficiente affinché il responsabile dell'hotel possa valutare nell'immediato i candidati e la qualità del nostro servizio. Si tratta di una formula brevettata che al cliente albergatore garantisce trasparenza, sicurezza e, soprattutto, innovazione. Già con il sistema "Facile Room 3.0", proponevamo una soluzione innovativa per la gestione in mobilità delle attività di housekeeping, facchinaggio, parti comuni e manutenzione in grado di monitorare in tempo reale tutte le operazioni, ora abbiamo fatto un ulteriore passo avanti verso la qualità».

A sostegno del Made in Italy dell'ospitalità

Oggi Re.Ale. S.r.l. opera indistintamente su tutto il territorio nazionale, fornisce il personale nel modo più efficiente e gestisce la totalità del servizio, supportan-

do il cliente nel raggiungimento dei suoi obiettivi in termini di standard qualitativi, con un'attenzione particolare all'ottimizzazione dei costi e delle rese, garantendo sempre e comunque tempestività, puntualità, disponibilità e problem solving.

«Al mondo dell'hotellerie ci proponiamo come multiservice su misura: grazie alla formazione diretta in hotel, e certificata, il candidato capisce subito il modus operandi richiesto dalla singola struttura. Così si evitano costose perdite di tempo, riducendo notevolmente il turnover di cameriere e si innalza il livello di formazione del personale. Con il nostro servizio, in ultima istanza, aiutiamo l'hotel ad essere più competitivo: negli ultimi anni, dopo Expo, l'Italia è cresciuta come destinazione, attirando sempre più turisti internazionali, abituati a trovare in albergo un certo standard.

Formule come brand Italia e made in Italy devono, pertanto, essere sempre di più sinonimo anche di offerta alberghiera di qualità».

Davide Deponti

