

**Specialisti
nello sviluppo del turismo**



“Affianchiamo gli imprenditori del settore turistico che vogliono intraprendere un percorso di sviluppo e di miglioramento per collocarsi in modo più efficace all’interno del mercato.”

GABRIELLI
& PARTNER



HOTEL
KLINIK

G&A



LABORATORIO
COMMERCIALE

Perché Hotel Klinik

G&A Group

Siamo un gruppo affiatato, formato da persone preparate che portano il loro bagaglio di esperienza in ogni progetto.

Da oltre 20 anni, la nostra promessa è quella di essere dei consulenti diversi, dei professionisti costantemente aggiornati e capaci di affiancare gli imprenditori nella difficile e delicata fase di cambiamento che il mercato richiede. Lo facciamo con attenzione ma, allo stesso tempo, con la necessaria determinazione per non permettere alle persone di subire la naturale resistenza al cambiamento.

Cerchiamo, con un approccio sempre positivo, di aiutare gli imprenditori a definire un valore distintivo da poter trasferire

con chiarezza e coerenza sul mercato e che permetta di generare migliori risultati.

Sosteniamo ed affianchiamo gli imprenditori nel raccontare ai propri collaboratori, ai partner ed al mercato, quale sarà la nuova destinazione, attraverso mirate attività di comunicazione, sensibilizzazione o approcci commerciali tradizionali.

Crediamo che il rispetto sia un valore fondamentale e, di conseguenza, poniamo molta attenzione alle persone, e a tutte le risorse: economiche, energetiche, di tempo. Perché, proprio come ogni imprenditore, facciamo davvero fatica ad accettare lo spreco.

Perché Hotel Klinik

Siamo un team di professionisti specializzati nello sviluppo delle imprese del comparto turistico.

Svolgiamo il nostro lavoro in modo attento e pragmatico così da produrre **risultati concreti e misurabili**.

Molto spesso all'interno delle aziende manca una **visione**

strategica chiara e definita. Si corre quindi il rischio di disperdere energie e risorse economiche, senza produrre ricadute positive. È quindi fondamentale effettuare dei passi graduali di crescita che, all'interno di un progetto organico, permetteranno all'azienda di **crescere in modo sostenibile**.



Perché Hotel Klinik

Come lavoriamo

Oggi l'improvvisazione è molto pericolosa e costosa. Ecco perché seguiamo precise **fasi**.

ANALISI

Ci permette di comprendere appieno tutte le caratteristiche della struttura. Osserviamo una molteplicità di aspetti da punti di vista differenti, così da far emergere un quadro chiaro ed esaustivo della situazione attuale e dello **“stato di salute” dell'azienda**. Solo una volta conclusa questa delicata ed importante fase è possibile definire una strategia di sviluppo.

STRATEGIA DI SVILUPPO

L'esperienza ci dice che sono molte le imprese che operano senza una chiara e strutturata strategia. Crediamo invece sia fondamentale che ogni singola azione intrapresa sia funzionale al raggiungimento di determinati **obiettivi specifici**. Siamo convinti che la strategia debba essere **“sostenibile”**

sia dal punto di vista economico che gestionale e spetta quindi al nostro staff, che dispone di professionisti con competenze specifiche, elaborare uno **scenario realizzabile**. Uno scenario strategico che sarà condiviso con la proprietà e quindi portato in applicazione.

APPLICAZIONE

Affianchiamo i nostri clienti per aiutarli a **rendere operativa la strategia** di sviluppo, fornendo loro il massimo sostegno. Strutturiamo un Piano Operativo preciso e rigoroso che consente di definire e monitorare tempi, responsabilità, operatività e costi.

CONTROLLO

Ogni mese **monitoriamo l'avanzamento dei progetti** e, attraverso una completa e precisa dashboard, condividiamo il tutto con i nostri clienti. Questo serve ad abituare gli imprenditori a ottimizzare il lavoro dei nostri consulenti, che aiuteranno l'azienda a realizzare con sicurezza e concretezza la fase di sviluppo.

Cosa facciamo

Aiutiamo le aziende a generare progetti di sviluppo, con una grande attenzione che siano **sostenibili**, dal punto di vista organizzativo, economico e di tempi. Lo facciamo affiancandole passo dopo passo, con l'unico scopo di renderle autonome nel loro percorso di cambiamento.

Ci dedichiamo allo **sviluppo commerciale e del marketing**, destinato prevalentemente alle piccole medie imprese, dove non c'è ancora l'abitudine di strutturare progetti strategici di medio lungo periodo ed applicarli con rigore, rispetto dei budget ed approcci manageriali.

€ ECONOMICO
GESTIONALE



COMMERCIALIZZAZIONE



CONTESTO
ECONOMICO &
TERRITORIALE



MYSTERY
CLIENT



IDENTITA'

BRAND
REPUTATION



ANALISI

SOFTWARE



COMPETITOR



COMUNICAZIONE



HARDWARE



Analisi

Un lavoro complesso ma fondamentale. Ogni progetto parte da un'attenta e precisa fase di analisi, che indaga tutti gli aspetti della struttura ricettiva.

• ANALISI DEL CONTESTO ECONOMICO E TERRITORIALE

Ogni destinazione ha i propri punti di forza e di debolezza, i propri mercati di riferimento, le proprie peculiarità nonché un certo posizionamento all'interno del mercato. Per l'impresa turistica è quindi fondamentale analizzare il contesto territoriale in cui opera, in modo da comprendere appieno il tessuto socio-economico e turistico di riferimento.

• MISTERY CLIENT

Desideriamo comprendere appieno l'esperienza che vive l'ospite presso la vostra struttura. L'unico modo per riuscirci è soggiornare presso l'hotel usufruendo dei servizi, affidando ai nostri esperti il compito di compilare un'apposita scheda di valutazione che ci fornirà un quadro completo dei punti di forza e di debolezza.

• ANALISI DELL'IDENTITÀ

Molti imprenditori faticano a rispondere a questa semplice domanda: "Perché un cliente dovrebbe scegliere la tua struttura piuttosto che un'altra?". Le risposte sono spesso generiche (ambiente familiare, pulizia, qualità della ristorazione) e mancano di caratterizzazione e distintività. Riteniamo sia fondamentale comprendere l'identità della struttura, gli elementi distintivi che la caratterizzano e quelli su cui puntare per strutturare servizi mirati.

• ANALISI DELL'HARDWARE

È fondamentale comprendere le caratteristiche della struttura, l'organizzazione degli spazi, le peculiarità dell'arredamento, la funzionalità delle aree produttive e di servizio. Fattori che incidono sull'erogazione dei servizi e sull'esperienza che vivono gli ospiti. Analizziamo tutti gli elementi che compongono la struttura così da poter proporre eventuali interventi di miglioramento.

• ANALISI DEL SOFTWARE

Per raggiungere risultati c'è sempre bisogno di gioco di squadra. Indaghiamo la qualità e le caratteristiche dei singoli e quale contributo e valore aggiunto possono portare all'impresa. Per questo motivo andiamo a scattare una fotografia chiara e dettagliata della struttura organizzativa, prendendo in considerazione una molteplicità di fattori che comprende anche le esigenze formative dello staff.

• ANALISI DELLA COMUNICAZIONE

Spesso le imprese non comunicano in modo efficace chi sono e cosa offrono, perché i canali e gli strumenti di comunicazione non sono ben allineati, strutturati e utilizzati. Viene quindi effettuata una panoramica degli elementi della comunicazione moderna, on-line ed off-line. Tale analisi ricomprende attività di mystery client presso la struttura e le aziende competitor.

• COMPETITOR

L'ospite può scegliere la vostra struttura o quella di un competitor. La scelta dipenderà anche dalla capacità di comunicare il proprio prodotto e servizi, dalla brand reputation, alla capacità di vendita, etc. Facciamo un'analisi dei competitor della struttura analizzando molteplici aspetti ed utilizzando modalità e strumenti differenti per garantire maggiore efficacia.

• ANALISI DEL BRAND

Come vi vedono gli ospiti e cosa pensano di voi? Nel mercato moderno il cliente è abituato a rilasciare feedback e recensioni, a raccontare la propria esperienza. Andiamo a monitorare costantemente la notorietà e la reputazione dell'azienda così da poter intervenire per produrre dei miglioramenti, sia in termini numerici che qualitativi.

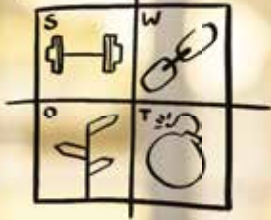
• ANALISI DELLA COMMERCIALIZZAZIONE

Analizziamo la politica tariffaria, il benchmark rispetto ai competitor, i canali di vendita e le relative condizioni, le singole azioni ed i risultati prodotti. In questo modo possiamo costruire una vera strategia che, facendo leva su diversi fattori e canali, permetterà alla struttura di crescere in modo graduale.

• ANALISI ECONOMICO-GESTIONALE

Non sempre l'albergatore è imprenditore e possiede un sistema di controllo di gestione efficace, aggiornato sull'andamento economico-finanziario, la struttura dei costi e le singole incidenze. Attraverso un'attenta analisi dei bilanci vengono estrapolati indici e indicatori specifici per il settore turistico che permettono di comprendere come sta performando l'impresa e dove è necessario intervenire.

ANALISI SWOT



BUDGET
PREVISIONALE
€

PIANO 
FORMATIVO

STRATEGIA
DI
SVILUPPO

NUOVA IDENTITÀ
e
POSIZIONAMENTO



PRODOTTO
& SERVIZI



STRATEGIA
COMMERCIALE



STRATEGIA DI
COMUNICAZIONE



Strategia di sviluppo

“Sempre più aziende sentono il bisogno di ripartire e attivare lo sviluppo. Non basta però il desiderio affinché questo avvenga, ci vuole la consapevolezza che il metodo va evoluto e adeguato al mercato.”

Conclusa l'analisi della struttura, si individua una “cura” completa ed efficace, che possa effettivamente generare un miglioramento apprezzabile.

• NUOVA IDENTITÀ E POSIZIONAMENTO DELLA STRUTTURA

Si tratta di definire una nuova identità per la struttura mettendo a fuoco i target di riferimento a cui si intende proporre l'impresa e tracciare il “profilo del cliente tipo”, individuando con precisione tutte le sue caratteristiche. In questo modo si può passare alla costruzione della nuova gamma prodotti e servizi.

• PRODOTTI E SERVIZI

Alle volte sono i dettagli a spostare la percezione dell'ospite, altre volte è opportuno strutturare interventi più consistenti. La cosa fondamentale è dare risposta ai bisogni del cliente. In questo senso andiamo a costruire un insieme di strumenti ed opportunità mirati che aiuteranno la trasmissione del valore.

• STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

Definiamo una strategia di comunicazione che permetta di evidenziare correttamente la vostra offerta ed i relativi elementi distintivi, sfruttando al massimo le potenzialità di ogni strumento on-line e off-line.

• STRATEGIA COMMERCIALE

È possibile vendere di più e meglio? Certamente, ma solo se si dispone di un mix di canali efficaci, di strumenti di vendita ben calibrati e di una politica tariffaria opportunamente pianificata. Per questo motivo strutturiamo una strategia personalizzata per ogni struttura che punta a massimizzare gli obiettivi.

• PIANO FORMATIVO

Attraverso la creazione di un progetto formativo individualizzato è possibile acquisire quelle competenze utili ad aumentare la professionalità. Individuati i fabbisogni formativi creiamo dei moduli specifici ed attiviamo i giusti canali di finanziamento a sostegno della formazione.

• BUDGET PREVISIONALE

L'unico modo per centrare i risultati è definire bene gli obiettivi. Attraverso la strategia promo-commerciale è possibile costruire con precisione un budget previsionale pluriennale. In questo modo sarà possibile avere degli obiettivi mensili da raggiungere ed al contempo dei punti di riferimento su cui verificare andamenti e scostamenti.



Applicazione e controllo

“Definiamo un piano mirato che migliori il posizionamento e inserisca la struttura in nuovi canali di commercializzazione.”

Come in una clinica (Klinik) i singoli specialisti interverranno in modo puntuale per aiutarvi ad affrontare le singole azioni ed interventi.

• PIANO OPERATIVO

Costruiamo un piano dettagliato delle attività che saranno realizzate per dare concretezza al progetto. In questo modo avete la possibilità di verificare le attività specifiche, lo stato di avanzamento delle stesse, i referenti. Il piano viene costantemente aggiornato.

• CREAZIONE DEI PRODOTTI-SERVIZI

Affianchiamo l'impresa nel realizzare concretamente tutti quegli interventi che consentono di sviluppare il prodotto ed i servizi in modo coerente con l'identità ed i target di riferimento. In questo modo garantiamo una realizzazione efficace delle singole attività.

• COORDINAMENTO PARTNERS

Tutte le imprese turistiche hanno dei partners con cui devono collaborare. Talvolta però l'imprenditore trova complesso orientarsi ed interagire positivamente con tutti, anche per la mancanza di competenze specifiche. Ci affianchiamo alla proprietà fornendo sostegno operativo nel coordinare in modo efficace i singoli contributi.

• OTTIMIZZAZIONE STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

Predisporre strumenti di comunicazione è sempre complesso e faticoso. Per questo motivo interagiamo direttamente con la proprietà, la web agency e gli altri fornitori di servizi individuati per garantire un'ottimizzazione degli strumenti. Ciò permette un corretto allineamento degli strumenti di commercializzazione.

• DIGITAL MARKETING

Non è sufficiente avere un profilo social e pubblicare contenuti sporadici. Per essere efficaci è necessario predisporre un preciso "piano editoriale". Assieme all'imprenditore costruiamo il progetto specifico e ne seguiamo la realizzazione operativa, monitorando costantemente i risultati ottenuti.

• PIANO COMMERCIALE

Andiamo a realizzare interventi di miglioramento sui canali di commercializzazione già in uso, al fine di aumentare la conversione delle prenotazioni. Analogamente selezioniamo ed introduciamo nuovi strumenti e canali di commercializzazione che permettano di tutelare la committenza e di raggiungere gli obiettivi definiti nel budget.

• POLITICA TARIFFARIA

Sappiamo che il "listino prezzi è morto", ma anche quanto è complesso definire ed applicare una politica di prezzo dinamica. Per questo motivo agiamo in stretto e costante contatto con il personale di front-office al fine di applicare una strategia di prezzo efficace.

• INSERIMENTO SISTEMA DI CONTROLLO DI GESTIONE

Dopo aver strutturato il sistema di controllo di gestione, in coerenza con la tipologia di struttura, lo inseriamo gradualmente fino a renderlo pienamente operativo. Allo scopo costruiamo degli appositi fogli di calcolo ed interagiamo costantemente con gli studi commercialisti, così da ottenere una fotografia sempre aggiornata della situazione.

• CHECK PERIODICI DI AGGIORNAMENTO

Monitoriamo assieme alla committenza i progressi ottenuti, le azioni realizzate, i risultati economici. Al contempo le azioni future e gli obiettivi di medio-lungo periodo. Il project manager incaricato di seguire il progetto fungerà da costante interfaccia facilitando la corretta concretizzazione del progetto.

• CONSULENZA OPERATIVA E SUPPORTO

Un passo alla volta seguiamo le diverse fasi e le singole azioni dando un contributo operativo all'imprenditore. In questo modo è possibile seguire l'intero progetto di sviluppo affinché si concretizzi correttamente.

Formazione

La formazione è uno degli strumenti più importanti per comprendere e applicare un progetto di sviluppo aziendale. Essa è innanzitutto un **processo** fatto di piccoli passi e che si attiva solo se vi è una vera **motivazione**.

Per questo noi crediamo che prima di proporre, o imporre, percorsi formativi, sia necessario fare delle attività di sensibilizzazione mirate, per ragionare prima di tutto sul “perché” è necessario il cambiamento o l'**evoluzione aziendale**.

Le attività di formazione si racchiudono in diverse **macro-tematiche** all'interno delle quali si sviluppano i singoli argomenti che saranno affrontati in occasione di incontri specifici.

• AREA STRATEGIA E PRODOTTO

Qualunque sia il campo di azione dell'impresa è chiaro che argomenti quali identità, prodotto e servizi rappresentano il “cuore” su cui costruire poi l'intera strategia di promo-commercializzazione e far crescere l'impresa. Più chiara sarà l'identità, più distintiva sarà l'offerta presentata agli ospiti e maggiori le probabilità di avere successo nel mercato. Rientrano in tale area:

- *“Dove va il turismo”*
- *“Il prodotto turistico efficace - l'Identità”*
- *“La colazione dei campioni”*

• AREA PROMO-COMMERCIALE

Possiamo avere identità chiara e servizi distintivi ma se poi questi non vengono comunicati e proposti al mercato in modo coerente sarà improbabile avere positivi riscontri. Da qui la necessità di dare valore alla propria offerta in modo efficace e chiaro, costruendo un marketing mix e gestendo correttamente la politica di prezzo. Rientrano all'interno di tale area:

- *“La comunicazione”*
- *“La commercializzazione vincente”*
- *“Ok, il prezzo è giusto”*
- *“Opportunità social”*
- *“Brand reputation”*

Solo dopo si potrà lavorare con qualità e precisione sul “come” e su tutte le attività operative e i comportamenti che andranno modificati per essere coerenti con il **progetto di sviluppo**.

Per noi la formazione deve essere quindi un vero e proprio laboratorio, molto pratico e operativo, dove i partecipanti non ricevono solo visioni teoriche ed accademiche, ma riescono fin da subito a collegare gli stimoli dell'aula alle **tecniche operative**, per poi applicarle.

• AREA ECONOMICO-FINANZIARIA

Troppo frequentemente nelle imprese manca controllo e pianificazione economico-gestionale. In un mercato sempre più competitivo e complesso diventa però pericoloso “navigare a vista”. Da qui la necessità di sviluppare nuove competenze manageriali inserite all'interno di un nuovo metodo di lavoro. Rientrano all'interno di tale area:

- *“I conti tornano...”*
- *“Il budget”*

• AREA GESTIONALE

Vi sono molteplici aspetti relativi alla sfera gestionale dell'impresa che possono essere migliorati proprio per aiutare l'imprenditore a trasmettere i fattori identitari e distintivi. Diventa quindi fondamentale lavorare sullo staff e con lo staff per allineare tutti gli elementi dell'impresa. Rientrano all'interno di tale area:

- *“Lo staff vincente”*
- *“L'eccellenza del servizio”*
- *“Front Office - livello 1”*
- *“Front Office - livello 2”*
- *“Housekeeping”*

• PROGRAMMI PERSONALIZZATI

Creiamo percorsi di formazione personalizzati per soddisfare i bisogni della singola impresa. Dopo un'attenta analisi dei fabbisogni formativi strutturiamo moduli ed attività specifiche, così da garantire un servizio “su misura”.



Hotel Klinik è un marchio G&A Group srl
via Renato Lunelli 32 | 38121 Trento
via Monte Mulat 7 | 38037 Predazzo (TN)
T. +39 0462 502119 | +39 0461 1636897
info@hotelklinik.it | www.hotelklinik.it



@hotelklinik



Hotel Klinik



Hotel Klinik



@gagroup_it



Hotel Klinik



@gagroup_it



gagroupIT