Strumento 4.2 · Dalla visione ai comportamenti

Il capitale umano dell’albergo · dal capitolo 4 «Visione, valori e cultura»

La tabella traduce la visione in indicazioni operative per ogni sistema dell’albergo. L’esempio è quello della Corte dei Tessitori; ogni albergo compila la propria colonna.

Sistema	Domanda	Esempio
Standard di servizio	Quali comportamenti la visione richiede in ogni reparto?	Nessuna musica negli spazi comuni; carrelli dei piani con ruote silenziose; consegne in camera senza bussare dopo le ventidue, con un messaggio
Commerciale e prezzi	Quali clienti, canali e accordi sono coerenti con la visione?	Nessun gruppo oltre otto persone; nessun accordo di allotment con tour operator di massa
Selezione	Quali qualità cerchiamo, oltre alle competenze tecniche?	Calma, cura dei dettagli, capacità di parlare a bassa voce
Inserimento e formazione	Che cosa deve capire un nuovo assunto della visione nella prima settimana?	Una notte in camera, da ospite, prima di iniziare a lavorare
Indicatori	Come misuriamo se la visione è vera?	Citazioni del silenzio nelle recensioni; reclami per rumore; prezzo medio rispetto ai concorrenti
Valutazione e riconoscimento	Quali comportamenti premiamo?	Le storie di decisioni coerenti raccontate al briefing; un riconoscimento mensile
Investimenti	Quali spese la visione rende prioritarie?	Insonorizzazione, materassi, manutenzione degli impianti rumorosi

Albergo: _____ Compilato da: _____ Data: _____

Fonte: L’Architettura dell’Ospitalità, seconda edizione, Volume 1 «Il capitale umano dell’albergo». Materiale di lavoro gratuito da books.effedore.com. Adattalo al tuo albergo. Norme aggiornate a novembre 2026: per le decisioni con effetti giuridici rivolgiti al tuo consulente.