Gli strumenti del capitolo 17

Albergo: _____ Compilato da: _____ Data: _____

Strumento 17.1 · La classificazione dei clienti

Cliente	Notti ultimo anno	Ricavi camere	Ricavi altri reparti	Periodi prevalenti	Potenziale stimato	Gruppo	Azioni dell'anno

Strumento 17.2 · Il registro delle opportunità

Cliente	Richiesta	Valore stimato	Periodo	Fase: contatto, proposta, trattativa, firmata, persa	Prossima azione	Data	Responsabile	Motivo, se persa

Strumento 17.3 · La preparazione di una visita

Punto	Fatto	Note
Dati del cliente: notti, ricavi, periodi, andamento rispetto all'anno prima.	☐	
Notti che il cliente fa altrove, se note, e perché.	☐	
Problemi e bisogni del cliente: che cosa gli serve davvero dall'albergo.	☐	
Scopo della visita e risultato atteso.	☐	
Proposta da presentare, verificata con la revenue manager.	☐	
Azione concordata alla fine della visita, registrata il giorno stesso.	☐	

Strumento 17.4 · Il cruscotto trimestrale dell'ufficio commerciale

Indicatore	Trimestre	Obiettivo	Anno prima
Notti e ricavi dei clienti da difendere, per periodo			
Notti e ricavi dei clienti da sviluppare			
Clienti nuovi conquistati			
Notti di gruppo nei mesi deboli			
Opportunità aperte e loro valore			
Tasso di conversione delle opportunità			
Visite e sopralluoghi effettuati			
Costo delle attività commerciali			

Fonte: L'Architettura dell'Ospitalità, seconda edizione, Volume 4 «Il mercato dell'albergo». Materiale di lavoro gratuito da books.effedore.com. Adattalo al tuo albergo. Norme e dati aggiornati a novembre 2026: per le decisioni con effetti contrattuali, fiscali o sul trattamento dei dati rivolgiti al tuo consulente.