

Hotel Volver

Grazie alla collaborazione con partner di alto profilo, l'azienda propone un nuovo format di formazione: workshop tematici nelle principali città italiane, per un confronto aperto sui temi caldi dell'hotellerie



L'evoluzione del mercato e delle nuove economie, lo spostamento dei pesi e dei valori – grazie anche al web e ai social network, alla comunicazione e alla penetrabilità dei servizi per l'utenza – chiedono di ripensare il modello ricettivo tradizionale, proiettandolo nel futuro con attività evolute e più adatte alla qualificazione dell'offerta.

Hotel Volver, nata come aggregatore di eccellenze, è un'unione di imprese che offrono servizi integrati al settore alberghiero. Per questo, e in pochissimi anni, Hotel Volver ha inventato un nuovo modo di intendere l'accoglienza, portando avanti una serie di idee innovative per il settore, e individuando nuovi canali di servizio dedicati all'analisi e alla crescita delle performance, capaci di implementare l'immagine delle imprese ricettive in maniera costante e produttiva.

Workshop a tema: formazione e confronto

«Siamo nell'epoca dei social network», conferma il direttore marketing **Vincent Spaccapeli**, «della profilazione dei contenuti e della possibilità di scegliere per se stessi solo ed esclusivamente ciò che ci interessa, che ci impegna per il tempo giusto e soprattutto che sia dedicato e faccia percepire l'idea di essere al centro dell'attenzione

dei propri partner o fornitori. Ci siamo chiesti come poter razionalizzare questa esigenza diffusa, che è anche la nostra e che ci vede concentrati sul bisogno di comunicare sempre con maggiore dettaglio e attenzione, per raggiungere le persone realmente interessate ai nostri messaggi senza disturbare le altre».

Ecco nascere così un nuovo format, workshop tematici dedicati agli aspetti più in evoluzione del settore dell'hotellerie, per approfondire, confrontarsi e condividere idee e strategie di marketing alberghiero.

«I convegni tradizionali», continua Spaccapeli, «sono spesso dispersivi, l'attenzione cala rapidamente, i messaggi filtrano con fatica e non tutti i partecipanti sono necessariamente interessati al complesso degli argomenti trattati».

I workshop di Hotel Volver si sono invece dimostrati subito una formula vincente.

«Ospitiamo al massimo 10-12 persone, un gruppo ideale che crea un clima molto disteso e piacevole, dove ci si confronta con maggiore facilità e non c'è dispersione di tempo e attenzione. Trattiamo di volta in volta temi che gli stessi clienti ci chiedono, approfondimenti che per loro significano cultura del proprio settore». **C.C.**

Un tour professionale per un format vincente

Il primo workshop si è svolto a Milano presso la sede di Hotel Volver in piazza Lima, diretto proprio dal suo promotore **Daniele Sordano** (Specialist Volver, foto in alto). I primi temi affrontati sono stati quelli legali, strettamente connessi alla contrattualistica, nel tentativo di fare chiarezza su tematiche che nel settore alberghiero costituiscono la base di ogni trattativa.

Presenti referenti di alto profilo che, oltre a spiegare le regole di base, si sono fatti coinvolgere nel vivace dibattito alimentato proprio dalla serenità che il numero ristretto genera. Gli appuntamenti sono stati subito replicati a Genova e a Como, quasi generando una sorta di tour professionale.

«Tra i prossimi temi», conferma Sordano, «ci saranno sicuramente *Green Financial*, focalizzato su opportunità di finanziamento e incentivi per gli interventi orientati al risparmio energetico presieduto da **Massimiliano Noce** (Ceo di P+L+P, foto in basso), *Next Communication* che tratta l'avvento del sistema Gea Mobile, presieduto da Massimiliano Barone (Responsabile Sistemi e Processi Hotel Volver) e *On Line Brand Reputation* dedicato all'analisi della reputazione degli hotel e sugli interventi per migliorare il proprio valore presso la popolazione di internet».

«Questi ultimi due anni sono stati per noi davvero importanti», dice Vincent Spaccapeli, «non solo abbiamo notato un flusso di contatti più consapevoli, ma ci siamo resi conto che la qualità della domanda è in crescita».

L'azione di riposizionamento che Hotel Volver ha intrapreso sta dando frutti eccezionali, in Italia e all'estero. «Malgrado il periodo di congiuntura del nostro Paese», conclude Spaccapeli, «siamo sempre percepiti come esempi di qualità e cultura, un patrimonio che dobbiamo fare attenzione a non disperdere».

