



PERSONALIZZARE L'OFFERTA. SCELTA VINCENTE

*BIANCHERIA PREGIATA,
ADDIRITTURA PERSONALIZZATA,
E IGIENE CERTIFICATA.
ECCO COME COCCOLARE
E FAR SENTIRE A CASA
L'OSPITE DELL'ALBERGO.
PAROLA DI UNIPRESS E HOTEL LUGANO
DANTE CENTER A LUGANO.*



SEMBREREBBE BASTARE POCO, MA SONO INVECE NECESSARI IMPEGNO, COSTANZA E SOPRATTUTTO PASSIONE PER IL PROPRIO LAVORO.

Per una struttura alberghiera, rendere il soggiorno dei propri ospiti piacevole e farli sentire come a casa, accuditi e quasi viziati, è una vocazione che comporta lavoro e responsabilità. Concetti che, appena entrati nella hall del centralissimo Hotel Lugano Dante Center di Lugano, si percepiscono e infondono subito serenità. Il leit motif della struttura alberghiera è rappresentato dalla personalizzazione dell'offerta per ciascun cliente e non, si badi bene, per tipologia, ma si intende davvero per persona.

Per raggiungere questi livelli, però, ci vogliono anni ed è necessario agire in diverse direzioni.

Tra queste la qualità e l'igiene della biancheria che, da oltre dieci anni, sono garantiti dalla Lavanderia Industriale

Unipress, leader nel settore dei servizi di noleggio e lavaggio della biancheria alberghiera nel Cantone Ticino.

Un connubio, questo, tra i meglio riusciti, nel quale si fondono la ricercatezza degli articoli forniti e la sicurezza igienica della biancheria grazie al processo produttivo certificato EN 14065 (certificazione igienica della biancheria). La biancheria che Unipress mette a disposizione dell'albergo è frutto di una attività di selezione portata avanti negli anni in stretta collaborazione con l'albergo stesso e che giunge fino alla fornitura di articoli personalizzati con il logo e il nome del cliente.

Il lavoro svolto con questa selezione parte dalla comprensione degli obiettivi di ogni struttura alberghiera facendo di ogni cliente un progetto a sé stante che si concretizza nella preparazione di in una dotazione di biancheria unica. Per gli articoli da bagno, ad esempio, Unipress fornisce all'Hotel Lugano Dante, come richiesto dalla direzione, una

doppia dotazione. L'ospite può infatti scegliere tra asciugamani in lino-cotone e asciugamani in spugna personalizzati. Anche per i capi non logati è stata svolta una accurata attività di selezione. Le federe dei cuscini, ad esempio, sono state recentemente sostituite a seguito della scelta effettuata dall'albergo di mettere a disposizione dell'ospite un cuscino di più ampie dimensioni. Ci si è quindi orientati verso federe confezionate con del percale di cotone di colore bianco, pregiato e delicato, e rifinite con un cordonetto color porpora per sposarsi al meglio con l'arredamento delle stanze da letto.

Nulla, insomma, viene lasciato al caso. "La nostra tendenza alla personalizzazione dell'offerta" ci ha spiegato Carlo Fontana, direttore dell'Hotel Dante, "è un modello reale di lavoro e che nasce dal nostro modo di pensare. Pensate che, da un paio di anni, la nostra struttura ha intrapreso una strada unica nel suo genere per dotarsi degli strumenti necessari a dare concretezza a questi concetti. Ogni collaboratore dell'hotel lavora, si aggiorna e prende in carico le diverse missioni quotidiane attraverso una rete di tablet. Allo stesso tempo, il cliente che prenota una stanza, attraverso questa rete, potrà scegliere di personalizzarla a proprio piacimento: potrà decidere la temperatura della camera al suo arrivo, quale tipo di letto o cuscino preferisce, comunicare al personale intolleranze alimentari o preferenze di qualsiasi tipo. Il risultato sono una stanza e un soggiorno costruiti su misura. Riconoscersi e distinguersi all'interno di una lista praticamente infinita di soluzioni alberghiere che si somigliano tutte, è proprio quello che cerchiamo. Per riuscirci, è necessario conoscere personalmente il cliente, farlo sentire a casa." Non a caso, questa "seconda casa" nel cuore di Lugano è ai vertici di gradimento di un noto sito internet di recensioni pubbliche, non solo a livello cantonale, ma addirittura nazionale. Silvia Gasparini, customer relationship manager dell'Hotel Lugano Dante Center, ci spiega: "Oggi stiamo raccogliendo i frutti di anni di impegno e caparbia. La costante attenzione per i dettagli ci ha portato, anche tramite il più classico strumento promozionale, ossia il passaparola, ad avere una clientela affezionata e, crediamo, molto soddisfatta."



L'arte del gusto

ipppergros

Dal 1964 Partner Per Professionisti

www.ipppergros.ch