

Glion Institute of Higher Education: 5 trend per il 2015 nel settore dell'ospitalità

L'opinione di Judy Hou, CEO dell'istituto di alta formazione specializzato in Hospitality.

Milano, 2 Marzo 2015 - Glion Institute of Higher Education, Istituto di formazione universitaria con sede in Svizzera e un branch campus a Londra, analizza e commenta i trend per il 2015 nel settore dell'ospitalità.

Riconosciuto a livello mondiale tra i **3 migliori Istituti specializzati in Hospitality**, Glion rappresenta uno dei pilastri per la formazione dei manager del domani, ed è sempre attento ad analizzare i trend in atto per adeguare alle richieste del mercato i propri corsi formativi e la preparazione dei propri studenti.

Judy Hou, CEO di Glion Institute of Higher Education, prende dunque in esame il contesto attuale e dà voce alla posizione di Glion riguardo le nuove tendenze nel settore previsti per il 2015.

Il mondo dell'ospitalità conquista il settore del lusso e della finanza

Secondo il report 2014 sui beni di lusso di Deloitte, i 75 marchi di lusso top del mondo hanno contabilizzato 171.8 milioni di dollari di fatturato aggregato nel 2012, e un tasso di crescita composto annuo del 14.3% (2010-2012). Quest'ottima performance è dovuta, in parte, al perfezionamento nel servizio al cliente: l'acquisto di una borsa di lusso, per esempio, è oggi considerata un'esperienza, e nessuno meglio di un laureato con una formazione nell'ospitalità può accogliere i clienti e soddisfare le loro aspettative.

"A Glion ogni semestre vengono organizzare una serie di visite nei nostri campus. Esse consentono ai partner del settore di presentare le loro attività ai nostri studenti, che a loro volta hanno la possibilità di conoscere i potenziali datori di lavoro e di mettersi in contatto con i responsabili delle risorse umane" – afferma **Judy Hou**. "Il numero delle visite ha registrato una crescita, arrivando a oltre 50 visite per semestre. Sorprendentemente, anche i settori dove i nostri studenti stanno trovando impiego si stanno espandendo: da alcuni anni abbiamo visto che un numero sempre maggiore di nostri alunni va ad occupare ruoli prestigiosi per brand di lusso come ad esempio Rolex, Roger Dubuis, Hermès, Longchamp, Chopard, Cartier, Armani Hotels, Bulgari Hotels, Gucci, Montblanc e per istituzioni finanziarie come J.P. Morgan e Bloomberg Business".

Customer service personalizzato

La ragione più probabile di questa tendenza è un'attenzione al servizio al cliente che si è ulteriormente intensificata presso i rivenditori di fascia alta e le istituzioni finanziarie. Le soft skills, le abilità interpersonali e l'interesse per le lingue che contraddistinguono i nostri studenti sono particolarmente interessanti per il Costumer Relationship Management (CRM) di diverse aziende che servono clienti sofisticati, abituati ai più alti standard di servizio.

Tuttavia, nei mercati emergenti come gli Emirati Arabi, il Brasile e la Cina, che guidano la domanda di esperienze personalizzate, è fondamentale che le imprese siano in grado di adattare i messaggi dei brand alle preferenze dei clienti di ciascuna regione, come sottolineato dall'ultimo <u>IHG report on building consumer trust</u>. Il principale dato emerso dal report è che maggiore è la personalizzazione, maggiore successo avrà il brand.

"A Glion, insegniamo ai nostri studenti ad adottare un approccio personalizzato attraverso l'applicazione di un apprendimento partecipativo contraddistinto da innovazione, attenzione ai dettagli, capacità di risposta alle richieste dei clienti e alto livello di assistenza individuale" – commenta **Judy Hou**. "All'interno dei ristoranti e alla reception dei nostri campus, i nostri studenti imparano a fornire un servizio attento e impeccabile ai loro coetanei, che rappresentano oltre 90 nazionalità".

• Ridefinizione del settore MICE

Come dimostrato nel <u>Global Business Travel Association's 2015 Outlook</u>, la spesa globale per i viaggi d'affari ha raggiunto 1.100 miliardi di dollari ed è destinata a crescere del 8.6% nel 2015. Il settore sta vivendo un passaggio da eventi aziendali tradizionali alla costruzione di eventi più interdisciplinari, che trasmettono i messaggi dei brand ad un pubblico su diversi livelli e che dipendono da un supporto tecnologico, così da creare esperienze memorabili che i partecipanti ricorderanno a lungo, anche successivamente all'evento stesso.

"Come con le precedenti tendenze, l'obiettivo è quello di costruire un'esperienza" – afferma **Judy Hou**. "Un evento può essere un'opportunità di business estremamente importante e la nuova tipologia di evento tecnologico è un driver principale nella rivoluzione dell'evento, perché permette al pubblico di partecipare attivamente alla discussione e condividere immagini dal vivo tramite piattaforme online. La tendenza è quella di re-interpretare le opportunità di networking tradizionali, passando da interazioni faccia a faccia a spazi digitali più mirati".

Le novità nella gestione delle entrate

Un tema finanziario spesso quotato nel mondo dell'ospitalità è la gestione delle entrate. La gestione delle entrate non bilancia solo i costi e i profitti di un'operazione di un hotel, ma cerca anche di massimizzare il guadagno attraverso tariffe flessibili e ottimizzando l'efficienza del personale. Questo avviene garantendo un alto tasso di occupazione e un elevato ricavo per camera così da raggiungere il miglior fatturato possibile.

Un modo per massimizzare i profitti per camera è quello di incoraggiare gli ospiti a prenotare direttamente attraverso l'hotel invece di ricorrere ad un'agenzia. Una delle sfide maggiori che gli hotel si trovano ad affrontare è proprio con le agenzie di viaggi online (OTA), tra cui i siti peerreviewed, che spingono verso il basso la redditività vendendo camere a prezzi inferiori.

"I programmi di Glion offrono corsi di laurea in business con focus sull'ospitalità, e i nostri studenti scelgono specializzazioni per sviluppare la propria expertise in discipline fondamentali per l'ospitalità, come quella in Finanza Real Estate o in Revenue Management" – spiega **Judy Hou**. "Questo percorso insegna agli studenti l'arte della finanza e del revenue management: come bilanciare i costi e i profitti delle operazioni di hotel, come ricercare e pianificare iniziative immobiliari e come gestire patrimoni immobiliari e portafogli, oltre alle altre competenze di gestione finanziaria".

• La formazione per chi sta già facendo un percorso professionale

Le opportunità di lavoro nel campo dell'ospitalità non sono sempre lineari. Molti professionisti non laureati iniziano a costruire il proprio percorso con l'esperienza e il duro lavoro. Tuttavia, spesso raggiungono un punto fondamentale del management dove l'avanzamento di carriera è lento per chi non possiede una laurea. Glion offre un MBA flessibile, per i professionisti non laureati o per coloro che vogliono dare una svolta alla propria carriera, che può essere completato nel campus, online o con una combinazione delle due possibilità. Questa flessibilità consente ai professionisti dell'ospitalità di rimanere occupati e completare i corsi nel proprio tempo, o prendere singoli moduli per guadagnare un certificato di dirigente e ampliare le proprie prospettive di carriera.

"Come educatori della gestione dell'ospitalità, dobbiamo monitorare non solo le tendenze emergenti del settore alberghiero, ma guardare anche all'aspetto dell'istruzione superiore" – conclude **Judy Hou**. "Secondo il dipartimento dell'educazione americano del <u>National Center for Education Statistics</u>, negli Stati Uniti circa il 38% degli studenti universitari iscritti nel 2012 è stato di età compresa tra 25 anni e più, e il 32% è stato impiegato a tempo pieno. La quota di studenti over 25 registrerà un ulteriore aumento del 23% entro il 2019. Insieme ai nostri partner del settore, Glion mantiene un occhio attento sul settore dell'ospitalità e monitora sviluppi e innovazioni. Come educatori, dobbiamo anche tenere traccia delle mutevoli esigenze dei nostri studenti e adattarci al variabile panorama formativo. Bilanciare queste aspettative illustra il complesso approccio di Glion nel preparare gli studenti ad avere successo nell'industria dell'ospitalità, oggi in continua evoluzione".

Ufficio Stampa: PR & Go Up Communication Partners

Chiara Borghi – Email: chiara.borghi@prgoup.it- Tel. +39 345 6556139 Sarah Pari – Email: sarah.pari@prgoup.it - Tel: +39 335 7823369

Glion Institute of Higher Education

Glion Institute of Higher Education è un istituto privato di formazione universitaria con sede in Svizzera, specializzato nell'offerta di corsi per neo diplomati, laureati e professionisti. Glion è accreditato al livello dalla universitario New England **Association** of Schools and Colleges, Inc. Commission on Institutions of Higher Education (CIHE) della New England Association of Schools and Colleges, Inc. (NEASC: www.neasc.org) e offre una formazione di eccellenza nei settori Hospitality, Tourism, Event, Sport e Entertainment Management. Il corpo studenti comprende più di 1600 allievi di 90 diverse nazionalità. Il prestigioso corpo docenti annovera 85 membri tra professori permanenti, impegnati full-time o part-time, e lettori in visita. Glion è parte del network Laureate Hospitality Education, una rete di istituti di alta formazione leader nel settore dell'hospitality management.

Ulteriori informazioni sono disponibili sul sito <u>www.qlion.edu</u>.