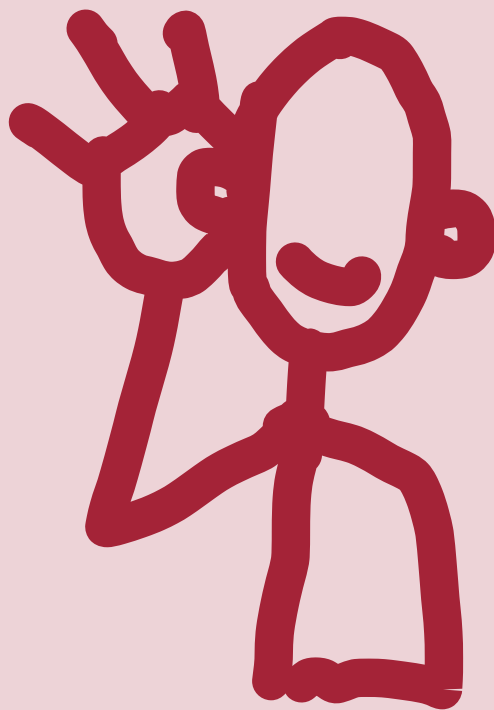




Punt d'Informació
Turística

MANUAL DE BONES PRÀCTIQUES D'ATENCIÓ AL VISITANT

Programa Punts d'Informació Turística

1. El Programa Punts d'Informació Turística

2. La importància de l'atenció al visitant en el turisme

3. Per a què serveix el document que teniu a les mans?

4. Com ha de ser la interacció amb els visitants?

- 4.1 Salutacions i comiats
- 4.2 Cortesia i respecte
- 4.3 Comunicació clara i efectiva
- 4.4 Personalització de la interacció
- 4.5 Empatia
- 4.6 Escolta activa

5. Coneixem bé el nostre servei i el nostre entorn?

- 5.1 Formació contínua
- 5.2 Actualització d'informació i resolució de dubtes freqüents
- 5.3 Ús d'eines i recursos

6. Com resollem les incidències amb èxit?

- 6.1 Solució de problemes
- 6.2 Gestió de situacions difícils
- 6.3 Seguiment post-resolució

7. La comunicació multicanal

- 7.1 Presencial
- 7.2 Telèfon
- 7.3 Correu electrònic
- 7.4 Whatsapp o xats en línia
- 7.5 Xarxes socials

8. L'opinió dels visitants i la millora contínua

- 8.1 Recull de les opinions dels visitants
- 8.2 Implementació de les millores identificades

9. Annexos

- Informació Turística
- Càpsules de formació

1

El programa Punts d'Informació Turística (PIT)



Punt d'Informació
Turística

Des de 2013, a la província de Barcelona, existeix el **Programa anomenat Punts d'Informació Turística (PIT)**, liderat per la Gerència de Serveis de Turisme de la Diputació de Barcelona, que s'implanta al territori a través de les àrees de turisme de cada comarca (organismes comarcals turístics).

Els Punts d'Informació Turística ajuden a complementar el servei d'atenció i informació al visitant que ofereixen les Oficines de Turisme, millorant la cobertura i la qualitat de la informació turística que s'ofereix al territori.

Aquest programa formatiu aglutina, a la província de Barcelona, a més de 600 establiments, distingits com a PIT, tant públics com privats, que es formen constantment per conèixer millor l'oferta turística de la seva comarca.

El programa va dirigit als serveis turístics que tenen interès en oferir un servei d'informació turística de qualitat, donant un valor afegit als serveis que ja ofereixen i creant sinergies de treball amb la resta d'agents turístics territorials.



Vídeo explicatiu del PIT.

1

El programa Punts d'Informació Turística (PIT)

Els objectius del programa Punts d'Informació Turística són:

objectius
↳

- Generar relació entre els agents turístics d'una comarca.
- Generar un major coneixement dels serveis i recursos turístics existents.
- Millorar l'experiència i la satisfacció dels visitants.
- Consolidar la imatge de destinació cohesionada i estructurada.
- Augmentar la percepció de fiabilitat i seguretat de l'oferta turística per part dels visitants.
- Millorar el posicionament de la destinació i fidelitzar els visitants.

2

La importància de l'atenció al visitant en el turisme



L'activitat turística implica la reserva i consum de serveis de diferent tipologia. Aquests serveis estan oferts per unes persones i són consumits per unes altres persones de manera que hi ha sempre (o gairebé sempre) una **alta interacció entre els proveïdors de serveis (hostes) i els visitants**. Aquesta interacció és part fonamental de l'experiència i de la satisfacció del visitant.

La interacció entre visitant i el proveïdor de serveis és més present i és més important que en d'altres relacions comercials, de manera que **una bona atenció és una part indispensable per tenir una experiència turística de qualitat que permeti enfortir la relació amb els visitants i fidelitzar-los**.

En el turisme, l'atenció consta de diversos estadis ja que comença abans que el visitant arribi a la destinació o a l'establiment (inspiració, reserva, informació) i dura quan el visitant ja ha pagat i marxat (record, fidelització).

Els diferents estadis de la relació entre els proveïdors de serveis turístics (territori, serveis públics i empreses) i els visitants han de ser eficients i satisfactoris i per això cal tenir en compte multitud d'elements que hi intervenen.

3

Per a què ha de servir aquest manual que teniu a les mans?

El manual que teniu a les mans us donarà **eines per tenir una millor relació amb els visitants tenint en compte les diferents tipologies d'empreses/entitats que formeu part del programa Punts d'Informació Turístic.**

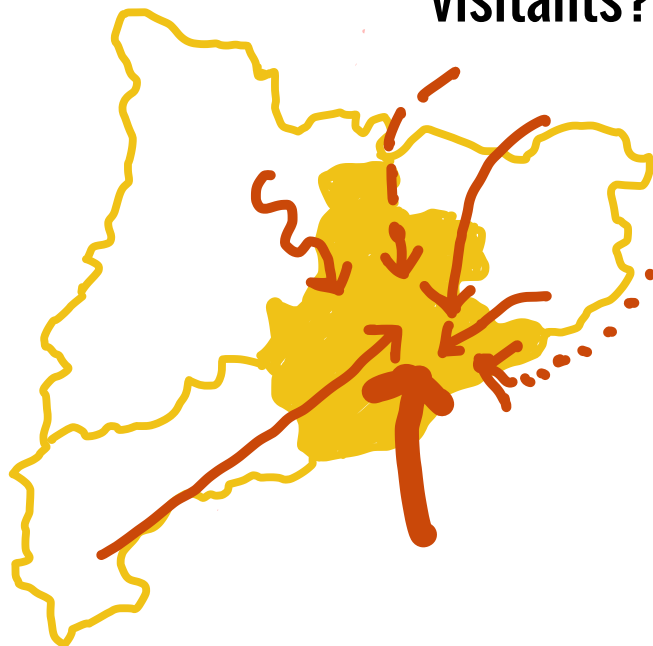
El manual us donarà elements a tenir en compte per interaccionar amb els visitants de forma eficient de manera que la relació sigui satisfactòria per totes les parts i permeti la **repetició i la recomanació.**

El document també ha de servir per ajudar en la formació dels nous treballadors que pugueu tenir al vostre establiment de manera que tinguin aquesta base de com fer una bona atenció als visitants, , sigui quin sigui el canal de comunicació i de relació que s'estigui utilitzant.



4

Com ha de ser la interacció amb els visitants?



Hi ha diversos aspectes que cal tenir presents sempre que interaccionem amb un visitant en la nostra empresa/destinació turística. Són aspectes de les relacions humanes que ja teniu en compte de forma natural però que cal recordar perquè són molt importants perquè l'experiència del visitant sigui satisfactòria i vulgui tornar i/o ens recomani.

Mostrar **cortesia i respecte** en cada interacció és clau per a una experiència positiva, ja que ajuda a crear vincles de confiança, augmenta la satisfacció del visitant i millora la imatge de l'empresa.

La cortesia i el respecte poden semblar universals però segons la procedència dels visitants hi ha elements diferencials que s'hauran de tenir en compte. Així, per exemple, un visitant asiàtic té un espai vital més ampli i utilitza menys el contacte físic que un visitant de la conca mediterrània. Igualment el to que s'utilitza en una primera conversa (parlar de vostè o "tutejar") pot variar segons el segment de població a qui ens dirigim, la seva procedència, l'edat, etc. La formalitat de la relació és un element que cada entitat/empresa pot tenir en consideració segons la política pròpia (con a tret diferencial o particular).

4.1 SALUTACIONS I COMIATS

Les salutacions i comiats són essencials per crear una bona impressió i mantenir una relació professional i cordial amb els visitants.

Alguns exemples de salutacions i comiats adequats en català, que cal adaptar a l'estil de cada establiment (pot ser més o menys formal però sempre educat).

4

Com ha de ser la interacció amb els visitants?



Exemples de salutacions

-Bon dia/Bona tarda/Bona nit –
(Segons l'hora del dia.)

-Hola, com puc ajudar-lo/la? /
Hola, en què el/la puc ajudar?

-Benvingut/da a [nom de l'empresa], com el/
la puc ajudar?

-Gràcies per contactar amb [nom de
l'empresa], com eel podem ajudar?

-És un plaer parlar amb vostè.
Com el/la puc ajudar?

-Ens alegra rebre la seva consulta.
En què li podem ser útils?

Exemples de comiats

-Gràcies per la seva confiança, que tingui un bon dia.

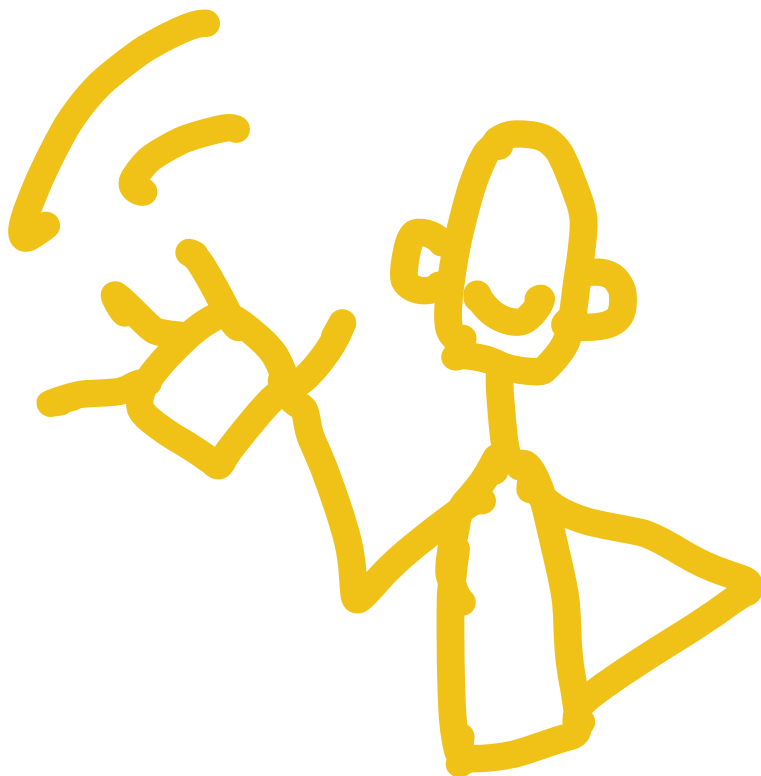
-Restem a la seva disposició per qualsevol dubte.
Que tingui una bona tarda.

-Ha estat un plaer ajudar-lo/la. Fins aviat.

-Gràcies per contactar amb nosaltres. Si necessita/es
més informació, no dubti/s en trucar-nos.

-Que passi un bon dia i no dubti a tornar a
contactar-nos si té cap altra consulta.

-Restem a la seva disposició per a qualsevol altra
consulta futura. Gràcies.



4.2 CORTESIA I RESPECTE

La cortesia i el respecte són fonamentals per establir relacions de confiança i mantenir una bona reputació empresarial.

Cal utilitzar un llenguatge formal i respectuós (sempre és millor utilitzar un llenguatge formal quan es parla amb visitants, especialment si no es coneixen personalment. Cal evitar l'ús d'expressions informals o massa familiars, i dirigir-se al client amb educació.

Exemple: *"Senyor/Senyora [cognom], moltes gràcies per la seva paciència. Em permet uns moments per verificar la informació, si us plau?"*

Cal donar les gràcies. Agrair al visitant és essencial per demostrar apreciació i reconeixement, fins i tot si la situació és complexa o no del tot positiva.

Exemple: *"Gràcies per la seva comprensió i per donar-nos l'oportunitat de millorar el nostre servei."*



Vídeo exemple sobre l'atenció presencial
versus l'atenció telefònica amb serveis turístics i visitants reals.

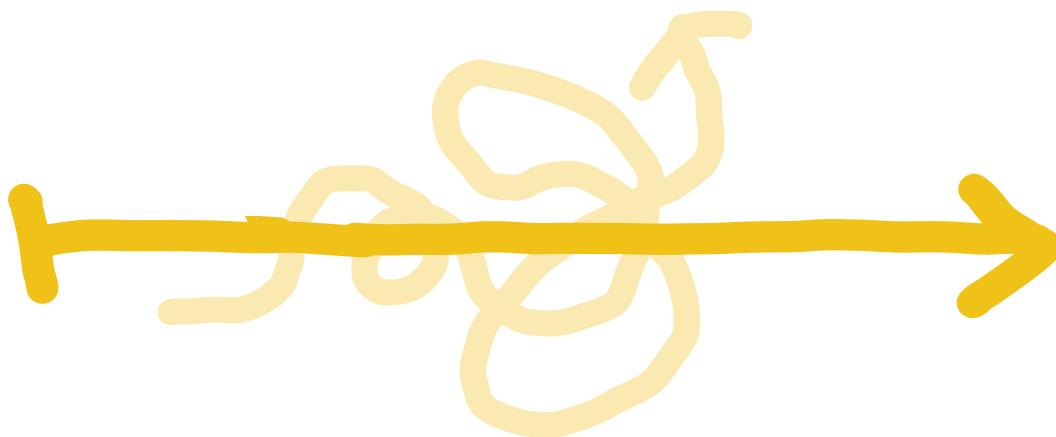
4.3 COMUNICACIÓ CLARA I EFECTIVA

Cal fer preguntes de manera respectuosa. En lloc de sonar brusc o impositiu, fes preguntes de manera que transmetin interès i voluntat d'ajudar.

Exemple: *"Podria, si us plau, donar-me més informació perquè pugui ajudar-lo/la millor?"*

Cal complir amb els compromisos. Si li diem al visitant que li proporcionarem informació o una solució, hem d'assegurar-nos de fer-ne el seguiment i que el que vàrem dir sigui una realitat.

Exemple: *"Com li vaig dir/comentar/prometre, m'he assegurat que la seva sol·licitud està sent processada. Si necessita més informació, no dubti a contactar-nos."*



4.4 PERSONALITZACIÓ DE LA INTERACCIÓ

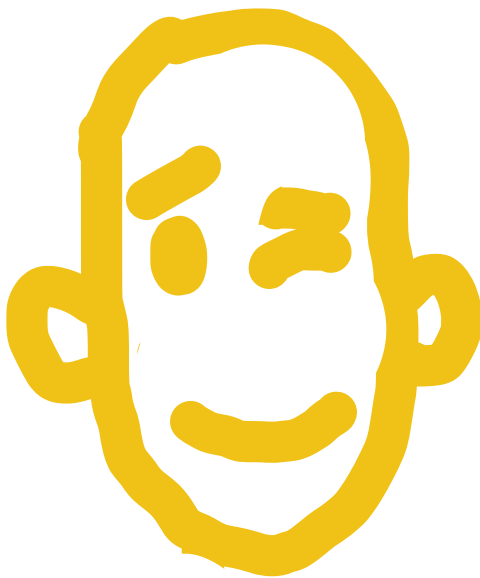
- **Evitar responsabilitzar el client**

Fins i tot si el visitant ha comès un error, cal evitar fer-lo sentir culpable i és millor centrar-se en la solució.

No és important centrar-se en el problema sinó que cal centrar-se en trobar la millor manera per resoldre'l que sigui satisfactòria per les dues parts.

Exemple: *"Potser hi ha hagut un malentès, però no es preocupi, ho resoldrem desseguida."*





4.5 EMPATIA

Quan un visitant expressa una queixa o un problema és important mostrar empatia per la seva situació.

Exemple: *"Lamento molt la situació en què es troba. Farem tot el possible per ajudar-lo/la a resoldre-ho."*

- **Reconeixement de les emocions del visitant**

Quan un visitant està enfadat o frustrat, reconèixer les seves emocions és una mostra de respecte i pot ajudar a calmar la situació.

Exemple: *"Entenc que aquesta situació pot ser frustrant per a vostè i farem tot el que sigui possible per solucionar-ho ràpidament."*

- **Evitar parlar en un to autoritari**

Fins i tot quan expliquem les polítiques o normatives de l'empresa, el to ha de ser educat i empàtic.

Exemple: *"Segons la nostra política, actualment no és possible, però m'agradaria oferir-li una alternativa que potser serà del seu interès."*



4.6 ESCOLTA ACTIVA

L'escolta activa és una habilitat de comunicació essencial que implica intentar posar-nos al lloc de l'altre i comprendre el que hi ha darrere del que es diu.

És important demostrar que escoltem atentament el que el visitant diu, sense interrompre'l i mostrant interès en les seves necessitats o preocupacions.

L'escolta activa requereix escoltar a la persona que ens està parlant sense interrompre, mostrant interès amb el que diu no només assentint amb paraules sinó també amb el cos (expressió del cos i de la cara), fent preguntes quan calgui i resumint al final per assegurar-nos que s'ha entès bé el missatge.

Exemple: *"Entenc perfectament el que ens comenta, permeti'm veure com ho podem solucionar."*

L'escolta activa millora la relació entre persones ja que evita que hi hagi malentesos, genera confiança, respecte i comprensió.

5

Coneixem bé el nostre servei i el nostre entorn?



Els serveis turístics que formen part del programa Punts d'Informació Turística (PIT) tenen una placa que els identifica com a tals i això motiva que hi hagi visitants que s'hi adrecin amb consultes vinculades a l'oferta turística. Així, per tal de donar un bon servei, cal poder informar i orientar a aquests visitants quan requereixen informació concreta de l'entorn.

5.1 FORMACIÓ CONTÍNUA

La participació al PIT garanteix una formació contínua per tal de conèixer millor l'oferta turística de la comarca. La participació en les sortides del programa ajuden a conèixer recursos i serveis turístics, noves propostes, etc.

Aquest coneixement és vital per tal de poder informar millor als visitants i fer les recomenacions més adequades.



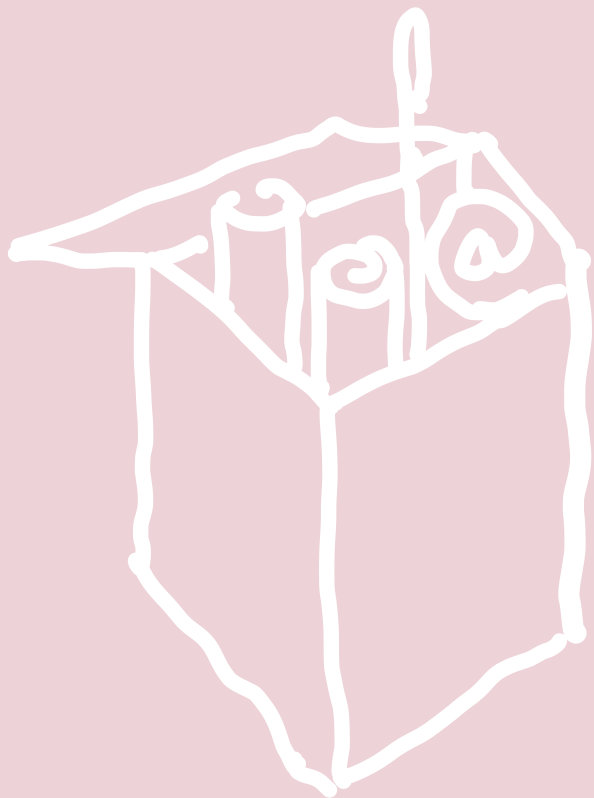
Vídeo exemple sobre el coneixement del nostre propi servei i del nostre entorn, amb serveis turístics i visitants reals.



5.2 ACTUALITZACIÓ D'INFORMACIÓ I RESOLUCIÓ DE DUBTES FREQUENTS

El Manual de l'Amftrió és una eina de què disposen els membres del programa, que permet respondre preguntes concretes que puguin tenir els visitants en relació a un servei turístic determinat.

Hi ha preguntes freqüents que ja es poden tenir preparades prèviament, en funció de cada comarca i de la ubicació on es trobi el PIT. Sovint són preguntes referents a un recurs proper visitable o peticions de recomenacions d'un lloc per anar a menjar, d'una ruta per anar a caminar, d'una activitat per a fer amb nens... i elements més concrets com ara horaris, si accepten gossos, si es pot pagar amb targeta, agenda d'activitats (què puc fer avui a la tarda...), etc.



5.3 ÚS D'EINES I RECURSOS

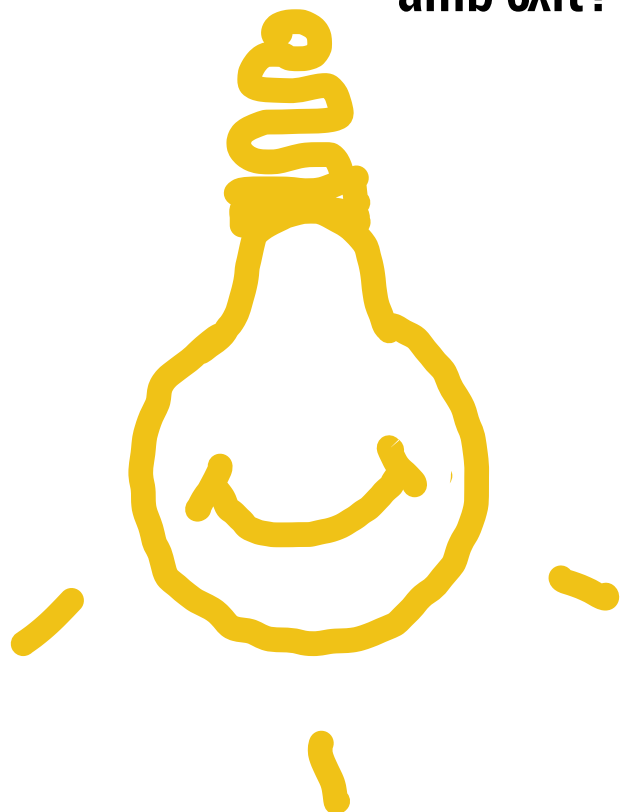
A banda de la formació contínua, de les sortides de familiarització i del Manual de l'Amfitrió, cal tenir a l'abast totes aquelles eines que poden ajudar a resoldre dubtes del visitant de forma ràpida i àgil, com per exemple la web turística de la comarca.

Saber d'on treure la informació necessària és important, però també ho és conèixer prèviament l'eina (en el cas d'una web haver-hi navegat) per saber a on és la informació que necessitem i localitzar amb certa facilitat i rapidesa.

Actualment hi ha moltes eines a l'abast que poden ajudar a trobar la informació que requereix el visitant: calendari d'esdeveniments o agenda, webs específiques dels recursos turístics principals, aplicacions mòbils amb propostes de rutes, mapes o fullets editats, guies editades en paper o en línia ... Una bona manera de tenir a ma els recursos necessaris d'informació pels visitants és disposar d'un racó amb informació consultable i organitzada i actualitzada. Aquest racó és especialment útil si es tematitza segons la tipologia de visitant que tingui cada establiment.

6

Com resollem les incidències amb èxit?



6.1 SOLUCIÓ DE PROBLEMES

La solució de problemes o incidències és clau per garantir una experiència positiva dels visitants i fidelitzar-los. Per a poder resoldre un determinat problema o incidència cal tenir en compte alguns elements:

- **Escolta activa i empatia:** cal escoltar atentament el problema plantejat sense interrompre i cal posar-se en el lloc de la persona que té el problema i intentar entendre la situació des de la seva perspectiva.

Exemple: *"Entenc que aquesta situació és frustrant per a vostè. Permeti'm ajudar-lo.»*

- **Verificació del problema i proposta de solucions:** cal primer fer preguntes aclaridores per entendre bé quin és el problema o la incidència i una vegada s'ha verificat i entès, cal plantejar solucions realistes. Cal proposar una o diverses solucions realistes i adaptades a la situació, cal ser transparent sobre el que podem o no podem fer i si no podem resoldre el problema de forma immediata cal informar sobre els passos que se seguiran per a resoldre-ho.

Exemple: *"Podem oferir-li un reemborsament de la seva reserva o podem oferir-li una altra habitació de les mateixes característiques en una altra part de l'establiment. Quina opció prefereix?"*

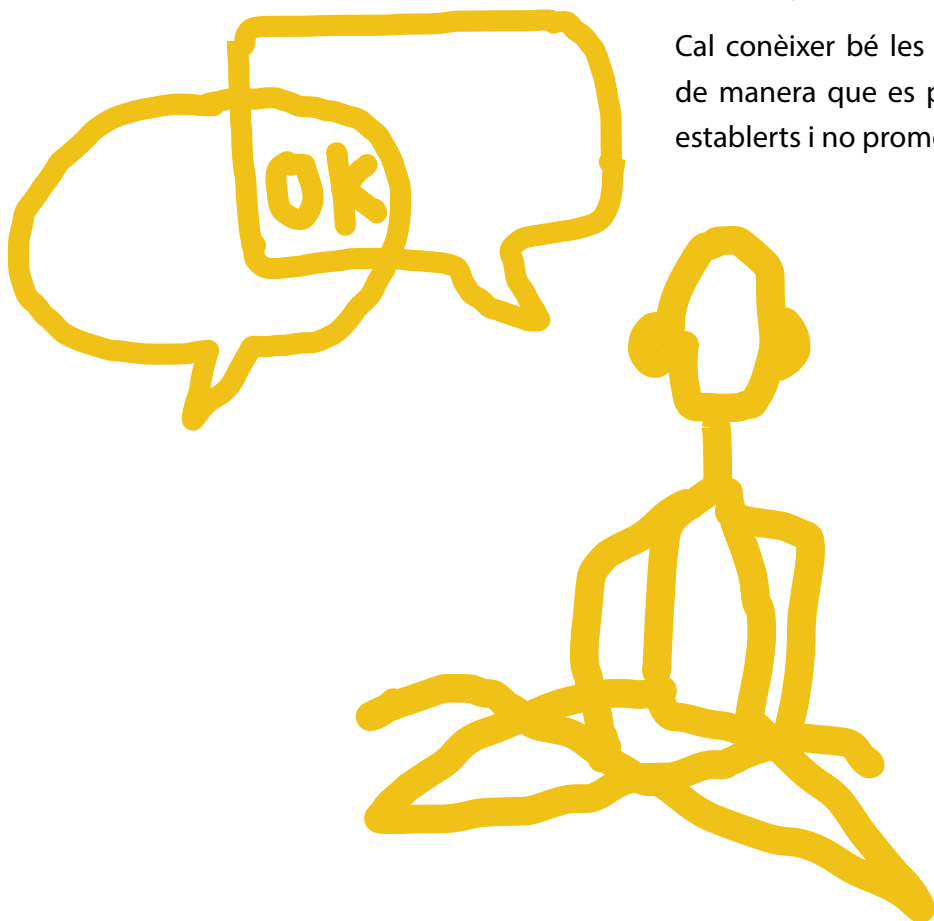


Vídeo exemple sobre la resolució de queixes amb serveis turístics i visitants reals.

6.2 GESTIÓ DE SITUACIONS DIFÍCILS

Sempre que es presenta una situació difícil és important mantenir la calma (encara que el visitant estigui enfadat és important mantenir una actitud professional i tranquil·la, escoltar la queixa o el problema i actuar). Cal adaptar el nostre to de manera que si el visitant està enfadat la resposta sigui en un to tranquil i empàtic.

Cal conèixer bé les polítiques de l'empresa per la resolució de situacions difícils de manera que es puguin oferir solucions basades en la realitat dins dels límits establerts i no prometre alguna cosa que no sigui factible.



6.3 SEGUIMENT POST-RESOLUCIÓ

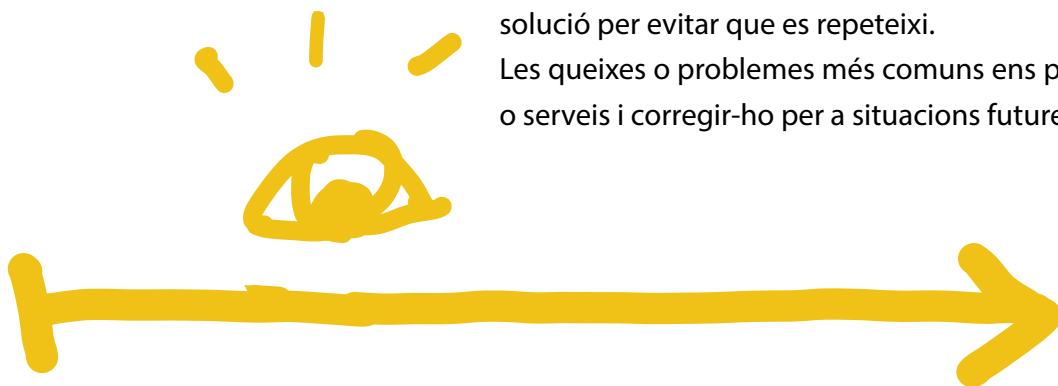
Quan es presenta una situació de conflicte amb un visitant, ja sigui perquè el servei rebut no ha estat el que esperava o perquè alguna cosa ha fallat, és important implementar solucions el més ràpid possible i fer-ne seguiment.

Cal comprovar la satisfacció del visitant preguntant si la solució ha satisfet les seves expectatives i oferir ajuda addicional si és necessari.

Exemple: «Hi ha alguna altra cosa amb què el podem ajudar avui?»

La resolució de problemes i el seguiment adequat permet construir relacions a llarg termini amb el visitant. A més, la resolució de problemes ens dona una oportunitat per aprendre i per millorar el nostre servei. Cal que documentem el problema i la solució per evitar que es repeteixi.

Les queixes o problemes més comuns ens permeten establir millores en processos o serveis i corregir-ho per a situacions futures.



La comunicació multicanal

7

Les respostes ràpides i personalitzades generen confiança i el temps de resposta és important i varia segons el canal.



La **comunicació multicanal** consisteix a utilitzar diferents canals per interactuar amb els visitants, de manera que hi hagi una relació fluida i útil independentment del mitjà que es faci servir.



El fet de disposar de diversos canals de relació amb el visitant és una manera d'ampliar els punts de contacte i adaptar-se a les seves preferències ja que cada visitant pot escollir la manera més còmode per comunicar-se i es pot arribar a més segments de població.



Les respostes ràpides i personalitzades generen confiança de manera que cal tenir-ho en compte. El temps de resposta és important i varia segons el canal que utilitzem.

Trucar diverses vegades a un telèfon d'informació i que ningú respongui, enviar un correu electrònic que no té resposta durant dies, són exemples negatius d'una comunicació que no funciona i que pot derivar en la pèrdua d'un visitant potencial.



S'ha de tenir en compte que cada canal té unes característiques i unes expectatives de resposta diferents, però la informació ha de ser consistent de manera que, malgrat el canal canviï, la informació que es faciliti sigui sempre la mateixa.



Vídeo exemple sobre la comunicació multicanal amb serveis turístics i visitants reals.



horaris d'atenció
al client

7.1 Presencial

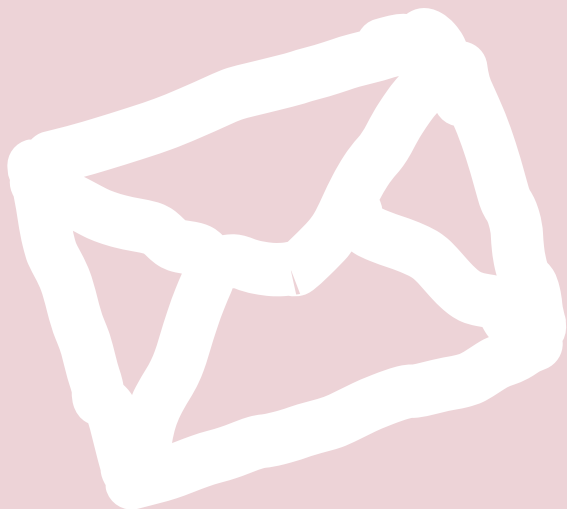
La comunicació presencial és el canal de comunicació tradicional per excel·lència. En l'atenció presencial és important **l'aspecte, la postura, l'expressió facial, la veu i l'entonació** de la persona que atén. Cada empresa/servei ha de tenir el seu to de comunicació i decidir com s'adreça als seus visitants. En general es recomana adreçar-s'hi de vostè si no hi ha una relació prèvia.

Pel que fa al servei, és important que hi hagi una informació dels horaris d'atenció que siguin clars i visibles i que tinguin la màxim consistència possible en el temps (els menors canvis possibles en els horaris d'atenció).

7.2 Telèfon

En la comunicació per telèfon, és important que qui rep la trucada s'identifiqui i digui el nom de l'empresa/servei turístic a on treballa. En aquest cas **la veu, l'entonació i la capacitat d'expressió** són elements importants a tenir en compte per una bona atenció.

A més, cal disposar d'un sistema de contestador automàtic que reculli els missatges quan algú truca fora de l'horari d'atenció. Cal tornar les trucades o respondre els missatges en la major brevetat possible (aquesta rapidesa pot ser crucial a l'hora de no perdre un potencial visitant).



7.3 Correu electrònic

L'avantatge de la comunicació per correu electrònic és que és fàcil conservar les converses com a registre i permet tractar qüestions complexes amb explicacions clares. El to del missatge ha de ser professional, però accessible sense paraules complicades perquè el receptor el pugui entendre fàcilment. Cal que a la signatura del correu hi hagi les dades del qui l'envia (nom, càrrec, empresa/entitat, telèfon).

És important tenir en compte que el temps de resposta d'un correu electrònic hauria de ser menys de 24 h. Si no es pot oferir resposta en aquest temps, cal informar al visitant sobre el temps estimat per resoldre la seva consulta/petició/reserva.

Els errors més comuns en la gestió de la comunicació per correu electrònic són tardar massa en respondre, no fer-ho de forma personalitzada (enviar una resposta genèrica) i no oferir solucions al que el visitant demana (deixar el tema obert sense concreció).



7.4 Whatsapp o xats en línia

Avui en dia la comunicació per whatsapp és una part important de l'atenció al visitant ja que és una eina que permet una comunicació personalitzada i molt àgil. Per això mateix, però, cal gestionar-ho de forma adequada ja que el temps de resposta esperat és molt menor que el d'un correu electrònic.

La immediatesa i la personalització són les dues grans avantatges d'aquesta comunicació, però quan parlem d'atenció al visitant cal definir uns horaris d'atenció (configurant un missatge que digui l'horari) i un marc de temps de resposta (a ser possible menys de 12h, idealment en pocs minuts o hores).

És important mantenir un to professional, revisar els missatges per no fer faltes d'ortografia i no abusar de les emoticones.



Es important només tenir aquelles xarxes socials que vulguem/puguem gestionar de forma correcta. Es millor no tenir una xarxa social que tenir-la mal cuidada.

7.5 Xarxes socials

Actualment, hi ha diverses xarxes socials que s'utilitzen en l'àmbit del turisme i cada xarxa funciona de manera diferent. En conseqüència, s'adreça o abarca un segment de població diferent i en conseqüència el to i alguns detalls poden variar lleugerament.

De forma genèrica, però, les xarxes socials són una eina de comunicació i d'atenció al visitant que permet resoldre dubtes i gestionar queixes en un espai públic i visible.

Tant els comentaris o preguntes com les nostres respostes es veuen públicament i això pot ajudar a potenciar la marca de l'establiment/destinació si es gestiona de forma correcta.

És una comunicació ràpida, bidireccional i pública i com a tal cal respondre sempre de forma educada, sense faltes d'ortografia i en un marge de menys de 12 h, idealment en poques hores.

Cal respondre tan els missatges positius com els negatius i, en el segon cas, cal contestar una sola vegada i no entrar en una conversa tòxica.

Si el missatge que ens escriuen és un tema delicat, cal contestar públicament però derivar la resposta cap a un àmbit privat.

Exemple: «*Envia'ns un DM amb més detalls i et donarem una solució ràpida.*»

L'opinió dels nostres visitants i la millora contínua



Conèixer l'opinió dels visitants és important per saber què hem de millorar del nostre servei/destinació. Les opinions i propostes que ens puguin fer ajudarà a identificar punts febles, àrees de millora i podrem posar-hi remei.

El fet de preguntar al nostre visitant i millorar la nostra oferta en relació a les propostes és, també, una manera d'establir una relació de confiança amb el visitant que pot ajudar a fidelitzar-lo. Per fer-ho, però, hem de comunicar les millores que implementem gràcies als suggeriments rebuts.

8.1 RECULL DE L'OPINIÓ DEL VISITANT

Per tal de poder recollir les opinions hi ha diverses eines: enquestes (en paper o en línia), ressenyes, xats en línia, conversa presencial o trucada, i també un espai físic (bústia) per a poder-hi posar suggeriments per part dels visitants. No es tracta només de saber si el visitant valora positivament l'experiència sinó establir un diàleg per poder detectar aquells espais de millora del nostre servei/destinació.

A partir de tenir definit el mètode per recollir l'opinió del visitant, cal establir també la periodicitat d'avaluació i analitzar les propostes de millora per veure quines es poden implementar i com fer-ho.

A banda de les opinions o suggeriments recollits dels visitants pel mètode que haguem decidit, també cal monitoritzar les ressenyes i opinions publicades que puguin generar-se en xarxes socials o espais "online" i fer-se'n responsable i actuar en conseqüència..



Video exemple sobre com recollir i implementar suggeriments, amb serveis turístics i visitants reals.



8.2 IMPLEMENTACIÓ DE LES MILLORES IDENTIFICADES

Per implementar les millores o resoldre les queixes que puguin arribar a través del canal/s que s'hagin decidit, cal prioritzar les que tenen més impacte en la satisfacció del visitant i ser el més ràpids possibles en la implementació i comunicació posterior.

Exemple: *"Gràcies als vostres suggeriments, hem canviat l'horari de la piscina i ara és de 8 a 20 h»*

La millora contínua és una estratègia d'adaptació als canvis en qualsevol empresa/destinació. En el cas del turisme i per satisfer les expectatives del visitant, és important fomentar internament la cultura de millora constant i fomentar un entorn obert al canvi i a la innovació. Per a fer-ho possible cal revisar sovint els nostres serveis i permetre que qui ens visita participi activament en la proposta de millores.



ANNEX

Punts d'Informació Turística

www.diba.cat/web/turisme/punts-informacio-turistica

Per a més informació turística del territori

Alt Penedès: www.penedesturisme.cat

Anoia: www.anoiaturisme.cat

Bages: www.bagesturisme.cat

Baix Llobregat: www.turismebaixllobregat.com

Berguedà: www.elbergueda.cat

Garraf: www.garrafturisme.cat

Maresme: www.turismemaresme.cat

Moianès: www.moianesturisme.cat

Osona: www.osonaturisme.cat

Vallès Occidental: www.visitvalles.com

Valles Oriental: www.turismevalles.com

Càpsules de formació



