

Libri Di Testo Alberghiero

Ti piacerebbe trasformare il tuo sogno in realtà? La buona notizia è che puoi. La buonissima è che dipende tutto da te! Quando si parla di ospitalità e ristorazione il primo pensiero nell'immaginario collettivo è quello di un bar su una spiaggia bianca all'ombra di una palma. Più che un lavoro appare come uno stile di vita e quasi sempre in questa fotografia immaginaria mancano i clienti, il sudore, la fatica e il fatto che bisogna pur guadagnare per vivere! In questo libro si parla di desideri concreti e di sogni che vengono trasformati in obiettivi. Se tu fossi sicuro di poter tramutare il tuo sogno in realtà saresti disposto a intraprendere il viaggio? Preparati, perché qualunque sia il tuo obiettivo, questo manuale ti darà la mappa per raggiungerlo, grazie a quattro tappe intermedie: capirai quali capacità dovrai sviluppare; scoprirai come esternare nel modo migliore le tue qualità; acquisirai le strategie per essere più efficace e persuasivo durante la tua comunicazione; incrementerai la sicurezza in te stesso permettendo alle persone di fidarsi di te - il primo passo per educare i tuoi clienti ad acquistare ciò che tu sai sia meglio per loro. Quattro tappe determinanti e fondamentali per vivere il tuo percorso in modo appassionante, sicuro e divertente. Preparati a proiettare l'immagine di te nel futuro. Comincia oggi a plasmarlo come meriti. Ascolta già il richiamo del successo, perché se puoi immaginarlo puoi anche vederlo, sentirlo, viverlo. Buon viaggio...

Perché qualcuno dovrebbe scegliere il mio Hotel piuttosto che quello della concorrenza? Questa è la domanda che ciascun imprenditore e manager alberghiero dovrebbe porsi e a cui dovrebbe saper rispondere, se vuole avere successo in un mercato altamente competitivo quale quello dell'accoglienza turistica. Nell'era internet il Web Marketing viene presentato come la panacea: se vuoi "vendere" il tuo servizio alberghiero devi ottimizzare il tuo sito per i motori di ricerca, devi essere presente sui Meta Motori, sfruttare i Social Media, devi fare ADS su Google o Facebook, ecc. ecc.. Tutto vero! Ma se possiedi una debole identità di marca, hai una reputazione carente, la tua proposta alberghiera non è dotata di valore, non la commercializzi offrendola alla persona giusta nel momento giusto, col prezzo che lui è disposto a pagare e attraverso appropriati canali di vendita, il Web Marketing risulta inutile! Oggigiorno, per fare turismo non basta più avere un bell'Hotel dotato di una bella stanza e un comodo letto; l'ospite del terzo millennio cerca di più: l'esperienza nuova, unica e memorabile! Il tuo Hotel consente all'ospite di vivere un'esperienza in grado di soddisfare questa aspettativa? Il libro si propone quale guida pratica "facile e veloce" per imprenditori e manager alberghieri che vogliono costruire, promuovere e commercializzare una proposta alberghiera di valore che la renda "unica" agli occhi del cliente disposto a pagare di più per averla, consentendo margini più elevati! Nelle 390 pagine del libro, l'autore spiega come: - creare l'identità dell'Hotel e costruirne o rafforzarne la reputazione; - dotare di valore e differenziare il servizio alberghiero; - definire la tariffa di vendita ideale per massimizzare i ricavi; - rimodulare la comunicazione aziendale col fine di vendere; - ottimizzare la gestione dei canali di vendita; - migliorare le relazioni con i clienti; - scoprire chi sono e cosa si aspettano i Clienti potenziali; - trasformare i Clienti potenziali in Clienti fan; - ricercare nuovi mercati e realizzare e gestire la lista di contatti; - formare, motivare e delegare il personale dell'Hotel; - battere la concorrenza e "copiare" i migliori. Volutamente, Giuseppe Picano si è allontanato da una descrizione accademica fatta di termini altisonanti cercando di rendere semplici e comprensibili argomenti apparentemente complessi, avvicinandosi ai casi concreti e all'esperienza fatta in 20 anni a stretto contatto con ogni tipologia di hotel. NOTE SULL'AUTORE Specializzato in Economia e Management del Turismo, da circa venti anni si occupa di consulenza e formazione in Marketing turistico alberghiero per Enti Pubblici e Privati. Ha iniziato a lavorare nel mondo turistico e dell'ospitalità nel 1996, dirigendo un'Associazione di 130 Alberghi che gli ha consentito di comprendere a fondo i problemi, le preoccupazioni, le esigenze degli Hotel e degli Alberghieri. Dopo aver diretto la Divisione Turismo della società Acqua e Terme Fuggi SpA, per la quale si è occupato di Marketing e Organizzazione di Eventi e Congressi, nel 2003 ha deciso di fondare ItaliaMeeting, una società di Consulenza di Marketing e di Organizzazione Eventi per conto di Aziende, Associazioni, Enti e Privati. Ha affrontato innumerevoli problematiche legate all'inadeguato approccio al Marketing di molti imprenditori e dei manager alberghieri; approccio che li condannava ad avere un ricavo di gran lunga inferiore alle potenzialità che esprimevano! Per questa ragione ha deciso di dedicarsi ad aiutare gli Hotel nell'elaborare e nell'implementare la più efficace strategia per avere successo in un mercato così complesso quale quello dell'ospitalità alberghiera.

Dai cristallini fondali dell'Australia alle coste burrascose d'Irlanda, fino nel cuore degli Stati Uniti i romanzi di Emilie Richards hanno il respiro delle grandi saghe familiari. La storia della famiglia Robeson ruota intorno al possesso di una perla preziosissima ma circondata da una leggenda oscura e minacciosa. Quella della famiglia Donaghue è legata a un evento del passato tanto prodigioso quanto inspiegabile. La penna sapiente dell'autrice si manifesta dando corpo a trame ricche di emozioni e personaggi non facili da dimenticare. Storie che hanno davvero il sapore della vita.

Il manuale spiega in modo dettagliato i temi fondamentali della materia, è rivolto ai professionisti, agli appassionati e agli studenti dei corsi di pasticceria. È nato dall'esigenza di avere uno strumento semplice e concreto da usare per l'insegnamento e quotidianamente durante le preparazioni in laboratorio. Al suo interno troverete la descrizione delle materie prime e le tecniche di base per la produzione dolciaria; le caratteristiche sensoriali che devono avere i prodotti di qualità e i consigli per evitare gli errori durante le lavorazioni. Il manuale contiene più di 200 ricette descritte in ogni fase. I capitoli principali sono: gli impasti di base (le paste frolle; le paste sfoglie; la pasta per bignè; le paste montate a base uova e a base grasso; gli arrotolati; le meringhe; le preparazioni croccanti; i croissant; i danesi; le brioche); le creme; le creme leggere; le creme a base di grasso; le creme da forno; le glasse; i semifreddi; i cremosi; le mousse; i dolci fritti; la biscotteria, la panificazione.

[Copyright: 6e990ae5066b36a110d362691bd4a8e1](https://www.amazon.it/dp/B000APR000)