

10 regole di gestione per guide, istruttori, accompagnatori e capi-gita.

di Avalco Travel



Da molto tempo lavoriamo, con soddisfazione, con guide e istruttori. Loro si occupano della gestione tecnica dell'attività (alpinismo, scialpinismo, mountain bike, ecc.) e noi forniamo la logistica. Come risultato delle nostre esperienze, ci sembra utile proporre alcune regole che idealmente la guida o istruttore dovrebbe osservare. Non abbiamo la pretesa di insegnare nulla, ma soltanto teniamo a mettere a fuoco alcuni punti che risultano a volte trascurati. Quelli che seguono sono **modelli di gestione e di comportamento**, non procedure tecniche (queste ultime si dà per scontato che siano già conosciute e applicate correttamente, e del resto noi non siamo qualificati per commentarle). Si tratta di regole che derivano dall'esperienza e dalla conoscenza di pratiche gestionali (oltre che dal buon senso), raramente prese in considerazione nei corsi guide.

#1. Conoscere il cliente – partecipante.

Sembra banale, ma alcuni accompagnatori partono con i partecipanti sapendo poco o nulla di loro. E invece è indispensabile conoscere il meglio possibile chi aderisce al programma, sotto gli aspetti delle capacità tecniche e psicologiche, delle aspettative, e del profilo di rischio. Ciò per assicurare, tra l'altro, la piena **condivisione degli obiettivi** del programma, fattore determinante per la buona riuscita dello stesso. Conoscere il **profilo di rischio** significa sapere quale rapporto rischi/benefici il partecipante è disposto ad assumere, e quale è la sua percezione dei rischi dell'attività. Se il partecipante avesse una percezione distorta dei rischi, questa va corretta tramite un'adeguata informazione, e con strumenti quali il **briefing** prima del programma più un'eventuale esercitazione sul campo, come descritto al punto successivo.

#2. Controllare.

Non si tratta di sottoporre la solita "lista" delle attrezzature, ma di realizzare una serie di controlli e test ben mirati, prima di iniziare il programma. Non solo andranno controllati e provati i materiali, ma

possibilmente la guida proporrà una uscita sul campo prima di partire, per valutare anche le capacità tecniche del partecipante. E' sempre meglio non fidarsi delle sole dichiarazioni.

#3. Insegnare.

Gli istruttori, per definizione, insegnano. Le guide a volte trascurano l'opportunità, durante l'attività, di insegnare le tecniche corrette, i comportamenti nelle diverse situazioni, il riconoscimento dei pericoli e le procedure di sicurezza, o anche semplicemente i piccoli segreti dell'ambiente.

Con l'insegnamento si ottengono molti benefici, tra cui una maggiore motivazione e consapevolezza del partecipante, e una maggiore fidelizzazione per progetti futuri.

#4. Supportare e stimolare.

Il partecipante va supportato nei possibili momenti di difficoltà, anche sul lato psicologico. Non serve insultare chi è lento e meno capace, ma al contrario va aiutato con ogni mezzo. Con l'insegnamento (vedi punto precedente) il partecipante va stimolato a migliorare progressivamente le sue prestazioni nell'attività.

#5. Creare interesse.

L'attività sportiva si svolge in un luogo e in un ambiente che la guida dovrebbe conoscere bene. Se la guida ne rileva alcuni aspetti di interesse anche culturale, l'esperienza dei partecipanti cresce in valore, e resterà un ricordo piacevole e indelebile.

#6. Disporre di una organizzazione adeguata.

La guida deve disporre di un supporto organizzativo e logistico di assoluta affidabilità, in modo da concentrarsi totalmente sul proprio lavoro di accompagnamento e di garante della sicurezza. Attenzione allo "**staffing ratio**", ossia al rapporto guide/clienti, che deve essere ben calibrato in funzione del tipo di attività, dell'ambiente, del livello dei partecipanti. Anche con piccoli gruppi, disporre di due accompagnatori, anziché uno solo, aumenta la sicurezza in misura significativa.

#7. Gestire i rischi

La tradizionale Sicurezza deve lasciare il posto alla moderna Gestione del Rischio, con l'obiettivo non di ridurre i rischi tout-court, ma di ottimizzare il rapporto rischi/benefici.

Una anche elementare **valutazione dei rischi**, come mix probabilistico dei pericoli e delle conseguenze, va messa a fuoco e condivisa con i partecipanti. I rischi maggiori vanno identificati, e con esse le **misure di trattamento** più opportune. Ai partecipanti si dovrà spiegare chiaramente quali sono i **rischi residui**, un elemento sempre presente e mai eliminabile negli sport d'avventura.

Organizzatori, accompagnatori, e gli stessi partecipanti hanno **ruoli e responsabilità** che andrebbero ben definite prima di iniziare il programma.

Per uno studio approfondito e attuale della moderna Gestione del Rischio negli sport outdoor, suggeriamo di consultare [Libertà di rischiare](#) e di seguire gli articoli e aggiornamenti alla pagina facebook [Outdoor Risk Management](#).

#8. Disporre di un piano B.

Nel caso in cui qualcosa non andasse esattamente come previsto, si deve disporre di un piano di riserva . Per i possibili imprevisti di carattere logistico si parla di "**contingency plan**". Per esempio, in un viaggio aereo, una possibilità da valutare è che le attrezzature arrivino il giorno dopo. Un piano di riserva consiste semplicemente nel disporre di un giorno "cuscinetto", prima di iniziare l'attività vera e propria.

Altro esempio: in un lungo raid su ghiacciaio ad alta quota, si saranno previste delle linee di fuga a valle, in caso di maltempo o di malessere di un partecipante.

Nei casi più seri di incidente, si dovrà disporre di un **piano di emergenza**. Si saranno studiate le procedure operative per un eventuale soccorso, il recupero degli infortunati, e le relative cure.

In tutte le situazioni, le **comunicazioni** devono essere sempre garantite ed efficienti.

#9. Non guardare al centesimo di euro.

E' normale tutelare il proprio giusto profitto, ma senza esagerare. Rivalersi sul cliente per un extra non previsto di pochi euro non cambia l'esito del business, ma può compromettere seriamente la buona relazione col cliente.

#10. Applicare la filosofia FISH !

La [filosofia FISH!](#) è nata al mercato del pesce di Seattle negli anni '90 e dovrebbe regolare i buoni rapporti tra fornitore e cliente. Ugualmente si applica nelle relazioni tra accompagnatore e partecipanti. L'approccio FISH è un modello comportamentale basato su 4 punti chiave:

- 1) **"Be present"**: la guida sarà sempre al fianco del cliente, per supportarlo in ogni momento. La guida non è un elemento estraneo, ma un vero compagno d'avventura di cui avere totale fiducia.
- 2) **"Choose your attitude"**: l'accompagnatore dovrà mostrarsi positivo, sempre. Un atteggiamento aperto e positivo favorisce la comunicazione, riduce lo stress, aumenta il grado di motivazione e aiuta a risolvere gli eventuali problemi.
- 3) **"Play"**: il bravo accompagnatore quasi "gioca" nel suo lavoro. Intrattiene i partecipanti, e con la propria allegria mostra il piacere di stare insieme, ma anche il controllo di quello che si sta facendo.
- 4) **"Make their day"**: l'arte dell'accompagnamento sta anche nell'andare oltre le aspettative del partecipante, rendendo la sua esperienza unica. Il partecipante deve restare sorpreso, e non soltanto soddisfatto. Fate in modo che si senta un po' protagonista. Per esempio, in una gita scialpinistica, ogni tanto fategli aprire la traccia sulla neve vergine, se non ci sono pericoli particolari. Un'associazione di guide americane ha come regola interna di lasciare al cliente la soddisfazione di arrivare per primo in vetta, se i criteri di sicurezza lo consentono.



In viaggio con Avalco Travel:
dal 2006 logistica su misura per guide e istruttori