Capacitación en Servicios para Huéspedes "Superior al Mejor"

Módulo 1
Servicio para Huéspedes "Superior al Mejor"

PREPARACIÓN

- Repase este módulo.
- Piense respuestas posibles a las preguntas que formulará. Esta preparación ayuda en caso que los empleados tengan dificultades en dar sus propias respuestas. (Escriba sus propias preguntas o preguntas de muestra en la sección de Notas o complete una hoja de trabajo si prefiere hacerlo).

CONTROL DEL TIEMPO

- Este módulo generalmente dura 60 minutos. Los tiempos sugeridos para la presentación de este módulo son los siguientes. La cantidad de tiempo que use varía dependiendo de cuanto tiempo discutan sus empleados.

Introducción del Módulo	10 minutos
Discusiones del Grupo	25 minutos
Resumen del Módulo	15 minutos
Desafíese a Usted Mismo	10 minutos

Notas...

"Este producto fue financiado y concedido bajo el President's High Growth Job Training Initiative Grant implementado por U.S. Department of Labor's Employment & Training Administration. La información contenida en este producto fue creada y no refleja necesariament al posición official de U.S. Departamento del Trabajador. Todas las referencias a las compañías ó las organizaciones no gubernamentales, sus servicios, los productos, ó los recursos se ofrecen para los propósitos informativos y no deben ser interpretadas mientras que un endoso por el departamento del trabajo. Este producto copyrighted por la institución y la intención es para la organización individual y no- comercial solamente."

INTRODUZCA EL MÓDULO

DIGA: Bienvenidos al primer módulo del programa de servicio para huéspedes Superior al Mejor.

DIGA: Nos reuniremos cada semana durante 60 minutos para hablar de nuestra filosofía de servicio Superior a la Mejor, de las expectativas de servicio de nuestros huéspedes y haremos un repaso de las normas de servicio para huéspedes "Superiores a las Mejores".

DISCUSIONES DE GRUPO

DIGA: Nos enorgullecemos en el servicio que proporcionamos a nuestros huéspedes internos y externos. En efecto, nuestro servicio Superior al Mejor es la piedra angular de nuestro éxito. Nuestros huéspedes esperan el mismo nivel todas las veces que vienen a nuestra propiedad. Tenemos que ser consistentes en la entrega del servicio y las siete normas de servicio nos ayudan a hacer esto.

DIGA: Aprendimos las siete normas de servicio Superior al Mejor durante la orientación.

PREGUNTE: ¿Quién me puede decir cuáles son?

(Espere respuestas como)

1. Todos son Huéspedes
2. Es mi Trabajo
3. Norma 10 y 5
4. Oportunidades para los Huéspedes
5. Permita que Escuchen su Sonrisa
6. Esté Alerta
7. Despedida afectuosa

PREGUNTE: ¿Tienen un sitio favorito para ir a divertirse y a ver espectáculos, para hacer compras o conseguir servicio? ¿Por qué? ¿Qué es lo que tiene esa tienda, negocio, casino, supermercado o restaurante que hace que ustedes vuelvan?

DIGA: Cuando nosotros les preguntamos a nuestros huéspedes, nos dicen que son los empleados. Esto quiere decir que ellos vuelven debido a **USTEDES.**

DIGA: Hablemos sobre la diferencia entre las cosas tangibles como productos de juegos de azar, cuartos de hotel, y comida que ofrecemos a nuestros huéspedes y las cosas intangibles como la cortesía, simpatía y generosidad que les ofrecemos.

DISCUSIONES DE GRUPO cont.

DIGA: No solamente estamos en este negocio para vender cosas tangibles como juegos de azar, cuartos de hotel o comida. Es el servicio intangible que proporcionamos el que contribuye MÁS a la experiencia de nuestros huéspedes. Estos servicios no son cosas físicas, en cambio son acciones, hechos o esfuerzos.

Por ejemplo, una comida servida en un restaurante por cierto que es un elemento tangible de la experiencia de un huésped. Sin embargo, nuestra hospitalidad quiere decir más que una buena comida, quiere decir rodear la comida con un ambiente particular, incluyendo la decoración del salón y la actitud del personal. Estos elementos intangibles pueden ser tan importantes para los huéspedes como los elementos tangibles.

En gran parte, cuando los huéspedes se van de nuestra propiedad, generalmente no tienen nada que mostrar de su visita. El servicio para los huéspedes no se puede tocar, probar, ni probar su tamaño. Ellos se van con los recuerdos de su experiencia.

DIGA: Hablemos de las cosas que hacen que nuestros huéspedes vuelvan a nuestra propiedad.

(Espere respuestas como)

- Nuestros empleados
- La limpieza
- Localidad
- Simpatía
- Reconocimiento (uso de su nombre)
- Tratamiento como si fuera de la familia
- Sensación de seguridad
- Valor por el dinero
- Variedad de opciones de juegos de azar
- Promociones
- Opciones de restaurantes
- Integridad de la empresa

DIGA: ¿Cuántas cosas en la lista son tangibles? ¿Cuántas son intangibles?

PREGUNTE: ¿Sobre cuáles tienen mayor control? ¿Por qué?

(Espere respuestas como)

- Las intangibles, porque tenemos control sobre cómo tratamos a los huéspedes día tras día. ¡Tenemos control sobre nuestra actitud!

Notas...

Notas...

RESUMEN DEL MÓDULO

PREGUNTE: ¿Cuál es el beneficio de la empresa si los empleados tienen una actitud positiva y nuestros huéspedes quieren volver?

- Lealtad de los Huéspedes
- Prensa positiva gratis (Los Huéspedes hablarán de nosotros con otros)
- Aumento de las ganancias
- Nuevas propiedades
- Empleados felices

PREGUNTE: ¿Cuáles son los beneficios para ustedes si tienen una actitud positiva en el trabajo?

(Espere respuestas como)

- El trabajo es más fácil
- El turno pasa más rápido
- Menos estrés
- Las propinas son mayores (en un cargo que recibe propinas)
- Los huéspedes están más felices
- La moral está más alta
- Más oportunidades debido al crecimiento de la empresa.

DESAFÍESE A USTED MISMO

DIGA: Hoy hemos hablado sobre nuestra filosofía de servicio para huéspedes Superior a la Mejor y las expectativas que tienen nuestros huéspedes cuando vienen a la propiedad.

La semana que viene hablaremos sobre “El Ciclo de Servicio”.

HAGA: Motívelos a que sigan usando los mejores servicios para huéspedes hoy y todos los días.

DIGA: Esta ha sido una excelente sesión de capacitación y AGRADEZCA a cada empleado por su participación de hoy y por su duro trabajo ¡HOY y TODOS los DÍAS!

Capacitación en Servicios para Huéspedes "Superior al Mejor"

Módulo 2
“El Ciclo de Servicio”

PREPARACIÓN

- Repase este módulo.
- Piense respuestas posibles a las preguntas que formulará. Esta preparación ayuda en caso que los empleados tengan dificultades en dar sus propias respuestas. (Escriba sus propias preguntas o preguntas de muestra en la sección de Notas o complete una hoja de trabajo si prefiere hacerlo).

CONTROL DEL TIEMPO

- Este módulo generalmente dura 60 minutos. Los tiempos sugeridos para la presentación de este módulo son los siguientes. La cantidad de tiempo que use varía dependiendo de cuanto tiempo discutan sus empleados.

Introducción del Módulo	10 minutos
Discusiones del Grupo	25 minutos
Resumen del Módulo	15 minutos
Desafíese a Usted Mismo	10 minutos

Notas...

"Este producto fue financiado y concedido bajo el President's High Growth Job Training Initiative Grant implementado por U.S. Department of Labor's Employment & Training Administration. La información contenida en este producto fue creada y no refleja necesariament al posición official de U.S. Departamento del Trabajador. Todas las referencias a las compañías ó las organizaciones no gubernamentales, sus servicios, los productos, ó los recursos se ofrecen para los propósitos informativos y no deben ser interpretadas mientras que un endoso por el departamento del trabajo. Este producto copyrighted por la institución y la intención es para la organización individual y no- comercial solamente."

INTRODUZCA EL MÓDULO

DIGA: La semana pasada hablamos sobre "Servicio para Huéspedes Superior al Mejor". ¿Por qué es tan importante para nosotros como una organización?

PREGUNTE: ¿Quién me puede decir lo que es?

DIGA: Hoy discutiremos "El Ciclo de Servicio" y cómo nos ayuda a crear, mantener e incrementar la lealtad de los huéspedes.

PREGUNTE: ¿Alguien sabe lo que quiere decir "El Ciclo de Servicio"?

DISCUSIONES DE GRUPO

HAGA: Introduzca el Modelo de Ciclo de Servicio.

DIGA: La mejor manera de entender las necesidades y expectativas de los huéspedes es preguntarles a ellos. Pero, antes de que hagamos eso, vemos el servicio desde la perspectiva del huésped. Podemos hacer esto usando el Ciclo de Servicio.

Piensen que el Ciclo de Servicio es como un mapa de los sistemas de su propiedad separados en incrementos, pasos, decisiones, obligaciones y actividades, todo diseñado para tomar el huésped desde la puerta de entrada, llevarlo a través de la propiedad y de nuevo a la puerta para que salga.

El poder atrás de este Ciclo de Servicio es que ayuda a ver las cosas que son exclusivas desde el punto de vista del huésped. ¡Cuanto más vean, entiendan y experimenten usted las mismas cosas que experimenta el huésped, mejor equipados estarán todos ustedes para arreglar lo que necesita arreglo o ampliar lo que da buenos resultados!

DIGA: Esto quiere decir que deben identificar cada punto de contacto que tienen sus huéspedes con ustedes al comienzo y al pasar a través de todo el "ciclo de servicio" hasta que los huéspedes consideren que el servicio que buscaban les fue entregado correctamente.

RECUERDE: ¡La visión que tiene el huésped de esto puede ser muy distinta de la suya!

DIGA: Al considerar el Ciclo de Servicio ¡lo tienen que hacer desde afuera hacia adentro! Eso quiere decir, deben usar el punto de vista que tiene el huésped de su contacto con ustedes y con cada empleado con el que hace contacto.

PREGUNTE: Cuando piensan en una transacción que manejan con un huésped, ustedes la miran desde "adentro hacia fuera", ustedes ven todos los pasos que hubo que tomar para darles el servicio pedido. ¡PERO, al huésped no le podría importar menos lo que hubo que hacer para darle el servicio que se merece!

DISCUSIONES DE GRUPO cont.

PREGUNTE: ¿Por qué queremos trazar un Ciclo de Servicio para nuestro huésped?

Trazar un ciclo de servicio les permite asegurar que están viendo las cosas desde la perspectiva del huésped, desde "afuera hacia adentro".

RECUERDE: Aún cuando algunos de estos puntos de contacto no le parezcan importantes en lo absoluto a usted, el huésped encuentra que cada uno de ellos es crucial para toda su experiencia mientras se encuentra en nuestra propiedad.

HAGA: Miremos una experiencia común que todos hacemos y tracémosla a lo largo del Ciclo de Servicio. Piensen sobre la última vez que fueron a ver una película y pónganse en los zapatos del huésped mientras caminamos por este ejemplo.

1. Encuentre un sitio para estacionar en el cine.
2. Espere en la cola para comprar una entrada.
3. Compre su entrada.
4. Entre en el cine, entregue su entrada al empleado.
5. Espere en línea para comprar palomitas de maíz y una gaseosa.
6. Pague por la comida.
7. Vaya al baño antes de que comience la película.
8. Entre al cine y busque un asiento.
9. Siéntase a mirar la película.
10. Abandone el cine y vaya de nuevo a su automóvil.

DIGA: Estos diez pasos representan una muestra de su experiencia total como huéspedes en el cine. Es algo bastante común para todos nosotros. Lo que están experimentando son diez *Momentos de la Verdad* independientes.

HAGA: Presente la Tarjeta de Puntuación de Servicio para Huéspedes.

Explique las distintas calificaciones y lo que quieren decir para todos los empleados. Asegúrese de inculcar que tenemos que mantener la calificación arriba de una "C" para que nuestros huéspedes sigan volviendo.

DIGA: ¡La Tarjeta de Puntuación de Servicio para Huéspedes es la nota mental que todos usamos para decidir si vamos a volver o no a un establecimiento determinado, dependiendo de cómo nos trataron, bien o mal!

A medida que se encuentren con los *Momentos de la Verdad,* están emitiendo constantemente juicios del valor de cada encuentro ya sea de manera consciente o subconsciente. Ustedes están usando mentalmente una Tarjeta de Puntuación de Servicios para Huéspedes en sus cabezas y están juzgando toda su experiencia en cada uno de estos *Momentos de la Verdad*.

Mientras que hacen esto, cada vez que se encuentran un huésped, ellos están haciendo notas mentales en sus Tarjetas de Puntuación de Servicios a los Huéspedes y decidirán si van a volver o no a su propiedad después de examinar toda la experiencia que han tenido mientras estaban con ustedes.

Notas...

Notas...

RESUMEN DEL MÓDULO

DIGA: Hoy hemos discutido el “Ciclo de Servicio”.

PREGUNTE: ¿Pueden pensar en algo que podemos hacer como grupo para que cada *Momento de la Verdad* sea memorable para todos los huéspedes

DESAFÍESE A USTED MISMO

Use este consejo esta semana para desafiarse a usted mismo:

¡Exceda las expectativas de sus huéspedes y esté listo para decirnos la semana que viene cómo lo ha hecho!

HAGA: Discuta con los empleados cuándo será la sesión siguiente y motívelos a que sigan usando los mejores servicios para huéspedes hoy y todos los días.

DIGA: Esta ha sido una excelente sesión de capacitación y AGRADEZCO a cada empleado por su participación de hoy y por su duro trabajo ¡HOY y TODOS los DÍAS!

Capacitación en Servicios para Huéspedes "Superior al Mejor"

Módulo 3
“El Momento de la Verdad ”

PREPARACIÓN

- Repase este módulo.
- Piense respuestas posibles a las preguntas que formulará. Esta preparación ayuda en caso que los empleados tengan dificultades en dar sus propias respuestas. (Escriba sus propias preguntas o preguntas de muestra en la sección de Notas o complete una hoja de trabajo si prefiere hacerlo).

CONTROL DEL TIEMPO

- Este módulo generalmente dura 60 minutos. Los tiempos sugeridos para la presentación de este módulo son los siguientes. La cantidad de tiempo que use varía dependiendo de cuanto tiempo discutan sus empleados.

Introducción del Módulo	10 minutos
Discusiones del Grupo	25 minutos
Resumen del Módulo	15 minutos
Desafíese a Usted Mismo	10 minutos

Notas...

"Este producto fue financiado y concedido bajo el President's High Growth Job Training Initiative Grant implementado por U.S. Department of Labor's Employment & Training Administration. La información contenida en este producto fue creada y no refleja necesariament al posición official de U.S. Departamento del Trabajador. Todas las referencias a las compañías ó las organizaciones no gubernamentales, sus servicios, los productos, ó los recursos se ofrecen para los propósitos informativos y no deben ser interpretadas mientras que un endoso por el departamento del trabajo. Este producto copyrighted por la institución y la intención es para la organización individual y no- comercial solamente."

INTRODUZCA EL MÓDULO

DIGA: La semana pasada discutimos el "Ciclo de Servicio".

PREGUNTE: ¿Quién me puede decir lo que eso significa?

DIGA: Hoy discutiremos "El Momento de la Verdad" y cómo nos ayuda a crear, mantener e incrementar la lealtad de los huéspedes.

PREGUNTE: ¿Alguien sabe lo que quiere decir "El Momento de la Verdad?

DISCUSIONES DE GRUPO

HAGA: Introduzca el Modelo del Momento de la Verdad.

DIGA: Se produce un *Momento de la Verdad* cuando y dónde hay un contacto con un huésped. Este es el momento en que los huéspedes se forman una percepción de nuestra organización y sus productos o servicios. El objetivo de la organización es administrar estos *Momentos de la Verdad* de manera que las percepciones del huésped siempre sean positivas.

DIGA: "Un cliente insatisfecho tiene un impacto en la compra de clientes informando a un promedio de 18 personas la experiencia negativa, mientras que sólo informa a tres en el caso de una experiencia positiva. Es estudio también indica que cuesta 4 ó 5 veces más atraer a un cliente nuevo que mantener uno existente. Estudio efectuado por el Programa de Ayuda de Investigación Técnica (Technical Research Assistance Program, TRAP) en Septiembre de 1985.

HAGA: Introduzca el Modelo de Servicio

Explique que el modelo Relación – El modelo de la Tarea nos recuerda que en cada interacción con un huésped hay dos factores a ser considerados: las necesidades del nivel de la Relación y las necesidades del nivel de la Tarea.

DIGA: El nivel de la Tarea es el trabajo que se debe hacer, como responder a las preguntas del huésped dándole el servicio esperado, y consiguiendo lo que los huéspedes necesitan.

El nivel de la Relación incluye cumplir y exceder las necesidades de atención de los huéspedes, tratamiento cortés y mostrarles que usted se preocupa por ellos.

PREGUNTE: ¿Por qué es importante entrar y salir de todas las interacciones con los huéspedes internos y externos al nivel de la Relación de nuestro Modelo de Servicio?

Ayuda a que el huésped sienta que se preocupan por él.

Comienza y termina con la interacción en una nota positiva.

DISCUSIONES DE GRUPO cont.

PREGUNTE: Como podemos incrementar la lealtad del huésped usando el Modelo de Servicio?

Ayuda en tener una buena reputación, por si el huésped tiene que decidir con quien quedarse.

Cuando hablamos de la parte de la relación, el huésped se siente importante y se siente que importa.

PREGUNTE: Cual ha sido su experiencia cuando ha usado este concepto con clientes externos y internos?

Clientes se sorprenden cuando tomo tiempo para hablar con ellos sobre un tema que no sea de trabajo.

Un cliente me comento que era mejor hablar con una persona que con un robot.

PREGUNTE: Cuales han sido las barreras que has tenido cuando tratas de usar el Modelo de Servicio?

El tiempo me restringe en empezar con el nivel de la Relación.

Algunos huéspedes no les interesa en tomar el tiempo en empezar con el nivel de la Relación.

PREGUNTE: Cuales son algunos pasos para sobresalir con los obstáculos?

Trate de mantener que la conversación sea corta

Aprenda a usar su criterio para que vea cuando y donde es apropiado.

PREGUNTE: Porque es importante tener un balance en el nivel de la Relación y el Nivel de la Tarea?

El nivel de la Relación sin el nivel de Tarea no podrá hacer el huésped contento.

Le nivel de Tarea sin el nivel de la Relación nos da un grado “C” en nuestra boleta de el Servicio para el Huésped.

Notas...

Notas...

RESUMEN DEL MÓDULO

DIGA: Hoy hemos hablado del “Momento de la Verdad”.

PREGUNTE: ¿Pueden pensar en algo que podemos hacer como un grupo para que cada Momento de la Verdad sea memorable para todos los huéspedes?

DESAFÍESE A USTED MISMO

Use estos consejos esta semana para desafiarse a usted mismo:

Haga que un huésped se sienta con ganas de decir “¡Se me ha tratado de manera especial y se han preocupado por mí!”

Asegúrese de que el huésped esté tan feliz que nunca quiera ir a otro lado.

Muestre preocupación en el lado de la relación antes de tratar de solucionar el problema.

¡Haga que cada “Muchas Gracias” sea **SINCERO!**

HAGA: Discuta con los empleados cuándo será la sesión siguiente y motívelos a que sigan usando los mejores servicios para huéspedes hoy y todos los días. Pídales que escriban o que estén listos para compartir las experiencias con todos en la sesión de capacitación siguiente.

DIGA: Esta ha sido una excelente sesión de capacitación y AGRADEZCO a cada empleado por su participación de hoy y por su duro trabajo ¡HOY y TODOS los DÍAS!

Capacitación en Servicios para Huéspedes "Superior al Mejor"

Módulo 4
“Lo Que Crea la Percepción del Huésped”

PREPARACIÓN

- Repase este módulo.
- Piense respuestas posibles a las preguntas que formulará. Esta preparación ayuda en caso que los empleados tengan dificultades en dar sus propias respuestas. (Escriba sus propias preguntas o preguntas de muestra en la sección de Notas o complete una hoja de trabajo si prefiere hacerlo).

CONTROL DEL TIEMPO

- Este módulo generalmente dura 60 minutos. Los tiempos sugeridos para la presentación de este módulo son los siguientes. La cantidad de tiempo que use varía dependiendo de cuanto tiempo discutan sus empleados.

Introducción del Módulo	10 minutos
Discusiones del Grupo	25 minutos
Resumen del Módulo	15 minutos
Desafíese a Usted Mismo	10 minutos

Notas...

"Este producto fue financiado y concedido bajo el President's High Growth Job Training Initiative Grant implementado por U.S. Department of Labor's Employment & Training Administration. La información contenida en este producto fue creada y no refleja necesariament al posición official de U.S. Departamento del Trabajador. Todas las referencias a las compañías ó las organizaciones no gubernamentales, sus servicios, los productos, ó los recursos se ofrecen para los propósitos informativos y no deben ser interpretadas mientras que un endoso por el departamento del trabajo. Este producto copyrighted por la institución y la intención es para la organización individual y no- comercial solamente."

INTRODUZCA EL MÓDULO

DIGA: La semana pasada hablamos sobre el "Momento de la Verdad".

PREGUNTE: ¿Quién me puede decir lo que es?

DIGA: Hoy vamos a discutir "Lo que Crea la Percepción del Huésped".

PREGUNTE: ¿Alguien me puede decir lo que crea la percepción del huésped?

DISCUSIONES DE GRUPO

DIGA: Cuando piensan sobre lo que crea la percepción del huésped ¿qué les viene a la mente?

El tono de su voz.

La manera en que se para o se sujeta.

PREGUNTE: Hay tres maneras en que podemos mirar a la percepción del huésped. ¿Las pueden nombrar?

Por el lenguaje corporal.

Por el tono de su voz.

Por las palabras que dice.

PREGUNTE: ¿Alguien puede completar esta oración familiar?

"Las acciones hablan _____ _____ _____."

Todos saben que "las acciones hablan más fuerte que las palabras".

Nosotros estamos familiarizados con ese dicho pues es muy cierto. Hace muchos años, un profesor de la UCLA publicó un estudio sobre la identificación de cómo nos comunicamos. Esto es lo que descubrió. Al hablar a otra persona, todo nuestro mensaje se interpreta de esta manera:

- El 7 por ciento de lo que se oye son las palabras que dice
- El 38 por ciento de lo que se oye se percibe en el tono de su voz
- El 55 por ciento de lo que se oye proviene del lenguaje de su cuerpo

DISCUSIONES DE GRUPO cont.

DIGA: En una interacción cara a cara, el lenguaje del cuerpo constituye el 55% de la percepción del huésped. ¿Se dieron cuenta de que la actitud de los huéspedes cambia debido a la manera en que ustedes están parados mientras que hablan con los huéspedes?

Usted sabe, yo tenía mis brazos cruzados y no me podía dar cuenta de porqué el huésped no recibía mejor mis palabras.

El lenguaje de nuestro cuerpo entrega la mayor parte del mensaje a la otra persona. Las implicaciones que esto tiene en el Servicio para Huéspedes son enormes. Para que se les crea cuando se disculpan ante un huésped, tienen que tener mucho cuidado *cómo dicen lo que dicen*. En otras palabras, *su comportamient*o, mucho más que sus palabras, determinarán lo que realmente escucha un huésped.

Aún cuando no tengan contacto directo con huéspedes externos, su comportamiento, sin interesar su rol en la organización, tendrá finalmente un impacto en aquellos que lo hacen, y por lo tanto en nuestros huéspedes.

DIGA: ¿Qué porcentaje piensan que obtendría el tono de su voz si su lenguaje del cuerpo es el 55%?

Si el lenguaje del cuerpo es el 55%, entonces pensaría que el tono de la voz sería alrededor del 40%.

Yo pienso que el tono de la voz sería más importante que el lenguaje del cuerpo.

DIGA: El tono de la voz en realidad representa el 38% de lo que crea la percepción del huésped. Pero estas son muy buenas respuestas. ¿Cuál piensan que es el porcentaje de las palabras que dicen?

Tal vez más que eso. Digamos el 60%.

Yo pensaría que es más cercano al 40%.

DIGA: Las palabras que dicen representan sólo el 7% de la percepción del huésped.

DIGA: Por el teléfono o la radio, el tono de la voz sube a un 85% y las palabras que usan representan el 15% de lo que percibe un huésped.

Notas...

Notas...

RESUMEN DEL MÓDULO

DIGA: Hoy hemos hablado de “Lo que Crea la Percepción del Huésped”.

Recuerde: siempre debemos lucir lo mejor posible. Siempre parezcan ser abordables para los huéspedes.

Cuiden el lenguaje corporal. Un huésped no se va a acercar a un empleado por ayuda si él o ella piensan que el empleado no es abordable.

Sonrían y usen la norma de 10 y 5. Siempre se deben acercar cordialmente y reconocer a cada huésped con un saludo amistoso.

Usen su actitud de servicios para huéspedes Superiores a los Mejores para que los clientes sepan que están contentos de que ellos estén aquí.

DESAFÍESE A USTED MISMO

DIGA: Esta semana preste atención al lenguaje de su cuerpo.

Cuando volvamos la semana que viene repasaremos lo que ha aprendido de vigilar el lenguaje de su cuerpo y el de sus empleados.

HAGA: Discuta con los empleados cuándo será la sesión siguiente y motívelos a que sigan usando los mejores servicios para huéspedes hoy y todos los días. Pídales que escriban o que estén listos para compartir las experiencias con todos en la sesión de capacitación siguiente.

DIGA: Esta ha sido una excelente sesión de capacitación y AGRADEZCO a cada empleado por su participación de hoy y por su duro trabajo ¡HOY y TODOS los DÍAS!

Capacitación en Servicios para Huéspedes "Superior al Mejor"

Módulo 5
“Todos son Huéspedes”

PREPARACIÓN

- Repase este módulo.
- Piense respuestas posibles a las preguntas que formulará. Esta preparación ayuda en caso que los empleados tengan dificultades en dar sus propias respuestas. (Escriba sus propias preguntas o preguntas de muestra en la sección de Notas o complete una hoja de trabajo si prefiere hacerlo).

CONTROL DEL TIEMPO

- Este módulo generalmente dura 60 minutos. Los tiempos sugeridos para la presentación de este módulo son los siguientes. La cantidad de tiempo que use varía dependiendo de cuanto tiempo discutan sus empleados.

Introducción del Módulo	10 minutos
Discusiones del Grupo	25 minutos
Resumen del Módulo	15 minutos
Desafíese a Usted Mismo	10 minutos

Notas...

"Este producto fue financiado y concedido bajo el President's High Growth Job Training Initiative Grant implementado por U.S. Department of Labor's Employment & Training Administration. La información contenida en este producto fue creada y no refleja necesariament al posición official de U.S. Departamento del Trabajador. Todas las referencias a las compañías ó las organizaciones no gubernamentales, sus servicios, los productos, ó los recursos se ofrecen para los propósitos informativos y no deben ser interpretadas mientras que un endoso por el departamento del trabajo. Este producto copyrighted por la institución y la intención es para la organización individual y no - comercial solamente."

INTRODUZCA EL MÓDULO

DIGA: La semana pasada hablamos sobre "Lo que Crea la Percepción del Huésped".

PREGUNTE: ¿Quién me puede decir lo que quiere decir eso?

DIGA: Una de nuestras siete normas de servicio es "Todos son huéspedes." Hoy vamos a discutir "Todos son Huéspedes" y cómo las relaciones entre nosotros afectan nuestros huéspedes internos y externos.

PREGUNTE: ¿Quién me puede decir lo que quiere decir esto?

DISCUSIONES DE GRUPO

DIGA: "Todos son Huéspedes" quiere decir que Apreciamos y Respetamos a todos los empleados.

Esto es algo que hacemos todos los días. ¡Es una gran parte de porqué nuestra Cultura Superior a la Mejor es tan fuerte!

PREGUNTE: ¿Qué quiere decir esto para ustedes y por qué es tan importante?

Los empleados se sienten bien al venir a trabajar.

Nuestros huéspedes se benefician porque los empleados se sienten bien por ellos mismos y por que hacen.

Disfrutamos más de nuestros trabajos.

PREGUNTE: ¿Qué pasa si no apreciamos ni respetamos a nuestros huéspedes "internos"?

PREGUNTE: ¿Cuáles son las ventajas de proporcionar servicio extraordinario a los huéspedes internamente?

Hace que sea más fácil hacer las cosas.

Trabajar juntos como un grupo hace que todos nuestros trabajos sean mucho mas fáciles.

PREGUNTE: ¿Cómo se sienten cuando no se les muestra apreciación ni se les trata con respeto?

PREGUNTE: ¿Quienes dirían ustedes que son algunos de sus huéspedes internos?

DISCUSIONES DE GRUPO cont.

DIGA: Piensen sobre una vez cuando necesitaban algo de otro departamento. ¿Consiguieron lo que necesitaban? ¿Qué pasó? ¿Cómo se sintieron?

PREGUNTE: ¿Que tiene que ver con esta Norma de Servicio ayudar a que otro departamento consiga lo que necesita?

PREGUNTE: ¿Qué barreras dirían que enfrentaron nuestros huéspedes cuando trataron con nuestro departamento?

No puedo encontrar a nadie que me ayude.

Nunca consigo información a tiempo.

Las respuestas de distintas personas no son consistentes.

PREGUNTE: ¿Qué dificultades enfrentamos cuando equilibramos las necesidades de varios huéspedes simultáneamente?

Tenemos que asignar prioridades a las necesidades, pero cada huésped quiere que se satisfaga su necesidad primero.

No siempre tenemos los recursos para hacer lo que todos los huéspedes quieren cuando lo quieren.

Algunos consejos para practicar y usar esta Norma de Servicio:

¡Permitan que las personas en su equipo sepan que ustedes **Aprecian** su contribución!

¡Respeten las opiniones y los puntos de vista de otros (aún cuando no estén de acuerdo)!

¡Valoren nuestra cultura y las relaciones que la hacen tan fuerte!

¡Recuerden que hacer lo **Inesperado** aumenta la lealtad de los huéspedes...también con nuestros huéspedes internos!

PREGUNTE: ¿Cuáles serían ejemplos de hacer lo inesperado por sus compañeros empleados?

¡Ayudar sin que se lo pidan!

Notas...

Notas...

RESUMEN DEL MÓDULO

DIGA: Hoy hablamos sobre los huéspedes internos y externos.

PREGUNTE: ¿Qué podemos hacer como grupo para asegurarnos de seguir usando el mejor servicio a los huéspedes con nuestros huéspedes internos y externos?

Asegúrense de usarlo entre ustedes.

Coloquen afiches, carteles, etc.

DESAFÍESE A USTED MISMO

LUNES - **¡AGRADEZCA** verbalmente a alguien en su equipo por el trabajo que hace!

MARTES - **¡AGRADEZCA** verbalmente a otro miembro de su equipo por el trabajo que hace a diario!

MIÉRCOLES – Deje una nota de **Apreciación** para alguien en su equipo.

JUEVES - ¡Encuentre a alguien que necesita su **Sonrisa**!

VIERNES - ¡**Preséntese usted mismo** a un empleado nuevo!

HAGA: Discuta con los empleados cuándo se realizará la sesión siguiente y motívelos a que sigan usando los mejores servicios para huéspedes hoy y todos los días. Pídales que escriban o que estén listos para compartir experiencias con todos en la sesión de capacitación siguiente.

DIGA: Esta ha sido una excelente sesión de capacitación y AGRADEZCA a cada empleado por su participación de hoy y por su duro trabajo ¡HOY y TODOS los DÍAS!

Capacitación en Servicios para Huéspedes "Superior al Mejor"

Módulo 6
“La norma de 10 y 5”

PREPARACIÓN

- Repase este módulo.
- Piense respuestas posibles a las preguntas que formulará. Esta preparación ayuda en caso que los empleados tengan dificultades en dar sus propias respuestas. (Escriba sus propias preguntas o preguntas de muestra en la sección de Notas o complete una hoja de trabajo si prefiere hacerlo).

CONTROL DEL TIEMPO

- Este módulo generalmente dura 60 minutos. Los tiempos sugeridos para la presentación de este módulo son los siguientes. La cantidad de tiempo que use varía dependiendo de cuanto tiempo discutan sus empleados.

Introducción del Módulo	10 minutos
Discusiones del Grupo	25 minutos
Resumen del Módulo	15 minutos
Desafíese a Usted Mismo	10 minutos

Notas...

"Este producto fue financiado y concedido bajo el President's High Growth Job Training Initiative Grant implementado por U.S. Department of Labor's Employment & Training Administration. La información contenida en este producto fue creada y no refleja necesariament al posición official de U.S. Departamento del Trabajador. Todas las referencias a las compañías ó las organizaciones no gubernamentales, sus servicios, los productos, ó los recursos se ofrecen para los propósitos informativos y no deben ser interpretadas mientras que un endoso por el departamento del trabajo. Este producto copyrighted por la institución y la intención es para la organización individual y no-comercial solamente."

INTRODUZCA EL MÓDULO

DIGA: La semana pasada hablamos sobre "Todos son Huéspedes".

PREGUNTE: ¿Alguien me puede decir lo que quiere decir para ellos?

DIGA: Hoy vamos a hablar sobre la "norma de 10 y 5".

PREGUNTE: ¿Alguien me puede decir lo que es?

DISCUSIONES DE GRUPO

PREGUNTE: ¿Alguna vez entraron en una tienda o negocio y les ignoraron? Alguna vez salieron a cenar y nadie les dijo hola ni se acercó a su mesa después de que se hayan sentado. ¿Cómo se sintieron? ¿Se sintieron bienvenidos?

DIGA: Por el otro lado ¿cómo se sienten cuando los saluda una persona sonriente? ¿Se sienten bienvenidos?

Durante el primer contacto es importante hacer que el huésped se sienta bienvenido, no como una imposición.

La norma de 10 y 5 nos ayuda a hacer contacto con nuestros huéspedes a nivel personal. Decir "Bienvenido a (nombre de la Propiedad)" muestra a los huéspedes que estamos felices de que hayan elegido nuestra propiedad sobre otra.

Una sonrisa no cuesta nada. Si los conocen, usen los nombres de los huéspedes cada vez que sea posible. Todos quieren que se los recuerde, especialmente si son huéspedes que visitan la propiedad con frecuencia.

¿Qué bien conocen a sus huéspedes? ¿Hay huéspedes de los que conocen los nombres? ¿Cómo pueden averiguar el nombre de un huésped?

Preséntese y pidan el nombre de su huésped.

Miren su tarjeta de crédito.

Comprueben los rótulos de sus valijas.

Miren su tarjeta de jugador (players card).

PREGUNTE: ¿Qué pasa cuando toman la iniciativa al saludar primeros a un huésped o a un compañero empleado?

DISCUSIONES DE GRUPO cont.

DIGA: Al saludar a un huésped, ustedes tienen 5 segundos para hacer una primera impresión buena. Por lo tanto, la manera en que se acercan a su huésped dejará un impacto duradero en ellos y posiblemente impulse su relación con ellos desde ese punto en adelante.

Estos son algunos consejos para darle una ventaja al saludar huéspedes:

Tengan una actitud positiva. Mantengan su conversación alegre, pero profesional. Mantengan una actitud positiva al conducir negocios con ellos. Esta es una gran manera de crear una relación comercial duradera.

Saluden a todos los huéspedes por el nombre. Salúdenlos usando su nombre, y asegúrense de que sigan usándolo durante la conversación. No lo exageren, pero el usar su nombre relaja a los huéspedes y les ayuda a sentirse como si ustedes se preocupan personalmente, así como profesionalmente, por ellos.

SONRÍAN. Sigan sonriendo. Esto ayuda a mantener las cosas amistosas y alegres durante el curso de la conversación comercial.

Estrechen las manos correctamente. Sin interesar el sexo, asegúrese de que tiene un apretón de manos firme. Un apretón de manos firme emite confianza en ustedes, su empresa, y en su capacidad de efectuar negocios de manera eficaz.

Hagan contacto firme con los ojos. Junto con un apretón de manos firme, el contacto firme con los ojos es muy importante en hacer una excelente primera impresión. Durante la conversación, asegúrense de mirar a su huésped en los ojos lo más posible sin parecer autoritarios. Esto les ayudará a parecer confiados y desarrollará confianza con sus clientes mientras ustedes siguen trabajando con ellos.

HAGA: Vuelva a introducir el Modelo de Servicio del Módulo 3 – “El Momento de la Verdad.”

DIGA: Recuerde que el Módulo Relación - Tarea nos recuerda que en toda interacción con un huésped hay dos factores a ser considerados – las necesidades del nivel de Relación y las necesidades del nivel de Tarea.

El nivel de Tarea es el trabajo que se debe hacer, como responder a las preguntas, dándole el servicio esperado, y consiguiendo lo que los huéspedes necesitan.

El nivel de Relación incluye cumplir y exceder las necesidades de atención de los huéspedes, tratamiento cortés y mostrarles que usted se preocupa por ellos.

Notas...

Notas...

RESUMEN DEL MÓDULO

PREGUNTE: ¿Qué impediría que use la regla de 10 y 5?

DIGA: Hoy discutimos el impacto que el gran servicio al huésped tiene en un huésped y su relación con usted.

Podemos ver cómo se usan las siete normas que aprendimos primero en la orientación en cada departamento y en todas las posiciones todos los días.

DESAFÍESE A USTED MISMO

¡ÚSELAS TODAS!

1. Sea el PRIMERO en saludar y decir hola.
2. Haga lo mejor que pueda por hacer que alguien de otra cultura se sienta bienvenido.
3. ¡En la parte posterior de la casa, diga hola primero, esto es lo que hace que nuestra parte posterior de la casa sea menor que la de ningún otro lugar!
4. ¡Mantenga la puerta abierta para alguien!

DIGA: **RECUERDEN** que la norma de 10 a 5 es crucial para nuestra cultura y que nuestra cultura es lo que nos diferencia de cualquier otra propiedad!

HAGA: Discuta con los empleados cuándo será la sesión siguiente y motívelos a que sigan usando los mejores servicios para huéspedes hoy y todos los días. Pídales que escriban o que estén listos para compartir las experiencias con todos en la sesión de capacitación siguiente.

DIGA: Esta ha sido una excelente sesión de capacitación y AGRADEZCA a cada empleado por su participación de hoy y por su duro trabajo ¡HOY y TODOS los DÍAS!

Capacitación en Servicios para Huéspedes "Superior al Mejor"

Módulo 7
“Es mi Trabajo”

PREPARACIÓN

- Repase este módulo.
- Piense respuestas posibles a las preguntas que formulará. Esta preparación ayuda en caso que los empleados tengan dificultades en dar sus propias respuestas. (Escriba sus propias preguntas o preguntas de muestra en la sección de Notas o complete una hoja de trabajo si prefiere hacerlo).

CONTROL DEL TIEMPO

- Este módulo generalmente dura 60 minutos. Los tiempos sugeridos para la presentación de este módulo son los siguientes. La cantidad de tiempo que use varía dependiendo de cuanto tiempo discutan sus empleados.

Introducción del Módulo	10 minutos
Discusiones del Grupo	25 minutos
Resumen del Módulo	15 minutos
Desafíese a Usted Mismo	10 minutos

Notas...

"Este producto fue financiado y concedido bajo el President's High Growth Job Training Initiative Grant implementado por U.S. Department of Labor's Employment & Training Administration. La información contenida en este producto fue creada y no refleja necesariament al posición official de U.S. Departamento del Trabajador. Todas las referencias a las compañías ó las organizaciones no gubernamentales, sus servicios, los productos, ó los recursos se ofrecen para los propósitos informativos y no deben ser interpretadas mientras que un endoso por el departamento del trabajo. Este producto copyrighted por la institución y la intención es para la organización individual y no- comercial solamente."

INTRODUZCA EL MÓDULO

DIGA: La semana pasada hablamos de nuestra norma de servicio Superior a la Mejor de la "Norma de 10 y 5".

PREGUNTE: ¿Quién me puede decir lo que quiere decir esto para ustedes?

DIGA: Hoy, vamos a hablar sobre la norma de servicio "Es Mi Trabajo".

PREGUNTE: ¿Quién me puede decir lo que quiere decir esto?

DISCUSIONES DE GRUPO

DIGA: Todos estamos en el mismo equipo. ¡Asegúrese que nuestros Huéspedes estén completamente satisfechos con su visita!

PREGUNTE: ¡La mayoría de nosotros experimentamos a alguien que nos dijo "Lo lamento, no es mi trabajo" o "Yo no lo se"!

¿Consiguieron lo que necesitaban? ¿Cómo se sintieron? ¿Han vuelto a ir al lugar?

Cuando dicen "Yo no se", su huésped con frecuencia lo interpreta como "No tengo la información que quiere y no me voy a salid de mi camino para obtenerla." Al ofrecernos a conseguir la respuesta para las preguntas de nuestros huéspedes, aún si hacerlo quiere decir tomar un poco de tiempo extra investigando o comprobando con otro departamento, ustedes se anotan puntos de servicio por el esfuerzo adicional.

DIGA: Cuando usamos esta norma de servicio ¿cómo nos ayuda a fomentar la lealtad?

DIGA: Ellos saben que estamos ansiosos por ayudarles.

Nunca les diremos, "No es mi trabajo. Yo no se."

¡Los empleados saben que pueden contar con sus compañeros para hacer el trabajo y satisfacer a nuestros huéspedes!

Nosotros les probamos a nuestros huéspedes que tomaron la decisión correcta al venir a nuestra propiedad.

"No estoy seguro. Permítame encontrar a alguien que puede ayudarle".

DISCUSIONES DE GRUPO cont.

DIGA: Cuando un huésped les pregunta algo que ustedes no tienen la autoridad ni los conocimientos para hacer, conviértanse en catalizadores conduciendo el huésped a la persona o al departamento que le pueda ayudar a encargarse de la oportunidad del huésped.

PREGUNTE: ¿Qué dicen ustedes si no conocen la respuesta?

"Yo no trabajo en el área, pero me complacerá conseguirle una respuesta."

PREGUNTE: ¿Cómo podemos trabajar juntos para asegurar que nuestros huéspedes estén totalmente satisfechos con su visita?

DIGA: Conozcan la distribución de la propiedad.

Tengan el compromiso de anticipar las necesidades de los huéspedes.

Tengan una actitud voluntariosa para entregar al huésped.

Sean proactivos en informar cualquier problema de mantenimiento inmediatamente de manera que se pueda resolver lo antes posible.

ESCUCHEN al huésped. Identifiquen y excedan sus necesidades.

Sean CONSISTENTES en la entrega de servicios al huésped.

Mantengan personalmente la propiedad excepcionalmente limpia.

Extiéndanse dando una mano cada vez que sea posible a quienquiera que la necesite.

Informen al huésped que ustedes disfrutan de ellos y de su trabajo.

Sean agradables y corteses.

Prueben a los huéspedes que tomaron la decisión correcta al venir a su propiedad.

Siempre traten a sus compañeros empleados como huéspedes.

DIGA: Los huéspedes a veces les piden cosas que están afuera de la política o los procedimientos de la empresa. En esos casos, se siente la tentación de derivarlos rápidamente a su supervisor o a su administrador. En cambio, enfóquense en lo que puede hacer para ayudarlos. Si hace falta que participe su supervisor/ administrador, tomen la iniciativa de ir a él o ella ustedes mismos y vuelvan al huésped con una solución en la mano. Hacerlo los convierte en héroes del servicio en los ojos de su huésped.

DIGA: Detenerse para ayudar a un huésped cuando están en el medio de servir a otro huésped no es siempre fácil. A veces decimos "En el momento estoy ocupado" al huésped, que es como decir "¿Por qué me molesta? ¿No puede ver que estoy ocupado?" Al decir en cambio "Estaré con usted en un momento", sólo esta corta oración junto con un tono agradable de voz, informa a su huésped que usted sabe de la presencia del huésped y que va a volver para ayudarle pronto.

Notas...

Notas...

RESUMEN DEL MÓDULO

HAGA: Haga que los empleados compartan y discutan las respuestas.

PREGUNTE: ¿Qué podemos hacer como un grupo para estar seguros de seguir usando Es Mi Trabajo?

RECUERDE que todos estamos en el mismo equipo.

Adopte personalmente **TODA** la experiencia del huésped.

Aprenda la secuencia del servicio para todos los cargos del hotel para mejorar el trabajo del equipo.

Recuerde el modelo de Interacción del servicio para huéspedes.

DESAFÍESE A USTED MISMO

Escoja por lo menos tres desafíos:

1. Cuando un huésped pida instrucciones, ofrezca caminar con el huésped hasta el destino.
2. Empuje hacia adentro 10 sillas de los tragamonedas mientras se encuentre en el piso.
3. Acérquese a un huésped, interno o externo, que parezca necesitar ayuda.
4. Pregunte a un compañero empleado si necesita ayuda.
5. Si ve un papel en el piso ¡levántelo!
6. Conozca la distribución de su propiedad para que pueda informar a los huéspedes adónde encontrar lo que ellos necesitan.
7. Sea agradable, servicial y cortés cuando los huéspedes vienen a usted con una oportunidad.
8. Haga un compromiso personal de anticipar las necesidades de los huéspedes. No espere a que se lo pidan.

HAGA: Discuta con los empleados cuándo será la sesión siguiente y motívelos a que sigan usando los mejores servicios para huéspedes hoy y todos los días. Pídales que escriban o que estén listos para compartir las experiencias con todos en la sesión de capacitación siguiente.

DIGA: Esta ha sido una excelente sesión de capacitación y AGRADEZCO a cada empleado por su participación de hoy y por su duro trabajo ¡HOY y TODOS los DÍAS!

Capacitación en Servicios para Huéspedes "Superior al Mejor"

Módulo 8
“Oportunidades para los Huéspedes”

PREPARACIÓN

- Repase este módulo.
- Piense respuestas posibles a las preguntas que formulará. Esta preparación ayuda en caso que los empleados tengan dificultades en dar sus propias respuestas. (Escriba sus propias preguntas o preguntas de muestra en la sección de Notas o complete una hoja de trabajo si prefiere hacerlo).

CONTROL DEL TIEMPO

- Este módulo generalmente dura 60 minutos. Los tiempos sugeridos para la presentación de este módulo son los siguientes. La cantidad de tiempo que use varía dependiendo de cuanto tiempo discutan sus empleados.

Introducción del Módulo	10 minutos
Discusiones del Grupo	25 minutos
Resumen del Módulo	15 minutos
Desafíese a Usted Mismo	10 minutos

Notas...

"Este producto fue financiado y concedido bajo el President's High Growth Job Training Initiative Grant implementado por U.S. Department of Labor's Employment & Training Administration. La información contenida en este producto fue creada y no refleja necesariament al posición official de U.S. Departamento del Trabajador. Todas las referencias a las compañías ó las organizaciones no gubernamentales, sus servicios, los productos, ó los recursos se ofrecen para los propósitos informativos y no deben ser interpretadas mientras que un endoso por el departamento del trabajo. Este producto copyrighted por la institución y la intención es para la organización individual y no-comercial solamente."

INTRODUZCA EL MÓDULO

DIGA: La semana pasada discutimos "Es Mi Trabajo".

PREGUNTE: ¿Alguien me puede decir lo que quiere decir esto para ustedes?

DIGA: Hoy discutiremos "Oportunidades de los Huéspedes" y cómo nos ayuda a crear, mantener e incrementar la lealtad de los huéspedes internos y externos.

HAGA: ¿Alguien me puede decir lo que quiere decir para usted oportunidad de un huésped?

DISCUSIONES DE GRUPO

DIGA: Resuelvan todas las oportunidades de los huéspedes antes de que los huéspedes abandonen la propiedad. ¡Anticipen sus necesidades y hagan lo **INESPERADO**!

HAGA: Introduzca el Modelo de Comunicación.

PREGUNTE: Hay tres maneras de mirar a las cosas, La Manera En Que Yo Las Veo, La Manera En Que Las Ve El Cliente y La Manera En Que Son Las Cosas.

DIGA: ¿Todos recuerdan "La Manera en Que Es" o el Modelo de Comunicación?

Debido a las experiencias y creencias pasadas de cada empleado y de cada huésped, es posible que hayan diferencias entre la manera en que vemos las cosas y estas diferencias pueden interferir con las comunicaciones entre nosotros.

Por eso el Modelo de Comunicaciones es tan importante al tratar con los huéspedes. Nos recuerda que las diferencias en la percepción no son correctas ni incorrectas, solamente diferentes.

Todos responden de manera distinta a las interacciones con otros. Estas diferencias pueden conducir a stress. Las emociones negativas pueden permanecer con usted hasta que las pase a otra persona. Nosotros hablamos sobre el Modelo Estresado en el Módulo 4 – Lo que Crea la Percepción del Huésped.

PREGUNTE: ¿Qué experiencias tuvieron al usar este concepto con huéspedes externos y/o internos?

PREGUNTE: ¿Se encontraron con barreras al aplicar este modelo y si es así, qué pasó?

DISCUSIONES DE GRUPO cont.

DIGA: Todos los empleados deben aprender cómo hacer que las situaciones sean más positivas para nuestros huéspedes.

Tenemos que aprender cómo resolver problemas con un huésped sin ir a ver un Supervisor o un Administrador.

Determinen cómo buscar ayuda al responder a un pedido.

Los empleados deben aprender maneras eficaces para manejar pedidos. cuando no se puede decir “sí”.

Todos tienen que aprender un método eficaz de una recuperación eficaz.

Aprendan cómo usar los conocimientos de empatía que se les enseñaron para tratar con un huésped que está enojado.

Aprendan todas las herramientas que tienen a su disposición para resolver oportunidades de los huéspedes.

Todos los empleados deben poder distinguir la diferencia entre compasión y empatía.

HAGA: Explique CÓMO los empleados pueden lograr algunas de la maneras mencionadas anteriormente para tratar las oportunidades de los huéspedes.

Sea informativo con respecto a las instalaciones cuando se le pregunta.

La Administración empodera a todos los empleados a que resuelvan oportunidades de los huéspedes inmediatamente.

Use la empatía para mostrar que se preocupa por cómo se siente el huésped y que entiende y reconoce sus sentimientos.

DIGA: ¿Por qué resolver las oportunidades de los huéspedes?

Hay muchos motivos por los cuales los huéspedes dejan de visitar nuestra propiedad.

1% Fallecimiento

3% Mudanza

5% Formación de otros intereses

9% Por motivos competitivos

14% Debido a la falta de satisfacción con el producto

68% Porque Alguien fue Poco Amable, Indiferente o Descortés con Ellos.

Notas...

Notas...

RESUMEN DEL MÓDULO

HAGA: Haga que los empleados compartan y discutan cómo se ocuparon de una oportunidad de un huésped.

PREGUNTE: ¿Qué podemos hacer como grupo si continuamos usando el modelo “La Manera en Que Es”?

“Asegúrense de usarlo entre ustedes.”

“Coloquen afiches, carteles, etc.”

DESAFÍESE A USTED MISMO

Esta semana, desafíese a usted mismo a mirar a las cosas desde el punto de vista de otra persona. Ya sea que se trate de un huésped interno o externo. Si se están “quejando” sobre algo, póngase en sus zapatos y vea de qué manera diferente percibe la situación.

HAGA: Discuta con los empleados cuándo será la sesión siguiente y motívelos a que sigan usando los mejores servicios para huéspedes hoy y todos los días. Pídales que escriban o que estén listos para compartir las experiencias con todos en la sesión de capacitación siguiente.

DIGA: Esta ha sido una excelente sesión de capacitación y AGRADEZCO a cada empleado por su participación de hoy y por su duro trabajo ¡HOY y TODOS los DÍAS!

Capacitación en Servicios para Huéspedes "Superior al Mejor"

Módulo 9
“Permita que Escuchen su Sonrisa”

PREPARACIÓN

- Repase este módulo.
- Piense respuestas posibles a las preguntas que formulará. Esta preparación ayuda en caso que los empleados tengan dificultades en dar sus propias respuestas. (Escriba sus propias preguntas o preguntas de muestra en la sección de Notas o complete una hoja de trabajo si prefiere hacerlo).

CONTROL DEL TIEMPO

- Este módulo generalmente dura 60 minutos. Los tiempos sugeridos para la presentación de este módulo son los siguientes. La cantidad de tiempo que use varía dependiendo de cuanto tiempo discutan sus empleados.

Introducción del Módulo	10 minutos
Discusiones del Grupo	25 minutos
Resumen del Módulo	15 minutos
Desafíese a Usted Mismo	10 minutos

Notes...

"Este producto fue financiado y concedido bajo el President's High Growth Job Training Initiative Grant implementado por U.S. Department of Labor's Employment & Training Administration. La información contenida en este producto fue creada y no refleja necesariament al posición official de U.S. Departamento del Trabajador. Todas las referencias a las compañías ó las organizaciones no gubernamentales, sus servicios, los productos, ó los recursos se ofrecen para los propósitos informativos y no deben ser interpretadas mientras que un endoso por el departamento del trabajo. Este producto copyrighted por la institución y la intención es para la organización individual y no- comercial solamente."

INTRODUZCA EL MÓDULO

DIGA: Hoy discutiremos "Permita que Escuchen su Sonrisa" y cómo nos ayuda a crear, mantener e incrementar la lealtad de los huéspedes internos y externos.

HAGA: Lea el breve repaso de Permita que Escuchen su sonrisa.

DIGA: Que suene de manera profesional en el teléfono y la radio es muy importante para formar una impresión positiva de la organización.

DIGA: Los huéspedes se forman de muchas maneras sus opiniones sobre nuestra propiedad. Algunas personas se sorprenden cuando se enteran que esas opiniones con frecuencia se ven afectadas tanto por cómo nos escuchan hablar los huéspedes como por lo que ven que hacemos.

DISCUSIONES DE GRUPO

HAGA: Pida a los empleados que describan un momento en que escucharon a alguien que sonaba no profesional. (Esto podría ser por teléfono, en persona o de otra manera.)

¿Qué dijo esa persona que le hizo pensar eso?

¿Cómo sonaba esa persona?

PREGUNTE: ¿Qué piensan que se necesita para sonar profesionalmente o para causar una impresión positiva cuando hablan?

Voz clara y placentera.

Paciencia.

Tomarse el tiempo de cumplir con las necesidades del huésped.

No estar malhumorado ni ser corto si está en un apuro.

PREGUNTE: ¿Cuál es la diferencia entre sonar profesional en el teléfono y sonar profesional en la radio.

En el teléfono deben ser joviales y conversadores.

En la radio sólo deben decir lo que hay que decir.

PREGUNTE: Como el huésped no les puede ver ¿por qué deben preocuparse por lo que piensen los huéspedes por cómo suenan ustedes por teléfono o por la radio?

La imagen afecta cómo ellos ven a toda la empresa.

No quiero sonar como si fuera latoso.

PREGUNTE: ¿De qué manera se verá afectada su opinión de la empresa si otros empleados no suenan de manera profesional alrededor suyo?

Me hará sentir incómodo.

Hace que ya no tenga tanto interés en trabajar aquí.

Estaba acostumbrado a oír esto adonde trabajaba antes y no me gustó.

DISCUSIONES DE GRUPO cont.

- **Tona de la Voz.** Identifiquen tonos de voces que son apropiadas en el teléfono y en persona.

  "Buenas tardes. Me llamo ___, cómo puedo ayudarle."

  Aburrido - Malhumorado - Sonriente - Impaciente - Enojado - Lenguaje comercial

- **Al poner una llamada en espera y/o al transferir una llamada.** Aprendan cómo poner en espera llamadas, saludar a huéspedes en el teléfono y cómo transferir llamadas.

  Pidan permiso. "¿Puedo ponerle en espera mientras averiguo?"

  No dejen a los huéspedes en espera durante más de 30 a 45 segundos sin volver a hablar con ellos.

  Cuando vuelvan a hablar con los huéspedes agradezcan que hayan esperado. "Muchas gracias por esperar, tengo la información que ha pedido."

  Informen a los huéspedes que se transferirá su llamada. "¿Puedo transferir su llamada al Sr. Toms de Marketing? Él le podrá dar esa información."

  Si es posible, permanezcan en línea para asegurarse de que la transferencia se haga sin problemas.

DIGA: Si bien es distinta de un teléfono, la etiqueta para la radio es igual de importante para crear impresiones positivas.

DIGA: El teléfono no es la única manera en que la gente escucha nuestras voces. Muchos huéspedes pueden oír las radios además de la persona con la que está hablando.

PREGUNTE: ¿De qué manera es distinta una voz que suena profesional en la radio?

Sonido más comercial, menos jovial.

Al punto, sin charla.

HAGA: Pida a los empleados un ejemplo del tipo de conversaciones y pedidos que ellos hacen o reciben por la radio.

Pida ejemplos de cómo hacer esas llamadas en una manera que un huésped pueda considerar no profesional.

Luego, pregunte cómo se puede mejorar la manera en que suenan esas llamadas por radio. Concéntrese en las comunicaciones concisas con una voz que suene placentera

Notas...

Notas...

RESUMEN DEL MÓDULO

DIGA: Como pueden ver, sonar profesionalmente en la radio incluye ser claros y directos, sin dejar de sonar placenteros y serviciales. No exige tiempo adicional y ayuda a que los huéspedes nos vean como el lugar donde prefieren estar. Esto ayuda a incrementar la lealtad de los huéspedes.

DIGA: Ya sea que estén hablando por teléfono o por radio, todos los que les escuchan se forman una impresión de ustedes y de la organización. El tono de sus voces con frecuencia es el mensaje más poderoso que envían. Manteniendo una sonrisa en la voz, pueden crear una impresión positiva sin interesar en qué están hablando.

DESAFÍESE A USTED MISMO

Practique diciendo “Buenos Días” (Tardes/Noches) a cada uno de los huéspedes internos y externos con los que tiene contacto durante la semana que viene.

Esté preparado para discutir cómo hizo que se sienta. ¿Hizo que sonría con mayor frecuencia, le levantó el ánimo a su día? ¿O lo dijo en un tono de voz que los huéspedes se dieron cuenta que no era sincero?

HAGA: Discuta con los empleados cuándo será la sesión siguiente y motívelos a que sigan usando los mejores servicios para huéspedes hoy y todos los días. Pídales que escriban o que estén listos para compartir las experiencias con todos en la sesión de capacitación siguiente.

DIGA: Esta ha sido una excelente sesión de capacitación y AGRADEZCA a cada empleado por su participación de hoy y por su duro trabajo ¡HOY y TODOS los DÍAS!

Capacitación en Servicios para Huéspedes "Superior al Mejor"

Módulo 10
“Esté Alerta”

PREPARACIÓN

- Repase este módulo.
- Piense respuestas posibles a las preguntas que formulará. Esta preparación ayuda en caso que los empleados tengan dificultades en dar sus propias respuestas. (Escriba sus propias preguntas o preguntas de muestra en la sección de Notas o complete una hoja de trabajo si prefiere hacerlo).

CONTROL DEL TIEMPO

- Este módulo generalmente dura 60 minutos. Los tiempos sugeridos para la presentación de este módulo son los siguientes. La cantidad de tiempo que use varía dependiendo de cuanto tiempo discutan sus empleados.

Introducción del Módulo	10 minutos
Discusiones del Grupo	25 minutos
Resumen del Módulo	15 minutos
Desafíese a Usted Mismo	10 minutos

Notas...

"Este producto fue financiado y concedido bajo el President's High Growth Job Training Initiative Grant implementado por U.S. Department of Labor's Employment & Training Administration. La información contenida en este producto fue creada y no refleja necesariament al posición official de U.S. Departamento del Trabajador. Todas las referencias a las compañías ó las organizaciones no gubernamentales, sus servicios, los productos, ó los recursos se ofrecen para los propósitos informativos y no deben ser interpretadas mientras que un endoso por el departamento del trabajo. Este producto copyrighted por la institución y la intención es para la organización individual y no- comercial solamente."

INTRODUZCA EL MÓDULO

DIGA: La semana pasada hablamos sobre "Permitan que Escuchen su Sonrisa".

PREGUNTE: ¿Alguien me puede dar algunos ejemplos de lo que significa?

DIGA: Una de nuestras siete Normas de Servicio es "Esté Alerta". Hoy vamos a discutir "Esté Alerta".

DISCUSIONES DE GRUPO

DIGA: La seguridad de TODOS es la responsabilidad de TODOS.

DIGA: Los objetivos de "Estar Alerta" son los siguientes:

Proporcionar un ambiente seguro para nuestros huéspedes y empleados.

Proteger a nuestros huéspedes y empleados contra accidentes, y reconocer y corregir los peligros para la seguridad.

DIGA: Otro objetivo de esta sesión es identificar huéspedes menores de edad.

Es responsabilidad de todos los empleados pedir la identificación de cada persona que parece ser menor de 30 años. Nosotros pedimos identificación a todas las personas que parezcan tener menos de 30 años de edad.

Todos a aquellos que sabiéndolo sirvan bebidas alcohólicas a un menor son culpables de un delito menor de acuerdo a la ley del estado.

Beber y participar en juegos de azar siendo menor de edad puede tener un efecto grave en el futuro de un adolescente.

Si un huésped es menor de 21 años, el empleado inmediatamente pedirá al huésped que se vaya del área de juegos de azar y/o del bar y debe avisar a Seguridad adónde está el huésped.

Si se sorprende a un menor en el acto de participar en juegos de azar o bebiendo bebidas alcohólicas, se debe comunicar inmediatamente con Seguridad.

Es responsabilidad de todos vigilar por menores en el casino.

No se permite que menores estén en o cerca de salas o instalaciones en las que se operan o conducen juegos de azar licenciados, apuestas en carreras, apuestas deportivas o apuestas pari-mutual.

DIGA: Las formas más populares de juegos de azar para los menores son, en cualquier orden:

Jugar a las cartas, apuestas deportivas, máquinas tragamonedas, bingo

DISCUSIONES DE GRUPO cont.

DIGA: Los jugadores menores de edad corren el doble del riesgo de los mayores de desarrollar problemas con los juegos de azar.

Entre un 3.1 y un 8.4 de los adolescentes han mostrado patrones nocivos de actividades de juego por compulsión durante el último año.

Aproximadamente el 50% de los adictos adultos a los juegos de azar comenzaron cuando tenían menos de 21 años de edad.

Si encuentran un niño sin escolta en el casino, por favor avisen inmediatamente a Seguridad.

Pasos para pedir identificación:

Salude cortésmente al huésped

Sea un profesional

Permanezca calmado, aún si el huésped se enoja

Si necesita ayuda llame a su Supervisor o a Seguridad

Agradezca al huésped por su cooperación

PREGUNTE: ¿Cómo podemos cumplir con el objetivo de “Estar Alertas”?

DIGA: Teniendo en Cuenta la Seguridad:

Tomen la iniciativa y resuelvan peligros pequeños si pueden (derrames, etc.)

Informen inmediatamente a su supervisor o a seguridad sobre las personas sospechosas que encuentren.

RECUERDEN ¡Es Su Trabajo!

Nunca entreguen ningún tipo de información de los huéspedes.

Guarden en sitios seguros todos los informes y la información de los huéspedes que tienen las computadoras.

Nunca anuncien el número del cuarto de un huésped si hay otros huéspedes que puedan oírlos.

Miren si hay peligros para la seguridad e informen los que vean al departamento correspondiente o a su supervisor.

Accidentes o Lesiones de Huéspedes y Empleados:

Llamen inmediatamente a Seguridad y a su supervisor para informarles el incidente.

Mantengan una apariencia calmada y profesional en el escenario del incidente.

Emergencias:

Sepa adónde se encuentra la salida para incendios, el extinguidor de incendios y el juego de primeros auxilios más cercanos.

Notas...

Notas...

RESUMEN DEL MÓDULO

DIGA: Hoy hablamos sobre la norma de servicio “Esté Alerta".

PREGUNTE: Qué podemos hacer como un grupo para asegurarnos de que sigamos practicando todos los días esta norma de seguridad.

DESAFÍESE A USTED MISMO

DIGA: Durante la próxima semana, Esté Alerta, y vigile si hay menores en el casino de su propiedad:

Si ve a uno, use estos pasos para pedirle la identificación:

Salude cortésmente al huésped

Sea un profesional

Permanezca calmado, aún si el huésped se enoja

Si necesita ayuda llame a su Supervisor o a Seguridad

Agradezca al huésped por su cooperación

La próxima semana discutiremos cualquier situación con la que se hayan encontrado.

HAGA: Discuta con los empleados cuándo será la sesión siguiente y motívelos a que sigan usando los mejores servicios para huéspedes hoy y todos los días. Pídales que escriban o que estén listos para compartir las experiencias con todos en la sesión de capacitación siguiente.

DIGA: Esta ha sido una excelente sesión de capacitación y AGRADEZCA a cada empleado por su participación de hoy y por su duro trabajo ¡HOY y TODOS los DÍAS!

Capacitación en Servicios para Huéspedes "Superior al Mejor"

Módulo 11

“Recuperación del Servicio/Oferta de Opciones”

PREPARACIÓN

- Prepárese para la sesión repasando el módulo antes de reunirse con sus empleados.
- Piense respuestas posibles a las preguntas que formulará. Esta preparación ayuda en caso que los empleados tengan dificultades en dar sus propias respuestas. (Escriba sus propias preguntas o preguntas de muestra en la sección de Notas o complete una hoja de trabajo si prefiere hacerlo).

CONTROL DEL TIEMPO

- Este módulo generalmente dura 60 minutos. Los tiempos sugeridos para la presentación de este módulo son los siguientes. La cantidad de tiempo que use varía dependiendo de cuanto tiempo discutan sus empleados.

Introducción del Módulo	10 minutos
Discusiones del Grupo	25 minutos
Resumen del Módulo	15 minutos
Desafíese a Usted Mismo	10 minutos

Notas...

"Este producto fue financiado y concedido bajo el President's High Growth Job Training Initiative Grant implementado por U.S. Department of Labor's Employment & Training Administration. La información contenida en este producto fue creada y no refleja necesariament al posición official de U.S. Departamento del Trabajador. Todas las referencias a las compañías ó las organizaciones no gubernamentales, sus servicios, los productos, ó los recursos se ofrecen para los propósitos informativos y no deben ser interpretadas mientras que un endoso por el departamento del trabajo. Este producto copyrighted por la institución y la intención es para la organización individual y no- comercial solamente."

INTRODUZCA EL MÓDULO

DIGA: La semana pasada discutimos "Esté Alerta".

PREGUNTE: ¿Todos prestaron atención a sus alrededores la semana pasada? ¿Observaron más cosas sobre la propiedad y sus empleados?

DIGA: Hoy vamos a discutir "Recuperación del Servicio y Oferta de Opciones" a nuestros huéspedes.

DISCUSIONES DE GRUPO

DIGA: La recuperación del servicio es un reconocimiento inmediato y una respuesta a la preocupación de un huésped que se maneja con sensibilidad, respeto y profesionalismo. La recuperación del servicio exige tomar responsabilidad por resolver la oportunidad de manera oportuna.

Usted lo ve, es responsabilidad suya ¡lo soluciona! La recuperación del servicio no es asignar culpas, ser sentencioso o algo que puede esperar a otro día.

La recuperación del servicio es una herramienta para reconocer, prever y corregir expectativas no cumplidas.

La investigación ha mostrado que los "clientes" a los que se resuelve una falla del servicio rápidamente y correctamente, son mas fieles a la empresa. Los huéspedes se forman juicios duraderos sobre nosotros por la manera en que nos recuperamos de errores. Estos juicios pueden ser positivos o negativos. Si no manejamos bien los errores, realmente reforzamos malos sentimientos sobre nosotros. Cuando algo no sale bien, estamos en peligro de perder el huésped. Algunos negocios pierden de un 10 a un 15% de su volumen comercial todos los años debido a servicio deficiente y una recuperación mala.

Cuando practicamos con eficiencia la recuperación del servicio, estamos creando clientes fieles que estarán tan satisfechos que le dirán a todos los que les escuchen el maravilloso servicio que su propiedad les ha proporcionado. Nada es tan poderoso como una recomendación personal de un huésped satisfecho.

Recuperación del servicio - resolviendo un problema del huésped y despidiéndonos de ellos con nuestras alabanzas – crea publicidad de boca en boca que es 10 veces más poderosa que publicitar y ¡20 veces más barato!

PREGUNTE: ¿Cuándo debieran usar la recuperación del servicio?

DIGA: Se necesita la recuperación del servicio cuando se ha cometido un error o el huésped percibe que se ha cometido un error.

PREGUNTE: ¿Alguna vez han experimentado servicio malo o un problema con un producto? Piensen sobre sus propias experiencias con problemas de servicio o de productos. ¿Recibieron un reconocimiento rápido del problema, una disculpa, una resolución rápida o tal vez una compensación por el problema? ¿Qué pasó? ¿Cómo hizo que se sientan?

DIGA: Miremos ahora a una manera fácil de proporcionar una EXCELENTE recuperación del servicio.

DISCUSIONES DE GRUPO cont.

DIGA: Hay seis pasos básicos para la recuperación del servicio. Vamos a usar el modelo R.E.L.A.T.E. (por las siglas en inglés) para recordarlos.

Recognize the Concern (Reconozcan la Preocupación): Lo primero que tienen que hacer es reconocer que tienen una "oportunidad". Esta es la posibilidad que tenemos de cambiar algo que se ha percibido como mal hecho en algo correcto. Busquen indicaciones no verbales que puedan indicar descontento. Esta es una oportunidad para que ustedes resuelvan la situación antes de que el huésped desconforme se vuelva aún más descontento. Digan "Siento que está preocupado por…" o "Usted parece estar enojado por algo".

Empathize (Identifíquense): Pónganse en el lugar del huésped. ¿Cómo se sentirían? ¿Estarían enojados o descontentos? Asegúrense de que el huésped sepa que ustedes lo entienden. Diga, "Me doy cuenta que esto puede ser muy frustrante para usted".

Listen (Escuchen): Este es el momento de enfocarse el 100% en el huésped. Hagan contacto con los ojos y escuchen pacientemente. "Estén allí" para el huésped. Sus expresiones faciales y el tono de la voz deben mostrar preocupación. Reconozcan lo que se ha dicho. Formulen preguntas si no están seguros. Digan, "¿Puede describir cuáles son sus inquietudes?"

Apologize (Discúlpense): Se pueden salvar situaciones negativas con un simple "Lo siento" Ustedes se disculpan en nombre de nuestra empresa, aún cuando no sea culpa nuestra. Muestren su compromiso a nuestro servicio "Superior al Mejor" diciendo "Lamento que esa haya sido su experiencia".

Take Responsibility (Acepten la responsabilidad): Es posible que simplemente sean el blanco de la frustración o el enojo de un huésped. Aún así, deben aceptar la responsabilidad. Recuerden, ustedes lo ven, es responsabilidad de ustedes, ustedes lo solucionan. Muestren un sentido de urgencia y ofrezcan soluciones. Enfóquense en lo que PUEDEN hacer para resolver la oportunidad. Digan, "Esto es lo que puedo hacer para usted". A veces, ustedes simplemente no pueden solucionarlo. En este caso SIEMPRE encuentren a alguien que pueda.

Explain What You Are Going To Do (Expliquen lo Que Van a Hacer): Díganle al huésped lo que ustedes van a hacer para ocuparse de la inquietud. Hagan que ellos "le crean". Diga, "Esto es lo que haré." Luego ¡HÁGANLO! Es tan simple. Han garantizado algo al huésped. Asegúrense de que completan las tareas para cumplir con esa promesa.

DIGA: **Los errores suceden.** Los pueden causar los empleados, los pueden causar los huéspedes o ¡simplemente suceden! Sin interesar qué es lo que salió mal, o de quién es la culpa, lo que es importante es que el huésped disfrute de la experiencia que ha venido a buscar con nosotros.

Notas...

Notas...

RESUMEN DEL MÓDULO

DIGA: Hoy hemos hablado sobre la Recuperación del Servicio.

PREGUNTE: ¿Por qué es importante? ¿De qué manera nos ayuda la Recuperación del Servicio a crear huéspedes leales? ¿Qué pasa si no nos RELACIONAMOS con nuestros huéspedes?

¿Qué podemos hacer como un grupo para estar seguros de seguir usando la Recuperación del Servicio para asegurar que nuestros huéspedes sigan volviendo?

DESAFÍESE A USTED MISMO

DIGA: Use estas frases para que le ayuden con la Recuperación del Servicio esta semana. Preste atención a la respuesta del huésped.

LUNES - "Yo aprecio su paciencia".

MARTES - "Muchas gracias por su compresión".

MIÉRCOLES – "Por favor acepte mis disculpas".

JUEVES - "Estoy muy contento de poder ayudarle."

VIERNES - "¿Puedo ayudarle con alguna otra cosa hoy?"

HAGA: Discuta con los empleados cuándo será la sesión siguiente y motívelos a que sigan usando los mejores servicios para huéspedes hoy y todos los días. Pídales que anoten o que estén listos para compartir las experiencias con todos En la clase de capacitación siguiente.

DIGA: Esta ha sido una excelente sesión de capacitación y AGRADEZCA a cada empleado por su participación de hoy y por su duro trabajo ¡HOY y TODOS los DÍAS!

Módulo 12
“Despedida Afectuosa”

PREPARACIÓN

- Repase este módulo.
- Piense respuestas posibles a las preguntas que formulará. Esta preparación ayuda en caso que los empleados tengan dificultades en dar sus propias respuestas. (Escriba sus propias preguntas o preguntas de muestra en la sección de Notas o complete una hoja de trabajo si prefiere hacerlo).

CONTROL DEL TIEMPO

- Este módulo generalmente dura 60 minutos. Los tiempos sugeridos para la presentación de este módulo son los siguientes. La cantidad de tiempo que use varía dependiendo de cuanto tiempo discutan sus empleados.

Introducción del Módulo	10 minutos
Discusiones del Grupo	25 minutos
Resumen del Módulo	15 minutos
Desafíese a Usted Mismo	10 minutos

Notas...

"Este producto fue financiado y concedido bajo el President's High Growth Job Training Initiative Grant implementado por U.S. Department of Labor's Employment & Training Administration. La información contenida en este producto fue creada y no refleja necesariament al posición official de U.S. Departamento del Trabajador. Todas las referencias a las compañías ó las organizaciones no gubernamentales, sus servicios, los productos, ó los recursos se ofrecen para los propósitos informativos y no deben ser interpretadas mientras que un endoso por el departamento del trabajo. Este producto copyrighted por la institución y la intención es para la organización individual y no- comercial solamente."

INTRODUZCA EL MÓDULO

DIGA: La semana pasada hablamos sobre "Recuperación del Servicio/Oferta de Opciones".

PREGUNTE: ¿Alguien me puede dar algunos ejemplos de Recuperación del Servicio?

DIGA: Una de nuestras siete normas de servicio es "Despedida Afectuosa". Hoy vamos a discutir "Despedida Afectuosa", y cómo las relaciones entre nosotros afectan nuestros huéspedes internos y externos.

PREGUNTE: ¿Quién me puede decir lo que quiere decir "Despedida Afectuosa"?

DISCUSIONES DE GRUPO

DIGA: Agradezcan sinceramente la visita de los Huéspedes e invítelos a volver.

DIGA: Los objetivos de este módulo son los siguientes:

Aprender cómo entregar un cierre sincero y cálido con el huésped.

Aumentar la lealtad de nuestros huéspedes.

DIGA: Una encuesta realizada recientemente por LRA Worldwide determinó estadísticas que si bien son trágicas, realmente no debieran sorprender a ningún profesional de la industria del alojamiento.

- El 39% de los huéspedes de hotel no recibió una bienvenida al llegar.

- El 19% de los huéspedes experimentó una demora de más de un minuto antes de ser reconocidos.

- Nunca se usó el nombre del 45% de los huéspedes al registrar su ingreso.

Hacer que nuestros empleados creen hospitalidad exige que nosotros hagamos más que solo forzarlos a usar una serie de pasos de acción redactados.

Un gran servicio quiere decir más que solo "Saludar al huésped, usar su nombre tres veces, sonreír y hacer contacto con los ojos."

Hospitalidad es Más que una Técnica de Comunicaciones.
Hospitalidad es una cultura; un estilo de vida. Es la manera en que tratamos a otros, ya sea que se trate de nuestros huéspedes, otros empleados, Supervisores y Administradores o proveedores-socios, es un reflejo de nuestros valores e ideas personales.

DISCUSIONES DE GRUPO cont.

Hospitalidad Quiere Decir Preocuparse “Sobre” y también "Por" Otros. Tenemos que recordar a todos los empleados que el “Cuarto 201” realmente es un ser humano igual que nosotros. Ella definitivamente es la hija de alguien, posiblemente la amiga de alguien, jefa, empleada, esposa y/o madre.

Hospitalidad Quiere Decir Saludar a Otros Más que a Medias
A pesar de los estereotipos de que el nivel de servicio que recibimos varía por estado, región geográfica o país, el factor principal que tiene un impacto en el nivel de servicio recibido es la actitud. En otras palabras, si los huéspedes son amistosos y relajados, ellos generalmente reciben servicio amistoso, personalizado.

Ayude a que nuestros empleados entiendan que la vida se trata de opciones. Cada persona toma infinitas opciones y tiene más control del que piensa. Si bien no siempre podemos escoger y seleccionar las actitudes de los huéspedes, definitivamente PODEMOS determinar cómo reaccionaremos nosotros ante ellos. Liberándonos del resentimiento y seleccionado la aceptación, logramos un revestimiento tipo Teflón contra su negatividad.

¡Hay que Entender que el Servicio Excelente es Divertido! Hace que el trabajo sea más fácil. Al final, cuando creamos una cultura de hospitalidad en nuestro lugar de trabajo, experimentamos una enorme ganancia personal. Por supuesto, todos sabemos intelectualmente que servicios extraordinarios quieren decir actividad comercial continua, lo que quiere decir empresa rentable, lo que quiere decir seguridad laboral. Pero quiere decir mucho más. Cuando realmente nos comprometemos a conectarnos con nuestros huéspedes, ya sean internos o externos y anticipamos sus necesidades con anticipación, el trabajo será más divertido para todas las partes interesadas incluidos nosotros y esa mujer, mamá, esposa, hija y amiga que está en la mesa de entrada pidiendo toallas adicionales. Usted la conoce, es la que anteriormente llamábamos “Cuarto 201”.

DIGA: Para cumplir con los objetivos, debemos hacer lo siguiente:

Alentar sinceramente al huésped a que vuelva a la propiedad.

Decir al huésped de manera cálida y sincera “Muchas gracias por quedarse en nuestra propiedad”.

Pregunte por la estadía del huésped.

Pregunte si hay otra manera en que pueda ser de ayuda para el huésped.

PREGUNTE: ¿Cómo es que dar una Despedida Afectuosa” ayuda a crear lealtad del huésped?

A veces viene de una experiencia extraordinaria, deslumbrante que tienen mientras están en nuestra propiedad.

Todos los días tenemos la oportunidad de hacer una conexión emocional con nuestros huéspedes.

Notas...

Notas...

RESUMEN DEL MÓDULO

DIGA: Hoy hablamos sobre la norma de servicio “Despedida Afectuosa".

PREGUNTE: ¿Qué podemos hacer como grupo para asegurarnos de continuar dando a nuestros huéspedes una Despedida Afectuosa cada vez que nos visitan?

DESAFÍESE A USTED MISMO

Esta semana usemos la definición de Webster de la palabra hospitalidad: **Tratar a los huéspedes con calidez y generosidad.**

En vez de tratar de preparar un guión, con la palabras correctas para que nuestros empleados las digan cuando se relacionan con los huéspedes, todos debemos darnos cuenta que cuando nos damos de manera generosa e incondicional en las relaciones con los huéspedes, con mucha frecuencia recibiremos energía positiva de vuelta multiplicada que es muchas veces mayor que la que habíamos dado.

Entonces, esta semana, todos deben tratar de hacer precisamente eso y la semana que viene hablaremos sobre los resultaos que hemos encontrado.

Despídase con calidez y use los nombres cuando sea posible.

HAGA: Discuta con los empleados cuándo será la sesión siguiente y motívelos a que sigan usando los mejores servicios para huéspedes hoy y todos los días. Pídales que escriban o que estén listos para compartir las experiencias con todos en la sesión de capacitación siguiente.

DIGA: Esta ha sido una excelente sesión de capacitación y AGRADEZCA a cada empleado por su participación de hoy y por su duro trabajo ¡HOY y TODOS los DÍAS!