

MANUALE FOOD & BEVERAGE



Tutti i diritti riservati Nessuna parte di questo documento può essere riprodotta senza il consenso previo di NH Hoteles.

Organization Department - Versione: Aprile 2012

NH
HOTELES

1 Qual è lo scopo di questo Manuale?

Questo manuale è uno strumento di riferimento che ha le seguenti funzioni:

- Informare e formare gli impiegati Housekeeping sui processi, le risorse e gli strumenti per la preparazione di compiti che migliorino la gestione di tutte le operazioni dei dipartimenti F&B.
- Risolvere dubbi, fornendo informazioni importanti, facili da trovare e disponibili.
- Introdurre buone pratiche ambientali che ci permettano di svolgere le attività quotidiane in forma sostenibile e nel rispetto dell'ambiente.

In NH Hoteles vogliamo ottenere la massima soddisfazione del cliente attraverso un servizio eccellente e questa aspirazione deve essere condivisa da tutti i dipendenti del Gruppo. Per ottenere tutto ciò è necessario:

- Offrire ai nostri clienti prodotti e servizi di alta qualità in rapporto al prezzo offerto, basato sempre sui nostri standard di servizio e gestione, offrendo una risposta professionale e rapida alle loro necessità.
- Migliorare continuamente lo spirito imprenditoriale e i processi di affari.
- Promuovere lo sviluppo e l'innovazione di prodotti e servizi interessanti con le risorse e le tecnologie disponibili per massimizzare il profitto.
- Mantenere una partnership solida con tutti i collaboratori coinvolti nell'organizzazione (aziende, agenzie, fornitori, ecc.)

Consideriamo i processi un elemento chiave per la strategia dell'azienda in quanto permettono di ottenere un modello unico di gestione.

Il Manager dell'hotel deve conoscere tutte le direttive illustrate in questi processi e deve essere responsabile della loro corretta applicazione nell'hotel.

L'ospitalità è forse l'industria più varia e specializzata al mondo. È sicuramente una delle più grandi, in cui lavorano milioni di persone in un'infinita serie di diversi impieghi in tutto il mondo. Il settore spazia dai resort a cinque stelle più chic ai posti meno alla moda, ma senza dubbio più specializzati, come quelli legati alle aree istituzionali quali ospedali, ambienti industriali, scuole e università. Dei vari e diversi settori, la ristorazione è necessariamente il più impegnativo. Di qualunque occasione si tratti, la varietà di opportunità nella ristorazione è praticamente infinita.

“Il limite della ristorazione è il cielo”

2 Caratteristiche del servizio al cliente

2.1 Che cosa valuta il cliente

Nel prendere una decisione, il cliente è molto influenzato dalla reputazione e l'immagine che la catena di hotel ha sul mercato. Il cliente sceglie l'hotel e il ristorante in grado di offrirgli i prezzi più competitivi e confronta i prodotti e i servizi offerti.

Il cliente deve sentirsi accolto, a suo agio e sicuro. Con l'offerta di un buon servizio il dipartimento F&B sarà in grado di soddisfare le necessità del cliente.

2.2 La fedeltà del cliente

La fedeltà deriva dalla soddisfazione del cliente. È molto probabile che un cliente soddisfatto ritorni nello stesso hotel o ristorante e che lo consigli a nuovi clienti.

Un cliente insoddisfatto racconterà la sua esperienza negativa a molte più persone che un cliente soddisfatto. Questo ci porta a pensare che è più difficile recuperare un cliente insoddisfatto rispetto a mantenere un cliente fedele.

Ci sono vari aspetti che determinano l'immagine che un cliente ha della nostra catena di hotel; i piccoli dettagli e il servizio personalizzato al cliente di NH Hoteles influenzano direttamente la soddisfazione del cliente.

Il cliente si aspetta di ricevere il servizio richiesto, in base alle sue esigenze e noi dobbiamo soddisfare queste aspettative. Le aspettative soddisfatte o meno, determineranno che il cliente ritorni o no nei nostri Hotel e decida di riutilizzare i nostri servizi. Inoltre, non è importante solo soddisfare le aspettative del cliente ma bisogna superarle.

2.3 Qualità del F&B

C'è uno stretto legame tra un cliente soddisfatto della sua esperienza F&B e un cliente le cui aspettative rispetto all'esperienza F&B non siano state soddisfatte.

Il nostro scopo, all'interno della categoria di hotel di qualità di alto standard, è di fornire ad ogni cliente un'esperienza che soddisfi le sue aspettative di qualità e di definire le misure di qualità secondo gli standard di mercato e la richiesta.

La qualità ha un'influenza diretta sul nostro modo di agire, a livello personale, finanziario e aziendale.

Quanto più alta e efficiente dimostri di essere la qualità, migliore sarà la produttività economica. L'aumento dei nostri prezzi di vendita è direttamente collegato alla qualità. La qualità è e sarà sempre il criterio decisivo dei nostri clienti.

Per nuove aperture o aggiornamenti di hardware F&B, si prega di consultare gli accordi di acquisto a livello corporate nel seguente link:

http://employeeportal.nh-hotels.com/portal/page/portal/EmployeePortal/COUNTRY_CORPORATIVE/DPT_CORPORATIVE_PURCHASE/COR_PUR_DOCS

3 Norme basilari di comportamento

3.1 L'immagine del Dipartimento F&B

La nostra immagine e l'immagine che mostriamo nelle nostre zone di lavoro offrono molte informazioni sulla qualità del servizio. È importante prestare particolare attenzione a questo aspetto in quanto determina la percezione che il cliente ha di noi e l'immagine che rappresentiamo dell'azienda.

Quando qualcuno si rivolge al punto vendita F&B, è di aiuto adottare un linguaggio del corpo adeguato.

**La divisa:**

- La divisa standardizzata deve essere indossata per tutta la durata del turno lavorativo, perfettamente pulita e stirata.
- La divisa deve essere sempre abbottonata.
- Deve esserci sempre una divisa pulita di ricambio in hotel.
- Non si possono aggiungere accessori personali alla divisa.
- Le necessarie sostituzioni di parti dell'uniforme devono essere effettuate con un supervisor.
- Indossare scarpe antiscivolo preferibilmente nere o quelle fornite dall'hotel (se previste)

Badge identificativi:

- Tutti i dipendenti di NH, inclusi gli stagisti, devono indossare il badge identificativo certificato.
- Il badge deve essere posizionato sulla parte superiore sinistra della giacca (con il nome (in caso di nomi composti, uno sarà abbreviato) e il cognome completo del dipendente.
- Tutti gli hotel avranno una macchina tipo DYMO per creare etichette identificative. Usare solo nastri trasparenti o di color argento.
- Il font deve essere nero, il carattere Avenir 12. La prima iniziale deve essere sempre maiuscola e il resto minuscolo.
- Usare le bandierine degli stati delle lingue che l'impiegato parla correttamente.
- C'è un badge speciale per gli stagisti.

L'aspetto:

	Trucco discreto
	Capelli puliti e pettinati
	Nessun piercing su parti del corpo visibili
	Capelli di colore neutro, non sono permessi colori sgargianti
	Le donne con i capelli lunghi devono tenerli legati e gli uomini devono avere sempre i capelli corti
	È possibile indossare solo un orologio o un anello discreto (per misure di sicurezza si accetteranno una collana e/o un bracciale)
	Gli uomini devono sempre radere la barba o mantenere barba o baffi ben accorciati

Igiene:

- È molto importante mantenere la propria igiene personale e usare un deodorante
- Evitare profumi forti

Oggetti personali:

- Non è permesso l'uso del telefono cellulare nel turno di lavoro o altri dispositivi elettronici.
- Tutti gli oggetti personali devono essere lasciati negli armadietti.

Ordine e pulizia:

Queste espressioni linguistiche sono indubbiamente conosciute in tutto il mondo e rappresentano un importante strumento di trasmissione della nostra immagine aziendale e del nostro desiderio di prestare attenzione ai dettagli. La pulizia è una responsabilità condivisa da tutti.

3.2 Norme fondamentali di cortesia

Le norme fondamentali di cortesia sono una garanzia di professionalità:



- Quando il cliente si avvicina, assumere una posizione eretta, guardare in alto, rivolgersi al cliente con un'amichevole "Buongiorno/Buon pomeriggio" a sorridere, evitare di usare un linguaggio scortese, gesti offensivi o commenti inappropriati.
- Rivolgersi ai clienti chiamandoli Signore o Signora e il loro cognome, se ne siamo a conoscenza.
- Non dare del tu al cliente, anche se si tratta di un cliente abituale, a meno che non sia il cliente a richiederlo o a proporlo. Anche se il cliente ci ha richiesto precedentemente di dargli del tu, non dobbiamo mai farlo in presenza di altre persone.
- Avvicinarsi al cliente sempre in modo efficiente, professionale e con educazione.
- Usare un tono di voce appropriato quando ci si avvicina al cliente in modo che eventuali terze persone non possano ascoltare.
- Mantenere un rapporto amichevole con i clienti ma non di eccessiva confidenza.
- Mantenere un atteggiamento di riservatezza e non fare commenti in nessuna occasione con un cliente a proposito di un altro.
- Impiegare un vocabolario cortese.
- Non impiegare un linguaggio sgarbato.
- Evitare l'eccessiva gestualità.
- Non fare commenti sgradevoli.
- Evitare di mantenere conversazioni su temi personali o interni in presenza di clienti o in aree pubbliche.
- Guardare il cliente direttamente quando ci parla e se possibile, rivolgersi al cliente prima che sia lui/lei a farlo.
- Ringraziare sempre di cuore e sinceramente i clienti al termine di una conversazione.
- Dire "per favore" ogni volta che si richiedono informazioni al cliente.
- Prestare attenzione al linguaggio non verbale durante tutta la durata del turno.

- Non masticare chewing-gum, non mangiare né bere nelle zone riservate ai clienti.
- Tenere il telefono cellulare spento nel turno di lavoro. Se per circostanze imprevedibili si ha bisogno di tenere il proprio cellulare acceso, tenerlo in modalità silenziosa.
- Non usare il linguaggio professionale con il cliente (Esempio: party ID, check out, ecc.)

3.3 Misure di sicurezza

La sicurezza è un aspetto importante di cui è necessario preoccuparsi perché riguarda la qualità del servizio e l'immagine che NH Hotels offre per il benessere dei nostri ospiti. Definiremo norme base di sicurezza che dovranno essere seguite meticolosamente:

- Per nessun motivo dobbiamo fornire informazioni sugli ospiti in hotel.
- Mantenere un tono di voce comprensibile per il cliente al quale ci si rivolge, ma non per il resto delle persone nelle vicinanze. Agli altri non interessa la conversazione che stiamo mantenendo con un altro cliente o con un collega.
- Prestare particolare attenzione a qualsiasi oggetto strano che possa essere rinvenuto in un punto F&B.
- Assicurarsi che tutte le uscite di emergenza siano chiaramente segnalate e che siano libere da ostacoli.
- Se notiamo una persona sospetta, lo notificheremo immediatamente.

Il nostro rapporto con i clienti è basato sulla fiducia quindi dobbiamo offrire loro tutte le garanzie che meritano. Ecco perché ci impegniamo a seguire strettamente tutte le misure di sicurezza.

4 Struttura del Manuale

In tutto il manuale, sono presenti icone che aiutano ad identificare le varie procedure.

