

MANUAL FRONT OFFICE



Todos los derechos reservados. Ninguna parte de este documento puede ser reproducido sin previo consentimiento escrito por NH Hoteles.

1 ¿Qué pretende este Manual?

Este manual constituye una herramienta de consulta ágil que cumple una doble función:

- Informar y formar al personal de recepción, mediante la explicación de los procesos, recursos y herramientas de atención al cliente y de preparación de las tareas, que ayudarán a optimizar la gestión de las actividades llevadas a cabo por el Departamento de Front Office.
- Resolver dudas, mediante la inclusión de información destacada fácilmente localizable y disponible.
- Introducir buenas prácticas medioambientales, que nos permitan llevar a cabo nuestras actividades diarias de manera más sostenible y comprometida con el Medio Ambiente.

En NH Hoteles perseguimos la máxima satisfacción del cliente a través de la excelencia en el servicio, una aspiración que todos los colaboradores del Grupo debemos compartir. Para ello:

- Ofrecemos a nuestros clientes productos y servicios plenamente satisfactorios con una calidad acorde al precio, basados siempre en nuestros estándares de servicio y gestión, ofreciéndoles una respuesta ágil y profesional a sus necesidades.
- Mejoramos de forma continua y con actitud emprendedora nuestros procesos de negocio.
- Potenciamos el desarrollo y la innovación de productos y servicios atractivos, usando la tecnología y los recursos disponibles para aportar valor añadido.
- Mantenemos una estrecha colaboración con todos aquellos agentes relacionados con la organización (empresas, agencias, proveedores, etc.)

Consideramos los procesos como un elemento clave en nuestra estrategia empresarial que supone un modelo único de gestión.

La Dirección del hotel conocerá las directrices recogidas a lo largo de este manual y será responsable de velar por su correcta implementación en el hotel.

2.1 Lo que valora el cliente

En su decisión, el cliente está influenciado por la imagen que una cadena hotelera tiene en el mercado. Elegirá aquel hotel que le proporcione los productos o servicios que busca al precio más competitivo.

El cliente valora sentirse atendido, cómodo y seguro. El buen servicio prestado, en este caso por el departamento de pisos, hará posible cubrir estas necesidades.

2.2 La fidelización del cliente

La satisfacción del cliente conduce a su fidelización. Un cliente satisfecho se convertirá en un cliente fidelizado. Con mucha probabilidad, un cliente satisfecho volverá al hotel donde ha estado y, además, podrá atraer a nuevos clientes.

Un cliente insatisfecho cuenta su experiencia negativa a un mayor número de personas que un cliente satisfecho. Esto nos da la idea de que es más difícil recuperar a un cliente insatisfecho que mantener a uno fidelizado.

Son varios aspectos los que condicionan la imagen que un cliente tiene de nuestra cadena; los pequeños detalles y el trato del personal que constituyen la cara humana de NH Hoteles influyen directamente en la satisfacción del cliente.

El cliente es la persona que acude a nosotros en busca de un servicio que cubra sus necesidades y cumpla sus expectativas. El cumplimiento o no de las expectativas del cliente determinará su retorno a nuestros hoteles la próxima vez que necesite un servicio. Por lo tanto, la clave está no sólo en cubrir sus necesidades, sino también en superar sus expectativas.

3 Reglas básicas de actuación

3.1 El perfil de la Recepción de NH Hoteles

Las características que distinguen a las personas que conforman la Recepción de los hoteles son:



- **Vocación de servicio.** Encontramos significado en el hecho de ofrecer nuestras habilidades para lograr bienestar en otras personas; disfrutamos con el contacto directo con ellas y experimentamos disposición e ilusión para ello.
- **Habilidad perceptiva.** Somos personas observadoras que tenemos capacidad para identificar e interpretar aquello que percibimos y de anticiparnos al desenlace de situaciones poco comunes.
- **Simpatía.** Sentimos inclinación a tratar con cordialidad y afabilidad a las personas con quienes nos comunicamos y, en consecuencia, nuestro comportamiento inspira emociones positivas en ellas y las predispone a confiar en nosotros.
- **Empatía.** Nos resulta fácil percibir los estados de ánimo de otras personas y sentirnos cercanos a ellas, lo cual nos permite entenderlas y ponernos en su lugar.
- **Motivación.** Comprendemos los objetivos y el alcance de nuestra tarea, sentimos interés, satisfacción e ilusión en su desempeño y, en consecuencia, nos sentimos impulsados a proceder con diligencia, es decir, con esmero y prontitud.
- **Responsabilidad y autonomía.** Tomamos decisiones consecuentes con los valores y los objetivos de NH Hoteles, de acuerdo con el rol que nos corresponde y la tarea que tenemos encomendada, sin necesidad de recurrir al momento a otras personas de nuestro equipo.
- **Habilidad de comunicación.** Sabemos aquello que queremos expresar porque lo comprendemos y somos capaces de explicarlo con claridad, expresividad y orden, poniendo atención en si nuestro interlocutor comprende el mensaje que deseamos transferirle. Mostramos disposición a reformularlo o a expresarlo con otras palabras cuantas veces sea necesario para constatar que hemos conseguido nuestro propósito.
- **Buen nivel de conocimientos técnicos y profesionales.** Estamos preparados para desempeñar la tarea que se nos ha asignado y tenemos una actitud abierta a aprender de los demás, así como a adoptar nuevos conocimientos que puedan revertir en una mejora en la calidad de nuestro trabajo.

3.2 La imagen del personal de Recepción



Nuestra imagen, la imagen que proyecta nuestro personal de recepción es muy importante ya que es lo primero que el cliente percibe al entrar en el hotel, lo cual determinará en gran medida su percepción sobre la calidad del servicio en el hotel y lo que se asocia a ella.

Dada la importancia que tiene la primera impresión del cliente a la llegada al hotel y que, en gran parte, ésta depende de la imagen que transmite el personal de Recepción, es importante que se preste atención a esto. Eso es así, no solamente por la imagen en sí que observa el cliente, sino por lo que asocia a ella.

Adoptar un lenguaje corporal adecuado ayuda en el momento de atender a las personas que acuden a la recepción.

El uniforme:



- Vestir el uniforme homologado durante toda la jornada laboral perfectamente limpio y planchado.
- La chaqueta debe estar en todo momento bien abrochada y el cuello de la camisa cerrado.
- Se dispondrá en el hotel de un uniforme limpio de reserva.
- No se añadirán decoraciones personales al uniforme.
- Informar al responsable cuando creas que el uniforme debe ser reemplazado.

El identificador:



- Todos los empleados, incluidos los alumnos en prácticas deberán llevar la placa identificativa homologada.
- El identificador deberá estar situado en la parte superior izquierda de la chaqueta con el nombre (en caso de nombres compuestos uno de ellos irá abreviado) y primer apellido del empleado completos.
- Todos los hoteles deberán contar con una máquina rotuladora tipo DYMO que permite hacer pegatinas para los identificadores. La cinta deberá ser transparente o plateada.
- El tipo de letra deberá ser negra, se utilizará fuente Avenir 12. La primera inicial siempre irá en mayúsculas y el resto en minúsculas.
- Utilizar las banderas correspondientes a los idiomas que el personal hable de forma fluida.
- Existen placas identificativas especiales para alumnos en prácticas.
- El distintivo o chapa de NH&YOU deberá estar situado en la parte superior izquierda de la chaqueta, encima del indicador.

Apariencia:

	Maquillaje discreto
	Adornos y joyas no ostentosas
	Zapatos limpios y altura del tacón apropiada
	En caso de tener el pelo largo (por debajo de los hombros), se deberá llevar recogido
	Uso de medias de color natural
	Si se usa esmalte, se elegirán colores claros o discretos
	No se permitirá el pelo largo
	Bien afeitados o barba y/o bigote bien cuidados
	Zapatos limpios y los cordones bien abrochados
	Ausencia de pendientes
	Perfume suave
	Calzado clásico de color negro
	Cabellos limpios y bien peinados
	Ausencia de piercing en partes visibles del cuerpo
	Color de cabello neutro, no llamativo
	Uñas cuidadas, siempre cortas en el caso de los hombres y cortas o de un largo moderado en las mujeres
	Sólo se podrá llevar un reloj y/o un anillo discretos (ni collares ni pulseras, por medidas de seguridad laboral)

Higiene:

- Es muy importante cuidar el aseo diario y utilizar desodorante.
- Se evitará el uso de perfume fuerte.

Artículos personales:

- No está autorizado el uso de teléfonos móviles u otros dispositivos electrónicos personales durante la jornada de trabajo.
- Todos los artículos personales deberán permanecer en las taquillas.

El orden y la limpieza:

Son expresión de un lenguaje mundialmente reconocido y, sin duda alguna, son un potente canal de transmisión de nuestra imagen corporativa y de nuestra voluntad de cuidar los detalles. La limpieza es una responsabilidad compartida por todos.

Recuerda comprobar que:

- Todos los objetos estén en su lugar (butacas, paragüeros, equipajes o paquetes que los clientes nos han pedido que custodiemos)
- La prensa diaria esté disponible y ordenada.
- Las papeleras estén vacías.
- El mostrador esté libre de polvo.

- Los ceniceros estén limpios de papeles, envoltorios o cualquier cosa que pueda haber dejado algún cliente.
- Las flores se encuentren en buen estado.
- La música, la iluminación y la climatización del hall sean las adecuadas.
- Los listados, notificaciones, avisos y todo tipo de documentación interna no estén a la vista del cliente.
- La información sobre los tipos de cambio de moneda esté colocada en un lugar visible.
- No haya manchas en tapicerías, moquetas ni alfombras.
- El material corporativo (NHHG Rewards, Agua de la Tierra, marco digital, etc.) se encuentre perfectamente colocado sin entorpecer la comunicación con el cliente.
- Las pantallas de los ordenadores estén situadas de manera que faciliten la comunicación con el cliente y no se conviertan en una barrera.

A la hora de manejar documentos tratar de ser muy organizado para evitar que se pierdan o se traspapelen. Archivarlos en las carpetas y cajones adecuados. Si la afluencia de clientes impide colocarlos en el lugar oportuno, se apartarán fuera de la vista del cliente y se agruparán con clips para evitar que se mezclen.

3.3 Las normas básicas de cortesía

Las normas básicas de cortesía garantizan una atención profesional:



- Jamás se atenderá a un cliente estando sentado; en cuanto veamos que un cliente se acerca, adoptaremos una postura formal, levantando la vista, supervisando y prestando atención, evitando utilizar palabras malsonantes, gestos despectivos o hacer comentarios fuera de lugar.
- Dirigirse a los clientes con los tratamientos de Señor o Señora y el apellido, si lo conocemos.
- No tutear al cliente; ni siquiera cuando es cliente habitual a menos que nos lo pida expresamente. Aun cuando nos lo haya pedido previamente nunca lo tutearemos delante de otras personas.
- Dirigirse a los clientes de manera educada, amigable y eficiente.
- Mantener un tono de voz audible por el cliente al que nos dirigimos pero no para el resto de las personas que están a nuestro alrededor.
- Mantener con los clientes una relación cercana pero sin excesos de confianza.
- Dar la bienvenida al cliente cuando llega y desear “buen viaje” cuando deja el hotel.
- Ser discretos y, por supuesto, en ningún caso comentar con un cliente detalles sobre otro cliente que esté, vaya a estar o haya estado en el hotel. Bajo ninguna circunstancia se hará mención o se criticará a ningún cliente, ni si quiera cuando recibamos una queja por parte de otro cliente sobre él.
- Usar un vocabulario cortés.
- No utilizar vocabulario malsonante ni rudo.

- Evitar gesticular de manera exagerada.
- No pronunciar comentarios desagradables.
- Evitar mantener conversaciones sobre temas internos o personales en presencia de clientes o en áreas públicas.
- Mirar a los ojos al cliente cuando nos hable y, siempre que podamos, cuando seamos nosotros los que nos dirigimos a él.
- No realizar llamadas privadas en horario laboral salvo previa aprobación del supervisor directo. Para ello no debemos utilizar el teléfono de Recepción y en ningún caso el de la Centralita. Piensa en la imagen que estará dando el hotel al cliente que trata de ponerse en contacto y nadie lo atiende.
- Dar las gracias a todos y cada uno de nuestros clientes de forma sincera al finalizar cada interlocución con ellos.
- Utilizar “por favor” en cada petición de información que hagamos al cliente.
- Cuidar la comunicación no verbal. Recuerda que durante toda la jornada laboral estamos en escena.
- Mantener apagados durante todo el turno los teléfonos móviles. Si por causa de fuerza mayor y de manera excepcional, debemos tenerlo encendido será en modo silencio.
- No hablar de precios de habitación delante de otros clientes y, si tuviéramos que hacerlo, procuraremos que no escuchen nuestra conversación. Para ello, podemos dar la información por escrito al cliente haciendo referencia a las tarifas, pero sin decir el valor económico.
- No masticar chicle; no comer ni beber dentro de la Recepción.
- No leer prensa dentro de la Recepción aun cuando no se vea lo que estamos leyendo.
- No utilizar nuestro argot profesional para dirigirnos al cliente (Ejemplo: party ID, check in, check out, 20 horas, etc.)

3.4 El protocolo de seguridad

La seguridad es un aspecto a cuidar al máximo ya que incide directamente en la calidad de nuestro servicio y en la imagen que proyectamos de NH Hoteles al cliente. Destacamos las pautas básicas que se deben seguir de manera escrupulosa:

- En el momento de la bienvenida o en cualquier otra interacción con el cliente, nunca mencionaremos el número de su habitación; en todo caso, únicamente la planta donde se encuentra la misma.
- En ningún caso proporcionaremos a nadie información de los clientes. Tampoco suministraremos información acerca de:
 - Hora de salida y entrada del cliente.
 - Información personal de ningún tipo.
 - Fechas de entrada y salida.

- Ningún dato sobre estancias o clientes alojados en el pasado o información sobre reservas en el futuro.
 - Cuando llamen preguntando por un cliente, pasaremos la llamada directamente a su habitación, pero nunca diremos el número de habitación del cliente a la persona que llama ni aun cuando esta persona nos lo solicite.
 - Solo entregaremos el duplicado de una llave de habitación previa identificación mediante algún documento acreditativo de la persona que lo pide, y habiendo confirmado que se trata de la misma persona que está alojada en dicha habitación, o a otra persona por autorización expresa del cliente que está alojado.
 - Para dar esta autorización, debe facilitarnos el nombre y los apellidos de la persona que pedirá el duplicado de la llave. Cuando esta persona pida el duplicado, confirmaremos su identidad solicitando algún documento acreditativo.
- Debemos tener en cuenta que, en el caso de salones, seguiremos el mismo tratamiento. Cuando se nos pida la llave de un salón, comprobaremos que la persona encargada de este salón es la única persona autorizada para pedir la copia de la llave.
 - Cualquier elemento u objeto que deje un cliente en Recepción o consigna, para recoger por otra persona, se entregará al solicitante previa identificación mediante algún documento acreditativo. No olvides pedir al cliente que deposita el objeto, al menos, el nombre y apellidos de la persona que vendrá a recogerlo.
 - El tono de voz que utilizaremos siempre, tanto por teléfono como presencialmente, sólo será audible por la persona a la que nos dirigimos. A nadie más le interesa conocer la conversación que mantenemos con el cliente o con un compañero de trabajo.
 - Debemos estar atentos al movimiento de entrada y salida de personas en el hotel. Te recomendamos saludar a cualquier persona que entre o salga ya que no sólo apreciará nuestra cordialidad sino, además, cierto control para su propia seguridad. Ten especial cuidado a las horas en las que haya mucha gente en el hall de Recepción, sobre todo si tenemos muchos clientes en el mostrador (horas de check-in o check-out). Debes estar atento si detrás de los clientes que atiendes en el mostrador hay más personas por el hall.
 - Descuido de equipajes. Si hay alguna maleta en el hall se debe guardar en consigna o recomendar al cliente propietario del equipaje el servicio de consigna.
 - Tenemos que anotar fecha y hora exacta de cualquier incidente o situación poco habitual para facilitar el proceso de búsqueda en las grabaciones de seguridad.
 - Garantizaremos que todas las salidas de emergencia están claramente señalizadas y se mantienen siempre libres de obstáculos.
 - Si detectamos a una persona con actitud sospechosa lo notificaremos inmediatamente.

Nuestra relación con el cliente es cuestión de confianza. Debemos darle las máximas garantías de que somos merecedores de ella. Es por eso que nos comprometemos a seguir estrictamente nuestro protocolo de seguridad.

4 Estructura del Manual

A lo largo de los documentos encontraremos iconos que nos servirán para situar el procedimiento en cada caso.

