

MANUALE FRONT OFFICE



Tutti i diritti riservati Nessuna parte di questo documento può essere riprodotta senza il consenso previo di 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 del dipartimento Front Office.
- 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 (clienti, aziende, agenzie, fornitori, dipendenti, 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.

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 Housekeeping 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.

3 Norme basilari di comportamento

3.1 Profilo del personale del Front office

Le caratteristiche che rendono speciale il personale del Front office sono:



- **Vocazione al servizio:** attribuiamo un significato all'offerta delle nostre capacità per il raggiungimento del benessere degli altri; ci piace il contatto diretto con la gente e lo attendiamo con gioia.
- **Capacità percettiva:** siamo persone osservatrici e siamo capaci di identificare e di interpretare ciò che percepiamo e di anticipare soluzioni per situazioni inusuali.
- **Amichevolezza:** trattiamo in modo cordiale e affabile le persone che incontriamo e trasmettiamo loro emozioni positive, portandoli a fidarsi di noi.
- **Empatia:** capiamo facilmente lo stato d'animo delle persone e ci sentiamo vicini a loro, il che ci aiuta a comprenderli e a metterci nei loro panni.
- **Motivazione:** comprendiamo gli obiettivi e le mansioni che ci vengono affidati, mostriamo interesse e soddisfazione quando li svolgiamo e ci sentiamo quindi motivati a comportarci con diligenza, attenzione e prontezza.
- **Autonomia e responsabilità:** prendiamo decisioni seguendo gli obiettivi e i valori di NH Hoteles, in base al ruolo e alla mansione che stiamo svolgendo, senza chiedere aiuto al resto del personale.
- **Abilità comunicativa:** sappiamo cosa comunichiamo perché conosciamo a fondo argomento e sappiamo spiegarlo con chiarezza, ordine e espressività, preoccupandoci sempre di chi abbiamo davanti e che comprenda il messaggio che vogliamo comunicare. Cambiamo la struttura e le parole della frase tutte le volte che siano necessarie affinché il nostro interlocutore comprenda il messaggio.
- **Buon livello di conoscenza tecnica e professionale:** siamo pronti a svolgere tutte le mansioni che ci vengono assegnate e siamo aperti a imparare nuovi compiti, perché la conoscenza migliora la qualità del nostro lavoro.

3.2 L'immagine del personale del Front office



La nostra immagine, l'immagine del personale del front office, è molto importante: è la prima cosa che il cliente vede quando arriva in hotel e condiziona l'immagine che il cliente ha **della qualità del servizio e dell'hotel**.

Data l'importanza della prima impressione che il cliente si forma dell'hotel quando arriva per la prima volta e considerando che l'immagine del personale del front office la influenza molto, è molto importante prestare particolare attenzione. Non è importante solo perché è quello che il cliente vede ma anche perché influisce su quello che il cliente pensa.

Adottare un linguaggio del corpo corretto è di aiuto quando un cliente si rivolge al front office.

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.
- La spilla NH&YOU deve essere sistemata sulla parte in alto a sinistra della giacca, sopra l'etichetta.

Aspetto:

	Trucco discreto
	Gioielli non appariscenti
	Scarpe pulite e tacchi di altezza appropriata
	In caso si abbiano i capelli lunghi (oltre le spalle), portarli legati
	Collant di colore naturale
	Se si usa lo smalto per le unghie, deve essere di colore delicato e discreto
	Non sono permessi i capelli lunghi
	Ben rasati o con barba e baffi curati
	Scarpe pulite e correttamente allacciate
	Non sono permessi orecchini
	Profumo delicato
	Scarpe classiche nere
	Capelli puliti e pettinati
	Nessun piercing visibile
	Colore di capelli naturale, non vistoso
	Unghie pulite e curate, sempre corte per gli uomini, corte o medie per le donne
	È permesso indossare solo un orologio discreto e/o un anello (per ragioni di sicurezza non sono permessi bracciali e collane)

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.

Atenzioni! Ricordare:

- Tutti gli oggetti devono essere al loro posto (poltrone, portaombrelli, bagagli o pacchi che il cliente ha chiesto di tenere in custodia.)
- La stampa del giorno deve essere in ordine e a disposizione dei clienti.
- I cestini devono essere vuoti
- Non deve esserci polvere sul bancone
- I portacenere non devono essere carte, plastica o qualsiasi altro oggetto che qualche cliente potrebbe averci lasciato.
- I fiori devono essere in buone condizioni.
- La musica, le luci e l'aria condizionata devono essere appropriate.
- Non devono esserci alla vista del cliente, documenti, appunti o note.
- L'informazione del cambio delle valute estere deve trovarsi in un posto visibile.
- La moquette o i tappeti non devono avere macchie.
- Il materiale aziendale (NHHG Rewards, Agua de la Tierra, cornici digitali, ecc.) deve essere sistemato in modo da non disturbare la comunicazione con il cliente.
- I computer devono essere collocati in modo da permettere la comunicazione con il cliente e non diventare un muro separatorio.

Nella gestione della documentazione, mantenere ordine e organizzazione in modo che nulla possa perdersi. Archiviare i documenti nelle apposite cartelle o cassette. Se c'è un alto afflusso di clienti in hotel e non riusciamo a archiviare correttamente i documenti, li uniremo in gruppi con graffette per evitare che si mischino. .

3.3 Norme fondamentali di cortesia

Le norme basilari di gentilezza garantiscono un'assistenza professionale:



- Mai servire il cliente stando seduti; appena il cliente si avvicina, adottare una postura formale, alzare lo sguardo, controllando con attenzione, evitare parole scortesie, movimenti bruschi o commenti fuori luogo.
- Chiamare il cliente "Signore" o "Signora" o utilizzando il cognome, se si conosce.
- 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.
- Essere amichevole, gentile ed efficace con il cliente.
- Mantenere un tono di voce tale per cui il cliente possa sentirci, ma non il resto delle persone intorno.
- Mantenere un rapporto stretto con il cliente ma senza abusare della sua confidenza.
- Dare sempre il benvenuto al cliente quando arriva e augurare un buon viaggio, quando va via.
- Mantenere un atteggiamento di riservatezza e non fare commenti in nessuna occasione con un cliente a proposito di altri clienti che soggiornano o lo hanno fatto in passato o lo faranno in futuro, in hotel. Mai fare commenti o critiche su un cliente anche se il cliente lo fa.
- Usare un vocabolario educato.
- Non usare un linguaggio volgare.
- Non gesticolare troppo.
- Non fare commenti sgradevoli.
- Evitare di mantenere conversazioni su temi personali o interni in presenza di clienti o in zone pubbliche.
- Guardare sempre negli occhi il cliente quando ci parla e quando noi parliamo a lui/lei (se possibile).
- Non fare telefonate private nelle ore di lavoro senza un'autorizzazione espressa di un supervisore. Mai usare il telefono della reception o il centralino. Pensare all'immagine che si fa il cliente se prova a contattare l'hotel e nessuno gli risponde.
- Ringraziare sempre con gentilezza e sincerità il cliente, dopo qualsiasi conversazione.
- Dire "per favore" per ogni richiesta di informazioni che facciamo al cliente.
- Prestare attenzione alla comunicazione non verbale. Ricordare che siamo sul palco per tutta la durata del turno.
- Mantenere i telefoni cellulare spenti. Solo in casi eccezionali, si può tenere acceso ma senza volume.

- Mai parlare di prezzi davanti ad altri clienti, in caso accada, evitare che di farsi sentire. Per evitarlo, si può dare al cliente un foglietto con il prezzo scritto, ma non bisogna mai dirlo a voce alta.
- Non masticare gomme, non mangiare e non bere alla reception.
- Non leggere giornali alla reception, anche se non si è alla vista del cliente.
- Non usare il linguaggio professionale con il cliente (Es.: party ID, check-in, check-out, 20 ore, ecc.)

2.4 Misure di sicurezza

La sicurezza è uno degli aspetti a cui il front office deve prestare particolare attenzione perché influenza direttamente il servizio e l'immagine di NH Hoteles. Di seguito illustriamo le norme basilari di sicurezza da seguire rigorosamente:

- Sia quando diamo il benvenuto al cliente o in qualsiasi altra interazione, non bisogna mai dire il numero della camera, ma solo il piano.
- Mai fornire informazioni riguardo agli ospiti a nessuno. Mai fornire informazioni su:
 - Ora di arrivo e di partenza (è molto comune che ci chiedano quando è uscito il cliente o se sappiamo quando tornerà, ecc.)
 - Qualsiasi altro dato personale
 - Data di arrivo o di partenza
 - Qualsiasi dato relativo a soggiorni passati o futuri.
 - Quando si riceve una chiamata per un cliente, trasferire direttamente la chiamata al cliente e non dare il numero della camera, nemmeno se richiesto.
 - Dare un duplicato della chiave solo alle persone con un documento di identità che confermi che si tratti della persona alloggiata in hotel o autorizzata dall'ospite.
 - Se il cliente vuole autorizzare una persona a richiedere un duplicato, prendere nota del suo nome completo. Al momento della richiesta del duplicato, confermare il nome rilasciato con un documento valido.
- Per le sale meeting, seguire le stesse direttive. Quando ci si richiede un duplicato della chiave, richiedere alla persona un documento di identità valido.
- Qualsiasi oggetto lasciato in reception dai clienti per altre persone deve essere consegnato dopo un controllo di documenti, richiedere al cliente di fornire il nome completo della persona che ritirerà l'articolo.
- Mantenere un tono di voce tale per cui il cliente possa sentirci, ma non il resto delle persone intorno. Le conversazioni che manteniamo con clienti o colleghi non interessano a terze persone.

- Controllare sempre le persone che entrano e escono dall'hotel. Si consiglia di salutare sempre chi entra e chi esce dall'hotel, è un gesto di cordialità ma anche un controllo di sicurezza. Prestare particolare attenzione nei momenti in cui c'è molta gente nella hall, soprattutto al banco del check-in (o check-out). Controllare se ci sono persone nella hall, oltre ai clienti con cui stiamo parlando.
- Bagagli smarriti. Se nella hall si trovano bagagli, devono essere lasciati in deposito o si deve consigliare al cliente di farlo.
- Prendere nota di data e ora in cui si verificano situazioni inusuali per aiutare la ricerca nelle registrazioni di sicurezza.
- Controllare che le uscite di emergenza siano indicate in modo chiaro e che non ci siano ostacoli per l'accesso.
- Se si notano persone sospette, notificarlo immediatamente.

Il nostro rapporto con i clienti è basato sulla fiducia. Dobbiamo dare ai clienti la garanzia che meritiamo la loro fiducia. Per mantenere questo impegno, è necessario seguire il protocollo di sicurezza.

4 Struttura Manuale

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

