



Выражение «Сервис класса Люкс» для меня является полной противоположностью фразы «Ждёте хорошего обслуживания? Ждите дальше». Когда предприятие заявляет, что оно предоставляет «лучшее» обслуживание, я ожидаю от него именно сервис класса «Люкс». Для этого необходимо не просто обслужить гостя по стандартам, но и превзойти его ожидания.

Часто, когда мы идем в предприятия гостеприимства, мы всегда ожидаем определенные вещи: нам улыбнуться, принесут все вовремя, решат наши проблемы (если это касается именно заведения) и многое другое. Но для заведения с сервисом класса «Люкс» необходимо большее. А именно особое отношение к каждому гостю, которое будет заметно только ему и, главное, оно должно быть искренним.

Заведение должно обладать возможностью решить почти любую проблему гостя. Особенно это касается гостиниц, так как туда гости приезжают в тот момент, когда их дом остается где-то позади. Для этого необходимо не просто набрать персонал и научить его всему необходимому. Нужно еще на уровне подбора сотрудников выяснить, может ли кандидат проявить себя не просто как хороший исполнитель, а именно, как хороший хозяин своего дома. Неслучайно мы называем наших гостей «гостями». По моему мнению, это появилось от того, что любое предприятие в сфере гостеприимства, как бы приглашает людей к себе в гости и делает так, чтобы время пребывания посетителя было по-настоящему уютное, комфортное, а главное по искреннему доброе.

2) Какими характеристиками обладает первоклассный сервис

«Люксовый» сервис сочетает в себе множество факторов, как внешних, так и внутренних. Сотрудник должен не просто знать все стандарты, нормы и правила. Во многом, он должен жить ими!

В индустрии гостеприимства есть множество принципов, например таких, как «уважайте гостей», «представьте, что гость – гость вашего дома», «мы радушны и приветствуем каждого гостя улыбкой» и многое другое. Все эти принципы завязаны на таких качествах, как доброта, открытость, умение сопереживать (эмпатия), искренность. Этим качествам невозможно научить, они либо есть, либо

нет.

Поэтому, на мой взгляд, первоклассный сервис, в первую очередь, включает в себя – искреннюю заботу о госте, желанием ему помочь, не смотря на свои трудности/переживания, действительно ценить гостей, так как именно они – наш заработок.

3) Какие преимущества несет в себе предоставление сервиса класса «Люкс» самому предприятию гостеприимства, непосредственно гостю и самому персоналу.

Каждый участник процесса предоставления сервиса класса «Люкс» имеет свои преимущества. Давайте разберём какие именно.

Для гостей подобный сервис несет однозначно «улучшение качества его жизни». Это когда он не просто уверен, что ему будет хорошо от посещения ресторана/гостиницы. Гость узнает/попробует что-то новое, будет находиться в комфорте, который подходит ему, не будет переживать за свою безопасность, и главное, он будет знать, что его уважают и он важен для заведения, а ведь это так приятно каждому из нас.

Для персонала «люксовый сервис» несет в себе массу возможностей. В первую очередь, это возможность для саморазвития. Для предоставления лучшего сервиса необходимо знать очень многое, иметь широкий кругозор, уметь держать себя в руках (этому качеству можно научиться).

Во вторых, это потенциальный карьерный рост, так как сотрудник, который действительно знает все тонкости работы с гостями и предоставляющий лучший сервис имеет все возможности развиваться и в последствии быть руководителем, HRом, наставником.

И в третьих – положительные эмоции от гостей! Каждый из нас любит, когда нас благодарят, хвалят. Поэтому, видя довольные лица наших гостей мы сами заряжаемся на еще большие подвиги ради них.

Для предприятия сервис класса «Люкс» также несет множество положительных сторон. Во-первых прибыль. Довольные гости приходят чаще или как минимум с определенной периодичностью. Так, например, сеть кофеен «Кофемания» добилась того, что 70-80% их гостей – постоянные, из чего вытекает стабильный (+/-) доход.

Во-вторых, предприятия, которые по-настоящему преподносят отличный сервис и которые зарекомендовали себя подобным образом, могут позволить себе иметь не низкие цены, так как гости будут знать, за что они платят.

В-третьих – снижение текучести кадров, так как, сотрудники, которые работают с удовольствием, получают хорошую обратную связь от начальства и гостей, а также достойную зарплату, с меньшей вероятностью будут пытаться сменить место работы.

4) Как вы относитесь к такому выражению «Первоклассный сервис не имеет звездности», согласны ли вы с ним?

Действительно, во многих гостиницах или ресторанах, не имеющих так называемой «звездности» может быть предоставлен первоклассный сервис. Но не сервис класса «Люкс». На мой взгляд – это разные понятия. Результат обоих понятий – довольный гость, но во втором необходимо действительно обладать большим количеством профессиональных навыков, знать и отлично исполнять стандарты заведения, а также очень оперативно решать запросы гостей, причем иногда, не находящиеся в компетенции заведения/сотрудника, когда в первом гость может закрыть глаза, на какие-то упущения.

Могу привести пример заведения «Кот Шрёдингера». Оно не является «звёздным», находится в труднодоступном месте, обладает особой атмосферой, которая во многом чужда «Люксовым» заведениям. Но при этом, работающие там сотрудники создают для вас условия и эмоции (положительные), которые вы наверняка запомните. На следующий день после посещения, вы не вспомните о том, что блюдо вам несли не 12, а целых 25 минут, что бармен забыл принести вам ваш коктейль или какую то ещё проблему. Благодаря многим положительным качествам сотрудников, а именно открытости, искренности, доброжелательности и в принципе атмосферы самого заведения, вы закрываете на все эти вещи глаза и вспоминаете о том, что вчера находились в месте, куда хочется прийти еще раз. И это можно назвать первоклассным сервисом, но не «Люксовым». Во втором, лично я ожидаю то, что помимо отличного настроения, в заведении не будет допущено ошибок в процессе моего обслуживания.

5) Чем составляющие гостиничного продукта, такие как, «мягкие факторы» и «жесткие факторы» отличаются друг от друга и чем, каждый из них важен в предоставлении безупречного сервиса ?

Основное отличие «мягких» и «жестких» факторов заключается в том, что первые даны нам с рождения и воспитываются в нас в процессе социализации, а вторые являются приобретенными. Причем очень часто, именно в индустрии гостеприимства «жесткие» навыки невозможно приобрести без наличия «мягких». Например, сотрудник, не обладающий трудолюбием и стрессоустойчивостью, гораздо с меньшей вероятностью изучит огромное количество стандартов «люксового заведения» или сдаст аттестацию перед всеми инстанциями. Поэтому многие кандидаты слетают с отбора именно в процессе обучения.

Люксовый сервис возможен только тогда, когда в сотруднике очень тесно переплетены «мягкие» и «жесткие» факторы.

Мягкие факторы: доброжелательность, искренность, эмпатия, стрессоустойчивость, трудолюбие, улыбочивость.

Жесткие факторы: знание стандартов и норм, знание продукта, навык решения проблем.

Обладая вышеперечисленными «мягкими» факторами сотрудники могут создать атмосферу уюта и комфорта. Благодаря «жестким» факторам работники предприятия вселяют в гостя уверенность, что его потребности будут удовлетворены так, как он ожидает, а возможно. Но только объединив в единое целое возможно предвосхитить ожидания гостя.

б) Назовите предприятия гостеприимства (рестораны/отели) в России, которые, на ваш взгляд, предоставляют сервис класса «Люкс»

На мой взгляд в нашей стране представлено множество заведений с предоставлением сервиса класса «Люкс» как в ресторанном, так и в гостиничном сегментах.

Такие заведения, как сеть кофеен «Кофемания», ресторан «Большой», рестораны группы «Делос» («Пушкин», «Турандот», «Шинок», «Матрёшка») – зарекомендовали себя как лучшие заведения в городе с отличным сервисом. Также открываются новые заведения, которые показывают пример для подражания в области сервиса. Среди таких можно выделить недавно открывшийся «I Van Gogh».

Среди гостиниц с сервисом класса люкс можно выделить такие как «Метрополь», «Марриотт Гранд Отель», «Редиссон Украина», «Националь», «Савой», «Балчуг Кемпински».

Все эти гостиницы и рестораны предоставляют, на мой взгляд, лучший сервис в Москве, и я считаю, что новым предприятиям гостеприимства необходимо равняться на них.