



Для меня «Люкс» является поистине космополитическим явлением. Новые «люксовые» качества формируются с новым изяществом. Люкс — это возвышенность мысли, утонченность чувств, красота исполнения. Мы рождаемся с внутренним стремлением к совершенству. Мы все нуждаемся в хорошем качестве жизни и общения.

Качественный сервис — это концентрация всех ресурсов и всех сотрудников компании на удовлетворении клиентов. Именно всех сотрудников, а не только тех, которые непосредственно общаются с клиентом — лично, по телефону или через Интернет. Сервис — это все: продажи, складское хозяйство, доставка, товарноматериальные запасы, обработка заказов, кадры, отношения с сотрудниками, установка и монтаж, корреспонденция, выставление счетов, продажи в кредит, финансы и бухгалтер, реклама и связи с общественностью, обработка данных и т. д. Элемент обслуживания есть во всем, что делает каждый сотрудник в компании, потому что в итоге любая деятельность влияет на реальное или воспринимаемое качество продукта или услуги, приобретаемых клиентом. Функции сервиса — сохранить имеющихся клиентов, привлечь новых и создать у всех клиентов потребность продолжать сотрудничество с вашей компанией. Иными словами, задачи качественного сервиса: поддержание клиентской базы; развитие клиентской базы. С точки зрения отношений качественный сервис — это: заботливость; вежливость; честность; готовность помочь; оперативность; доступность; дружелюбие; знания; профессионализм. Большинство жалоб на плохое обслуживание вызвано равнодушным, холодным и даже оскорбительным отношением обслуживающего персонала к клиентам. Запомните: отношение, которое увеличивает удовольствие от процесса покупки, для клиентов важнее, чем надежность или цена. + Но мы по-прежнему упорно придерживаемся заблуждения, что люди рождаются со всеми навыками, необходимыми для предоставления качественного сервиса, и с желанием применять эти навыки.

Требования к персоналу в распространенных стандартах прописаны далеко не столь четко, в то время как от того, как ведут себя сотрудники отеля, в не меньшей степени зависит впечатление гостей. Что же такое сервис класса люкс? Все работает всегда

– Вы никогда не увидите перегоревшую лампочку, сломавшийся замок или даже полную пепельницу. Потому, что даже минимальные поломки исправляются сразу же – благодаря круглосуточной работе технических служб и внимательности и вовлеченности абсолютно всех сотрудников.

Приветливость и контактность

– все сотрудники отеля обязательно первыми здороваются, улыбаются, выражают готовность помочь гостю. Если гостю приходится самому обращаться к сотрудникам или отвлекать их своими просьбами от «более важных» дел – это не пятизвездочный отель!

Теплота без фамильярности

– все сотрудники чувствуют тонкую грань между дружелюбием и панибратством – и умеют ее не переходить. Вы встретите теплую улыбку, дружественное приветствие, но не встретите похлопывания по плечу или развязного тона. Общий стиль общения, которому обучают персонал – очень теплый и доброжелательный – и, вместе с тем, предполагающий определенную дистанцию.

Полная конфиденциальность

– вся информация о гостях в отеле класса люкс доступна только самому гостю и сотруднику отеля. Постороннему лицу никогда не ответят на вопрос, проживает ли в данном отеле господин X, а также, в каком номере он остановился, как поздно возвращается в номер или какое вино заказывает.

Незаметность

– для сотрудника отелей важно умение выполнять свою работу не привлекая к себе особого внимания. И горничные, и официанты, и сотрудники технических служб – «волшебники-невидимки», умеющие поддерживать гостевые зоны отеля в идеальном состоянии, практически там не появляясь.

Индивидуальный подход

– профессиональный сотрудник, увидев гостя во второй раз, сразу же узнает, приветствует, называя его имя, и общается с ним как с постоянным клиентом. Потому, что гости этого, как правило, ожидают, а для сотрудников отеля проводятся специальные тренинги по запоминанию лиц и имен.

Предвосхищение пожеланий гостя

- все сотрудники проходят обучение в том, как ориентироваться в потребностях гостя, поэтому гостям, в случае тех или иных затруднений, достаточно появиться в коридоре отеля с озадаченным лицом – и к нему обязательно сразу же подойдут и предложат помощь.

Клиенториентированность абсолютно всего персонала

- даже работникам службы безопасности вменяется в обязанность не только охранять отель от потенциальных преступников, но и помогать всем гостям, быть приветливыми, отвечать на вопросы гостей об отеле.

Постоянное внимание к гостю

- на территории отеля гостя постоянно кто-то сопровождает (если он, конечно, не захочет остаться в одиночестве). Дежурный менеджер, беллман или администратор ресторана – кто-нибудь всегда поможет гостю сориентироваться, найти необходимое помещение или просто расскажет об услугах отеля.

Узнаваемость сотрудников

- благодаря бейджам, строгому и очень подробно прописанному дресс-коду, деловому стилю поведения и запрету для сотрудников пользоваться услугами отеля – сотрудника всегда легко узнать и отличить от гостей. Поэтому любому гостю всегда легко найти рядом с собой человека, к которому можно обратиться за помощью.

Командность и корпоративный дух

- как правило, обучение по клиенториентированности и правилам сервиса проводится не только для сотрудников фронт-линии, но и для всего коллектива отеля – включая поваров, дворников и сотрудников офиса. Для чего это нужно? Для того, чтобы внимательность, вежливость, желание помочь и другие важные для идеального сервиса принципы – были неотъемлемой частью корпоративной культуры,

Обратная связь гостю

- если на выполнение той или иной просьбы гостя требуется время, профессиональный сотрудник обязательно комментирует ему, что происходит, как

скоро его проблема будет решена, какие усилия предпринимаются для этого.

Единый стиль в обслуживании

– во взаимодействии с каждым гостем проявляется уникальная концепция отеля. Классика и консерватизм – или динамизм и современность – или теплота и стремление создать «дом вдали от дома» – уникальный образ данного отеля будет проявляться абсолютно во всем.

Оперативность и уважение времени гостя

– время регистрации на ресепшен в отелях уровня пяти звезд стремятся свести к нулю, так же, как и время на выполнение пожеланий гостя, во многих отелях есть система мгновенной выписки гостя во время завтрака.

Возможность контакта гостей с руководством

– кабинет управляющего отелем, как правило, выходит непосредственно в гостевую зону, и у гостей есть возможность контакта непосредственно с первым лицом отеля. Помимо этого обычно проводятся регулярные встречи всех гостей с представителями руководства отеля.

Персонализация обслуживания

– например, приветствие VIP-гостю от генерального менеджера отеля, скорее будет написано от руки, чем напечатано на лазерном принтере.

Учет всех пожеланий

– стандарты многих отелей включают в себя требование к сотрудникам фиксировать в специальном файле особые пожелания гостя. Поэтому, если гость однажды назвал сотруднику сорт своего любимого пива, либо признался, что у него аллергия на собак – эту информацию учтут и при его следующем посещении отеля.

Специальный сотрудник, занимающийся сервисом и проблемами гостей

– в штате большинства отелей есть так называемый сервис-менеджер или дежурный менеджер. Это сотрудник, который занимается жалобами и проблемами гостей, к которому можно обратиться по любым вопросам, и которого всегда легко найти.

Система учета обратной связи

– если гость выражает недовольство чем-либо, в отеле класса люкс его пожелания будут не только выполнены незамедлительно, но и учтены в специальной системе, позволяющей вести учет жалоб гостей и использовать их как руководство к улучшению качества сервиса.

Я согласна с тем, что «Первоклассный сервис не имеет звездности». Так как всем прекрасно известно, что уровень обслуживания в любом отеле в любой точке земного шара зависит от его классификации — это может быть европейская система «звезд» или азиатско-африканская балльная система, взявшая за основу индийскую национальную систему. Однако всегда следует помнить, что единой мировой и общепринятой классификации не существует, как нет и глобального органа, присваивающего то или иное количество «звезд». В каждой стране есть свои особенности, отличающие классификацию, к примеру, турецких отелей от российских или французских. С другой стороны, многие требования к отелям, в зависимости от «звездности», естественно, одинаковы. Основными факторами являются количество и размер комнат, обслуживание, комфорт, оборудование в отеле и т. п. Аттестация отелей может быть проведена как на национальном, так и на международном уровне. Система «звезд», как уже было сказано, применяется в основном в странах Европы и многих других странах, например, в России, Китае, Бразилии и т. д. В качестве примеров можно рассмотреть французскую, голландскую и турецкую классификации, так как типичные свойства отелей того или иного количества звезд там легко прослеживаются.

В управлении гостиницами широко используется термин «гостиничный продукт», позволяющий подчеркнуть комплексный характер гостиничного предложения. Этот подход приемлем с точки зрения экономической теории, где «продукт» определяется как «результат» человеческого труда, хозяйственной деятельности, представленный в материально-вещественной, духовной, информационной форме, либо в виде выполненных работ и услуг. Понятие «гостиничный продукт», или продукт «гостиница», позволяет подчеркнуть комплексный характер гостиничных услуг. Гостиничный продукт содержит в себе жесткие и мягкие факторы. Жесткие факторы включают в себя материальные услуги. Это могут быть номера, меблировка, оборудование и питание. Эти факторы реальны и объективны, а также соизмеримы в отношении «цена - качество». Жесткие факторы имеют краткосрочное воздействие на гостей. Мягкие факторы – это не материальные услуги. Они включают в себя, сервис, психологическую атмосферу, дружелюбие, соучастие и инициативу. Эти услуги абстрактны, субъективны, отсутствуют

возможность предварительной оценки и создают внутренний образ предприятия. Мягкие факторы имеют долгосрочное воздействие на гостей. Сервис любого вида не может существовать без этих факторов. Для того, чтобы прибытие гостя было комфортным оба этих фактора должны быть задействованы. Для того чтобы сервис был безупречным, составляющие компоненты жестких факторов должны быть высшего уровня (дорогая мебель, чистые номера с хорошим ремонтом, новейшее оборудование и качественные продукты питания). Для того, чтобы обеспечить сервис со стороны мягких факторов, нужен грамотный подбор персонала и его постоянное обучение.

Отель Four Seasons предоставляет сервис класса «Люкс». Так как, 180 номеров и люксов отеля Four Seasons Hotel Moscow предлагают своим гостям панорамные окна, а большинство номеров гостиницы имеют балконы. Помимо эксклюзивной услуги Four Seasons Bed, гости смогут воспользоваться док-станциями iPhone, медиа-центрами с розетками для наиболее распространенных вилок, доступом к высокоскоростному беспроводному Интернету и iPad в каждом номере, спа-процедурами и многим другим. В ванных комнатах, отделанных мрамором, помимо ванн, предусмотрены душевые кабины, а душевые принадлежности специально выполнены на заказ знаменитым дизайнерским домом Roberto Cavalli. Благодаря 40 различным вариантам тщательно продуманной планировки номеров и видам, достойным художественных открыток, постоянные гости отеля могут запрашивать понравившиеся им конкретные номера. Большим спросом пользуются пять двухкомнатных номеров категории Grand Premier Suites. Самые роскошные номера отеля, расположенные на седьмом этаже, включают в себя люкс Pozharsky Royal Suite (520 кв. метров) с террасой, выходящей на Манежную площадь и Александровский сад, и немногим уступающий ему люкс Minin Presidential Suite площадью 468 кв. метров. Для бизнес-путешественников номера оснащены эргономичной мебелью с большими рабочими столами, кофе-машинами Nespresso и телевизорами высокого разрешения, которые при повороте трансформируются в зеркало. Для семей Four Seasons Hotel Moscow предлагает особые услуги и развлечения, которые порадуют самых юных гостей и их родителей, а также их домашних питомцев. Детей в номерах ждут традиционные русские матрешки, которые маленькие гости смогут раскрасить самостоятельно.