

Процедура работы с жалобами

Всегда позитивно относитесь к жалобам!

- жалоба (особенно приверженца) показывает потенциал для развития.
- помогает выявить новые тенденции в потребностях клиентов.
- служит источником информации о госте.
- дают возможность вернуть доверие клиента и наладить долгосрочное сотрудничество
- предотвращают распространение негативных отзывов.



Что произойдет, если сотрудник не справляется с жалобой.

-клиента можно потерять, можно вернуть.

-по статистике:

1 позитивный опыт от отеля – **плюс 4 новых клиента,**

1 отрицательный опыт от отеля – **минус сотни**

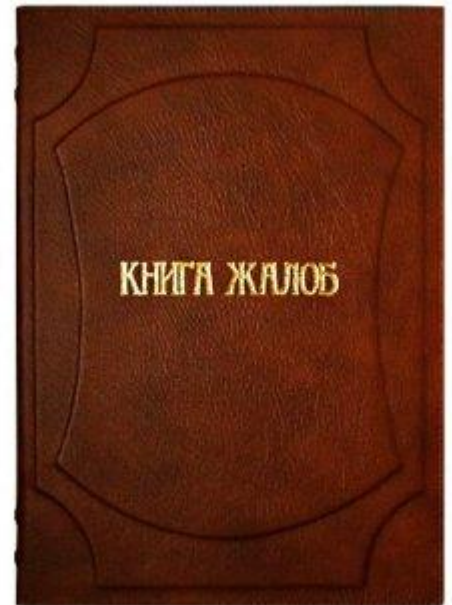
потенциальных клиентов

-Лишь 1 из 20 гостей пожалуется, остальные уйдут недовольные и будут распространять информацию.



Типы жалоб:

- критическое замечание
- обоснованные жалобы
- необоснованные жалобы типа;
- -надуманные / несуществующие проблемы
- -недопонимание / путаница



Типичное поведение гостя и сотрудника

Типичное поведение гостя:

- -эмоции
- -преувеличение
- -обобщение
- -агрессия
- -сомнение в вашей компетентности
- -угрозы

Типичное поведение сотрудника:

- -оправдание
- -эмоции
- -объяснения
- -агрессия
- -поза / высокомерие
- -молчание



- **Шаги по работе с жалобами**

Прием «ПОБЕДА»



- «П» - подождите и выслушайте пока гость доведет до конца свою мысль
- - подождите пока он/она немного успокоятся
- - поддерживайте зрительный контакт, слушайте активно, сохраняя позитивное выражение лица. Если вы говорите по телефону,- позитивно реагируйте.
- - не играйте в «футбольную команду»

- «О» - «очень жаль»
- -не стоит говорить, что гость во всем совершенно прав (вы же не слышали мнения другой стороны).
- -скажите, «что это досадная ситуация», что вы «понимаете эмоции и
- чувства гостя.

- «**Б**» - будьте конкретны, используйте технику открытых вопросов: «кто?»,
- «где?», «что?», «когда?»
- -делайте себе письменные пометки,- вы компетентный сотрудник, вы все записываете для отчета и, конечно, так вы ничего не забудете.

- «Е» -еще раз попросите гостя повторить основные моменты его жалобы

- «Д»- делайте все необходимое, чтобы исправить ситуацию:
- -поблагодарите гостя за его комментарии, уверьте его, что его мнение и комментарии очень ценны для нас.
- -обязательно обсудите сложившуюся ситуацию с директором службы
- -скажите, что именно вы намерены сделать и когда
- -не идите на уступки себе самому («еще не время»)
- -будьте корректны, осторожно с фразами типа «Я это проверю»

- «**A**»- убедитесь, что ситуация под контролем и претензия исчерпана.



Приемы конструктивного общения:

- «испорченная пластинка», пример: гость требует от вас невыполнимого, вы реагируете с позитивным выражением лица, но корректно и нейтрально отказываете гостю, если он настойчив, ваш ответ звучит в той же форме.
- выражение понимания, «эмпатия», «носить ботинки другого человека»
- выражение согласия
- частичное согласие
- «наведение тумана»

Методы работы с жалобами в соответствии с их типами



1.Критические замечания:

- Следует исправить ситуацию по возможности быстро, поблагодарить гостя за его комментарии.

2. Обоснованные жалобы:

- -дайте официальное извинение, пояснив, что это нестандартная ситуация и такого быть не должно.
- -открыто заявите, что это досадная исключительная ситуация.
- -не оправдывайтесь и никого не пытайтесь сделать виноватым
- -спросите, что вы можете сделать для гостя
- -по возможности предлагайте компенсацию или что-нибудь «специально для Вас»

- Избегайте фраз типа «Что тут у вас случилось?» или «Что у вас за проблема?», «У вас какие-то проблемы?», вы не доктор, и задавая такие вопросы рискуете услышать в ответ «Проблемы у вас, а у меня их нет» или т.п.



- Помните, вы являетесь лицом предприятия, от вас зависит возвращение гостя снова
- Во всех ситуациях оставайтесь позитивным и хладнокровным, сохраняйте достоинство, только уважающий себя человек умеет уважать других !



Клиенты гостиничных предприятий и их типы

- Рекомендуемое отношения к определенным психологическим типам клиентов
- Мотивы выбора отеля клиентами



- *Четкое представление психологического типа клиентов*
 - упрощение процесса обслуживания клиента
 - экономия времени
 - максимальное удовлетворение запросов и потребностей гостей
- *Типология клиентов разделяется по:*
 - темпераменту
 - поведению
 - виду принятия решений и др.



- Типология, в основу которой положены два параметра поведения –
- активность и эмоциональная отзывчивость, – выделяет следующие типы клиентов:
- «аналитик» – пассивный и неотзывчивый;
- «энтузиаст» – активный и отзывчивый;
- «активист» – активный и неотзывчивый
- «добряк» – пассивный и отзывчивый



Наиболее предпочтительным типом клиентов для гостиничного предприятия является клиент-«добряк».

Его обслуживание не вызовет никаких трудностей у персонала отеля

- «Аналитик»

- медлителен и нетороплив,
 - говорит негромко, без интонаций,
 - предпочитает общаться с менеджером через стол,
 - при разговоре скорее отклоняется назад, чем двигается навстречу ,
 - старается не смотреть собеседнику в глаза, одет посредственно.
- Характерная особенность «аналитика»: обожание деталей.
«Аналитик» может быть
 - многословным,
 - осторожным и нерешительным,
 - серьезным, с «недоразвитым» или отсутствующим чувством юмора

Персоналу отеля рекомендуется

- -говорить медленно,
- -четко излагать свои мысли,
- - уделять внимание мелочам,
- - отвечать на каждый вопрос,
- -давать фактические доказательства «за» и «против»,
- -приводить в пример удовлетворенных клиентов.
- Эмоции с таким клиентом работают мало – не становитесь с клиентом такого типа «на дружескую ногу».
- Лучше выглядеть консервативно, чем экстравагантно.
- С «аналитиком» нужно быть точным и пунктуальным. Он хочет различных гарантий, и при принятии решения ему важно ощущение безопасности

- Выдаваемая на руки информация должна быть хорошо оформлена, точна, со всеми запрашиваемыми данными.
- При выборе отеля для размещения аналитиком проведен сбор данных и анализ информации по огромному количеству отелей.
- В процессе контакта персонала службы приема и размещения с аналитиком важно не обмануть ожидания такого клиента, который после долгого и сложного выбора остановил внимание именно на вашем отеле.

- «Энтузиаста» отличают
- - энергичность,
- -живость,
- -выразительность,
- - экстравагантность.



- Мужчина-«энтузиаст» первым вступит в контакт с персоналом службы приема и размещения.
- Женщина -«энтузиаст» при встрече мило улыбается, открыто смотрит на работников отеля. Общаясь с персоналом гостиницы, «энтузиаст» предпочитает короткую дистанцию

Рекомендуемое отношение к типу «Энтузиаст»

- Разговорить его не представляет никакого труда.
- Красноречив и многословен, говорит быстро, громко и долго. Детали ему не очень важны.
- Работать с «энтузиастом» удобно, так как он открыт для общения.
- **«Энтузиаст» может быть:**
- -невнимательным к подробностям,
- -склонным к преувеличениям и обобщениям,
- -неорганизованным,
- -поверхностным и непредсказуемым,
- -импульсивным и нетерпеливым.
- Однако достаточно часто клиенты такого типа требуют выполнения нереальных требований (к примеру, предоставление услуг, которые отелем не организуются).
- В этих случаях не стоит спорить с таким клиентом, а стоит заинтересовать его – предложив ему альтернативные варианты обслуживания

Рекомендуемое отношение к типу «Энтузиаст»

- «Энтузиаст»
- - забывчив,
- -непунктуален,
- - несобран
- -часто пропускает ценную информацию мимо своих

ушей.

- Клиенты такого типа могут длительно поддерживать общение и резко прервать его, вспомнив о невыполненных делах или важной встрече.
- Заканчивая общение, работнику отеля не помешает по пунктам повторить необходимую для клиента информацию и вручить ему соответствующие информационные материалы.

- «**Активиста**» можно узнать по энергичности и решительности.
- -Внешне он напоминает начальников или высокопоставленных персон и любит производить впечатление.
- -Всегда занят и трепетно относится к своему времени.
- Несколько минут ожидания его «заводят» и раздражают. «Активист» любит контролировать как ситуацию в целом, так и людей вокруг себя.
- «Активист» говорит быстро и достаточно громко, пристально смотрит в глаза менеджеру.
- На стойке приема будет проявлять крайнее нетерпение и постоянно ворчать по поводу медленной работы службы приема и размещения отеля



- «АКТИВИСТ» МОЖЕТ БЫТЬ:

- -самоуверенным

- -независимым

- -упрямым

- -вспыльчивым

- -грубым

- -категоричным в словах и оценках.

- Если со стороны персонала службы приема и размещения возникли какие-то сбои в работе, то клиент - «активист» не упустит возможности сделать колкое замечание в адрес работников ресепшн, которое может перейти в грубость в случае существенных сбоев в работе службы

Рекомендуемое отношение к типу «Активист»

- «Активиста» не стоит бояться.
- Работникам отеля с таким клиентом стоит быть
 - - энергичным
 - - лаконичными
 - -сдержанными
 - - доброжелательными.
- Ни в коем случае не стоит возражать «активисту» и идти с ним на лобовое столкновение. Это может привести к конфликтной ситуации и потере клиента.
- В общении с активистом не стоит обращать внимание на детали. Следует делать акцент только на наиболее важных моментах и подчеркивать его важность как клиента отеля.
- Пара фраз о том, что отель рад видеть его в качестве клиента и предлагает ему пакет ценных услуг, обезоружит «активиста» и даст ему выпустить пар.

Типология клиентов, основанная на анализе образа жизни клиентов

- Образ жизни тесно связан с потребностями клиента и мотивацией к выбору обслуживания
- Эта типология поможет специалисту -практику не столько в выборе тактик поведения, сколько в правильном выборе гостиничного продукта, интересующего клиента и отражающего его конкретные потребности и пожелания.
- Без правильного понимания ценностей клиента его вряд ли можно чем -то заинтересовать.
Клиент просто останется «глухим» по отношению к такому работнику гостиницы



В. А. Квартальнов выделяет пять типов клиентов, связанных с их образом жизни:

- погруженный в себя искатель наслаждений;
- активная и целеустремленная личность;
- представитель деловых кругов;
- называемые «синие воротнички»;
- традиционный домосед.

«Погруженный в себя искатель наслаждений»

- Часто это молодой человек, занятый монотонной, неинтересной работой, поэтому он ищет удовлетворения от реальных и воображаемых видов деятельности на свежем воздухе.
- Может любить рыбалку и охоту, играть в баскетбол, увлекаться дорогими спортивными автомобилям
- У него приличный доход, но все решения о покупках принимаются им спонтанно.
- Этот человек не планирует жизнь на долгую перспективу.
- Он постоянный зритель спортивных, приключенческих и других активных программ по телевизору



- Работа с такими клиентами представляет определенные трудности для персонала отеля в силу того, что порой весьма сложно угодить такому клиенту и подобрать для него наиболее подходящий вариант обслуживания.
- Клиент такого типа предъявляет серьезные требования к условиям размещения и дополнительным услугам.
- Опытному персоналу не стоит особого труда определить реальные потребности подобного клиента и сделать все для их удовлетворения.
- Спонтанность в приеме решения о покупке дает персоналу отеля дополнительный козырь, так как такой клиент подвержен влиянию со стороны.

- **Активная и целеустремленная личность** все силы и энергию направляет на достижение повышения по службе, имеет большой интерес к своей работе.
- Такой клиент либерален, с современными взглядами на многие стороны жизни, уверен в себе.
- Он постоянно ищет новые ощущения, жаждет активной деятельности, например, катания на лыжах, плавания на яхте, путешествий за границу.
- Этот человек читает журналы, чтобы постоянно быть в курсе всех событий и последних тенденций современной культуры.
- Часто смотрит новости, развлекательные и спортивные программы.

- Для отеля такой клиент достаточно выгоден, так как выбор конкретного отеля может говорить персоналу о том, что выбор клиента обоснован и он доверяет данному предприятию.

- Подобный клиент потребляет достаточно большое количество дополнительных услуг.

- Потребности данного клиента легко предсказать, но не просто удовлетворить.

- Этот тип клиентов богат, он имеет больше возможностей для дорогого отдыха, чем активная и целеустремленная личность.
- Но ездить на дальние расстояния не любит, поскольку у него хороший дом и сформировавшаяся семья.

Читает деловые газеты и журналы, смотрит передачи о путешествиях и природе, а также краткие сводки новостей



Рекомендуемое отношение к данному типу клиентов

- Клиенты данного типа представляют сегмент путешествующих людей с деловыми целями.
- Они предъявляют достаточно высокие требования к условиям размещения и обслуживания.
- Для деловых людей сформировался целый сегмент бизнес-отелей, конгресс-отелей, предоставляющих все условия для организации конференций, форумов, симпозиумов и встреч.
- Деловые люди очень требовательны к обслуживающему персоналу и не прощают сбоев и ошибок в обслуживании.
- Однако, в случае качественного обслуживания, клиенты такого типа наиболее преданны тому или иному отелю

- Живут в маленьких городах или на окраине крупных городов.
- Являются патриотами и приверженцами строгой морали и необходимости тяжелой работы.
- Превосходным отдыхом считают отдых с семьей в палатках. Они любят охоту и рыбалку. Предпочитают смотреть по телевизору боулинг или футбол.
- Клиенты такого типа стараются выбирать недорогие средства размещения для отдыха, предпочитая отели туристского и экономичного класса.
- Хотя за те средства, которые они зарабатывают и тратят на отдых, стараются получить максимум комфорта.
- Их наиболее волнует проблема соотношения цены и качества.

- Не может идти в ногу со временем и является приверженцем старых традиций.
- Домосед избегает всего, что связано с риском, и никогда не будет делать покупок в кредит.
- Основным источником информации о последних событиях в мире – телевизионные новости.
- Клиенты такого типа считают каждый потраченный рубль. Они могут с пеной у рта требовать у персонала отеля объяснений и расчетов по каждому пункту счета.
- С такими гостями работать очень сложно, так как это клиенты, которые хотят получить более качественное обслуживание, потратив при этом незначительные средства или прилично сэкономят.
- Наибольшее количество конфликтных ситуаций и жалоб исходит именно от клиентов -«домоседов».

- Видео-ролики.
- Ответы на вопросы.

Кинофильмы про отели и рестораны

1. Лэсс Халсторм. Шоколад. США, Великобритания. 2000
2. Скотт Хикс. Вкус жизни. США, Австралия. 2007
3. Уэйн Вэнг. Госпожа горничная. США. 2002
4. Ролан Жоффе. Ватель. Франция, Великобритания, Бельгия. 2000
5. Брэд Берд. Рататуй. Великобритания. 2007
6. Вонг Кар-Вай. Мои черничные ночи. Гонконг, Китай, Франция. 2007
7. Джон Косгров. Кофейня. США. 2006
8. Клод Бери. Просто вместе. Франция. 2007
9. Дэвид МакНэлли. Бар «Гадкий койот». США. 2000
10. Марк Осборн, Джон Стивенсон. Кунг-фу панда. США. 2008
11. Энди Хэй, Айэйн Б. МакДональд, Пол Уиттингтон. Отель «Вавилон». Великобритания. 2006
12. Лонг Чинг, Херман Яу. Коктейль. Гонконг. 2006
13. Роджер Дональдсон. Коктейль. США. 1988
14. Кристофер Нолан. Темный рыцарь. США, Великобритания. 2008
15. Энди Теннант. Двое: Я и моя тень. США. 1995
16. Роберт Родригес. Дети шпионов 2: Остров несбывшихся надежд. США. 2002
17. Марк Кристофер. Студия 54. США. 1998
18. Эллисон Андерс, Александр Рокуэлл, Роберт Родригес. Четыре комнаты. США. 1995
19. Роб МакКиттрик. Большая жратва. США. 2005
20. Марко Феррери. Большая жратва. Франция, Италия. 1973
21. Нора Эфрон. Джули и Джулия: Готовим счастье по рецепту. США. 2009
22. Гор Вербински. Мышиная охота. США. 1997
23. Джон Парагон. Няньки. США. 1994
24. Марк Росман. Идеальный мужчина. США. 2005
25. Питер Гринуэй. Повар, вор, его жена и ее любовник. Франция, Великобритания. 1989
26. Марк Росман. История золушки. США, Канада. 2004
27. Шеф. Комедия.
28. Крылышко или ножка.
29. Джули и Джулия. Готовим счастье по рецепту.
30. Ешь. Молись. Люби.



- Время: 10:00ч. Гость приехал в отель. Желает получить номер, который пока еще занят кем-то другим. По правилам, check out в 12ч., не ранее! Гость возмущен, что необходимо ждать! Что делать сотруднику front desk (reception)?

- Приехал постоянный гость! Но он отличается некоторыми странностями, которые вызывают удивление и некий дискомфорт у других гостей. Поступают жалобы от гостей. Что делать дежурному менеджеру?

- Консьерж порекомендовал гостю некий ресторан вне отеля. Обратная связь гостя на следующий день – ужасное место, неприятная атмосфера, неуклюжий персонал! – НУ И РЕКОМЕНДАЦИЯ! Что делать?

- Сотрудник Room Service доставил в номер заказ. Все точно и по времени и по наименованиям блюд! Гость в ярости открывает дверь и обрушивает шквал негативных эмоций и ругательных выражений в адрес официанта Room service. Что делать официанту?

- Гость отеля, г-н Сергеев подходит к стойке reception и просит сообщить некому г-ну Петрову о том, что первый уже внизу и будет ждать его в лобби, как они и договаривались.
- Действия сотрудника front desk?

- Швейцар, безукоризненно проработавший в данном отеле более 15 лет, вдруг заподозрен в мелком воровстве! Он украл некую сумму денег у очень богатой особы – постоянной гостьи отеля. Гостья настолько богата, что заявила о пропаже суммы лишь вскользь, как о некоем пустячке, который непонятно как случился, добавив при этом, что скорее всего из-за собственной рассеянности...
- Швейцар признался менеджеру отеля, что взял деньги дабы решить серьезную семейную проблему... Что делать менеджеру?

- В ресторане. Утро. Завтрак. Аншлаг. Почти все места заняты! Но хостес увидела на горизонте приближающегося важного гостя! Он так редко заходит, то уж если заходит, то очень щедр! Причем его обратная связь **ОЧЕНЬ ВАЖНА ДЛЯ ОТЕЛЯ!** Данный гость не терпит табачный дым и громкую музыку. Он всегда выбирает столик у окна, в лузе, рядом с зеленью. Но там сейчас всё занято!!! Что делать?

- Новый гость пришел на ужин в ресторан. В качестве обратной связи (check back), официант получил следующее:
- «Десерт, возможно, стал бы прекрасным завершением вечера, если бы не этот отвратительный волос, найденный внутри! Я возмущен! Как Вы это объясните?!!!»
- Каковы действия официанта?

- Постоянный гость пришел на завтрак и высказал официанту, а затем и менеджеру жалобу о том что ... «Омлет в Вашем ресторане всегда был превосходным, но сегодня!!! Это что-то другое, но уж точно не омлет!»
- Каковы действия менеджера ресторана?

- Ночь. Гость просит консьержа срочно сообщить ему номер комнаты некоего г-на Семенова, которому, как он утверждает нужна помощь! Что делать?

- 12:00ч. Check out. Постоянный гость на стойке reception. Гостю предъявлен счет за проживание и дополнительные услуги. Гость не согласен с суммой, указанной в счете! Он утверждает, что не пользовался мини-баром!!! Что делать???

- Гость обвиняет горничную в том, что она, по его подозрениям, украла у него некую сумму денег. Горничная уверяет, что это не так! Горничная ранее отличалась лишь честностью и добросовестностью в работе. Возможно гость не прав! Что делать?

- В ресторане отеля. Официант заметил, как гостя положила в блюдо стекло. Через несколько минут начался цирк! Разъярённая гостя требовала объяснений, почему в блюде кусок инородного тела!!! Действия официанта...

- Гость спускается по лестнице.
Оступился, упал, лежит. Все это видит
подносчик багажа.
- Его действия?

- Приехал гость, который требует номер, утверждая, что бронировал его!!! Но ВСЕ номера в отеле заняты! Что делать?

- Сотрудник службы Room service принял заказ на утро, отметив время доставки заказа в номер 6:50.
- На следующий день поступила жалоба от гостя о том, что заказ подали с опозданием в 35 мин! Ведь он заказывал подачу завтрака в 6:15! Что делать менеджеру службы?

- Ночь. Гость звонит на reception с просьбой постирать и отгладить его костюм к утру. Действия сотрудника reception?

- Гость этажа EXECUTIVE имеет ряд привилегий, в том числе возможность пригласить в VIP –зону и угостить завтраком, обедом или ужином одного из своих друзей. Но только ОДНОГО!!! А гость привел 3-х!
- Что делать менеджеру Этажа EXECUTIVE?

- Гость хочет заселиться в номер с любимым питомцем! Но в гостинице не предусмотрены специализированные номера для подобного проживания. Что делать?

- В службе FRONT OFFICE новичок! Он заселил гостя не в тот номер, который тот бронировал. Гость возвращается на ресепшн. Гость возмущен! Но нужный гостю номер уже занят!!! А другого такого же в гостинице нет! Что делать?