



UMA EXPERIÊNCIA ENRIQUECEDORA

Por Maria Jose Dantas

A riqueza está nos detalhes. Para começar bem a nossa estadia, vamos iniciar a conversa falando sobre a hospitalidade e o encantamento do cliente. Bem, de vez em quando eu vou fazer algumas referências à minha própria experiência de mais de 30 anos atuando no setor de hospitalidade. Na hotelaria, comecei na linha de frente do atendimento e fui depois para o back para cuidar do bem-estar e conforto do hóspede em seu apartamento. Foi no setor de governança que eu entendi com mais clareza o verdadeiro sentido da palavra hospitalidade.

Com o passar dos anos e a transformação de toda a cadeia de serviços, houve uma grande transformação também nos serviços hoteleiros. O mundo mudou, o cliente mudou, mas uma coisa é certa: hóspedes e clientes jamais abriram mão de receber serviços com qualidade e excelência. Independentemente dos desafios mercadológicos que a hotelaria enfrenta, está claro para os gestores que o investimento precisa ser focado nos serviços de maior valor agregado ao cliente, com o propósito do encantamento e da fidelização, que se tornaram prioridades estratégicas.

Mas como é esse processo de fidelização? Tudo começa pelo encantamento. Um hóspede pode voltar a se hospedar no mesmo hotel por vários motivos. O empreendimento pode reunir diversas características que ele pode considerar vantajosas, como Internet, localização ou preço, por exemplo. O fato de ele voltar é maravilhoso, mas não significa, necessariamente, que teve uma experiência encantadora e está voltando por que foi fidelizado. O cliente voltar significa que ele ficou muito satisfeito, pôde ter uma experiência muito boa de atendimento ou que o hotel agrega muitas facilidades, mas ele ainda não está fidelizado.

Quando falo de encantamento, estou falando de fidelização, me refiro àquele hóspede que vem para o hotel mesmo sendo um pouquinho mais distante, quando ele tem opções mais próximas. Se a diária aumentar, ele pagará o reajuste, mesmo tendo opções mais baratas por perto. Ele vem por-

que, em algum momento, você o fez se sentir único, muito especial, exclusivo. Ele tem certeza que se a Internet boa que ele está usando no hotel falhar, alguém vai imediatamente providenciar um roteador. A fidelização tem uma relação direta com o encantamento conquistado através da confiança. Cuidar das pessoas, é isso que encanta.

Precisamos criar mecanismos para tornar a estada do nosso hóspede cada vez mais especial. Ele tem que se sentir único desde o momento da reserva. Não é sobre colocar uma cesta de frutas e um cartão de boas-vindas no apartamento em sua chegada, mas, sim, ofertar a fruta que ele gosta e um cartão manuscrito. Ele precisa perceber que está sendo cuidado, que tudo foi feito de forma especial. O hotel vai gerar um valor perceptível ao cliente ao tratá-lo com exclusividade.

Quando falamos de serviço de qualidade, fica subentendido que existem padrões, processos e equipes treinadas. Atingir bons níveis de qualidade é muito valioso, posso dizer que é um grande diferencial, mas apenas isso não levará o hóspede ao encantamento e à fidelização. Tem que agregar outros elementos. A humanização do atendimento sim, vai encantá-lo. É certo que a hotelaria é a mais humanizada das escolas. Isso é hospitalidade.

O encantamento também passa pela qualidade percebida pelo cliente. Apesar de a qualidade ser subjetiva, é preciso estar presente em toda a jornada de conforto e bem estar do hóspede durante a sua estada. É no quarto onde preparamos o principal serviço da hospedagem, o processo de higienização, limpeza e arrumação. A cama é a protagonista da cena. Não há quem não se encante por uma cama de hotel bem montada, linda e convidativa. Para montar uma cama de alto padrão é preciso cuidar de alguns detalhes valiosos que começam na escolha das peças que a compõe, seja a definição da gramatura dos lençóis ou a qualidade das felpas das toalhas de banho. Cada detalhe que for preparado com a devida atenção e cuidado agregará muito valor no “conjunto da obra.” O acabamento final da camareira é a alma do negócio, a cama fica uma “obra de arte” e todo esse conjunto harmônico será percebido pelo hóspede.

Ainda buscando elevar a qualidade do nível de conforto, alguns hotéis estão fazendo importantes investimentos para a aquisição de linhas especiais de amenities. O mercado tem uma vasta oferta, desde marcas renomadas estrangeiras como Bvlgari, Hermès, L'Occitane, às brasileiríssimas Grando, Natura e O Boticário, que têm linhas de amenities maravilhosas para a hotelaria. E tudo isso, para ser percebido com o valor devido, deve ser arrumado de forma harmoniosa, em uma demonstração de zelo e carinho.

Detalhes como o uso de águas perfumadas nos lençóis vão enriquecendo ainda mais a experiência da hospedagem. Um enxoval suavemente perfumado aumenta a percepção de conforto e bem-estar. O marketing olfativo é outro atrativo de grande relevância. Além de enriquecer a experiência da hospedagem aumentando a percepção de bem-estar, o hóspede também associa a essência à sua hospedagem e, por consequência, ao hotel.

Para atingir esse nível de qualidade e serviço, precisamos da integração de todas as equipes, um time comprometido que entenda com clareza a importância do seu trabalho na busca do encantamento e da fidelização do cliente.

Dentro de toda a estrutura de hospedagem, destaque especial para o setor de governança, o maior prestador de serviços da área. Quando bem gerenciado, é o setor que mais gera valor em todos os processos e no trabalho em conjunto com os demais setores, desde o acolhimento inicial, passando por toda experiência de conforto e bem estar dentro da UH, que é a essência dos serviços de hospitalidade.

Hospitalidade é o ato de hospedar, ser hospitaleiro, que melhor traduz a palavra gentileza, ou seja, amabilidade, atenção, cortesia, delicadeza, educação, elegância, simpatia, polidez. Isso tudo alinhado aos processos é a hospitalidade que vendemos.

Vamos buscar as referências da nossa vida. Para quem está recebendo um visitante em casa, é natural desejar que essa visita se sinta muito bem. Para esse anfitrião fazer com que o seu visitante se sinta realmente acolhido, ele buscará em suas referências os elementos que fazem uma pessoa sentir-se bem. Sua conduta de acolhimento o levará a cuidar de cada detalhe, dar atenção e oferecer o que tiver de melhor para prover o bem-estar e conforto desse visitante. Logo, essas ações definem claramente os padrões que formam os princípios da hospitalidade.

Ocorre que, quando estamos falando dos meios de hospedagem, esse conjunto de normas se transforma nos serviços que vendemos. O ato de hospedar alguém já presume que o anfitrião se preocupará em cuidar, dar atenção, oferecer o que houver de melhor para prover o bem-estar e conforto do seu visitante. Atender em conformidade com esses princípios pode ser o início de um fértil e duradouro relacionamento com o nosso hóspede!



MARIA JOSE DANTAS

Consultora especializada em hospitalidade, diretora da Governança Consultoria e presidente nacional da ABG – Associação Brasileira de Governantas e Profissionais de Hotelaria.

Fale comigo:

@mariajosedantasoficial

contato@mariajosedantas.com

WhatsApp: (21) 99500 9726

Imagem: divulgação