

Operações Técnicas de Serviços de Recepção em Alojamento Turístico

Reservas

- Pedido adiantado de venda de um serviço ou produto para uma data futura
- “É um acordo verbal ou escrito que se estabelece entre o hotel e uma pessoa física ou jurídica”

(Pérez, Luís di Muro – *Manual Prático de Recepção Hoteleira*. São Paulo: Editora Roca, 2001, p.36)

Reservas

- Motor de qualquer unidade hoteleira
 - É o que torna o hotel sustentável do ponto de vista econômico
 - Responsável pelo bom funcionamento do hotel ou não
- Necessidade de estabelecer um departamento dedicado às reservas

Objetivos das Reservas

- Vender quartos e garantir a disponibilidade do serviço vendido
- Manter o inventário atualizado e detalhado dos quartos e da sua ocupação
- Conseguir uma ocupação o mais próximo dos 100%
- Conseguir obter a melhor receita média por quartos em relação aos quartos disponíveis (REVPAR)

Princípios fundamentais

- Maior volume de vendas, ao melhor preço
- Adaptação das disponibilidades à intensidade da procura do mercado
- Fidelização dos grandes clientes
- Fiabilidade e transparência nas relações com o mercado (proteção aos operadores turísticos)

(Adaptado de: Costa, 2008, *Introdução à gestão hoteleira*, Lisboa, Lidel edições técnicas Lda, pag117)

Tipos de reservas

- Reservas de alojamento, individuais ou de grupo e que por norma seguem os seguintes modelos:
 - Só alojamento
 - Alojamento e pequeno almoço (Bed and Breakfast, BB)
 - Alojamento em meia-pensão (MP ou HB, Half Board)
 - Normalmente inclui alojamento, pequeno almoço e uma refeição principal

Tipos de Reservas

- Alojamento em pensão completa (PC ou FB, Full Board)
 - Em relação à meia pensão acrescenta a segunda refeição principal
- Alojamento e despesas ou Full credit
 - A entidade responsável pela reserva assume a responsabilidade pelo pagamento de todos os serviços que o cliente utilize
- All inclusive
 - Normalmente utilizado em resorts, onde o cliente tem pensão completa e outros serviços pré-acordados (Bar aberto num determinado bar do hotel, ou outros)

Um Hotel é composto apenas por quartos?



Fonte: <http://www.bluebaygourmet.com.au/products/>



Fonte: <http://www.saccharumhotel.com/pt/o-hotel/saccharum-hotel/servicos/spa/>

Reservas / Serviços

- <http://www.saccharumhotel.com/pt/o-hotel/saccharum-hotel/servicos/>
- <http://www.hotelthevine.com/en/hotel-overview.html#article4>
- <http://www.galoresort.com/Hotel-Galomar---EN/Hotel-Galomar/Sport>
- Animação turística

Formulário de reserva

- O que deve constar numa reserva???

Formulário de reserva

- Nome
- Data check in e check out
- Tipo de quarto
- Tipo de serviço associado

Formulário de reserva

- Pedidos especiais:
 - Sala de conferências
 - Serviços complementares
 - Serviços de massagens e spa
 - Berço
 - VIP
 - Pode ser um VIP ou alguém que o hotel considera VIP
 - Outros

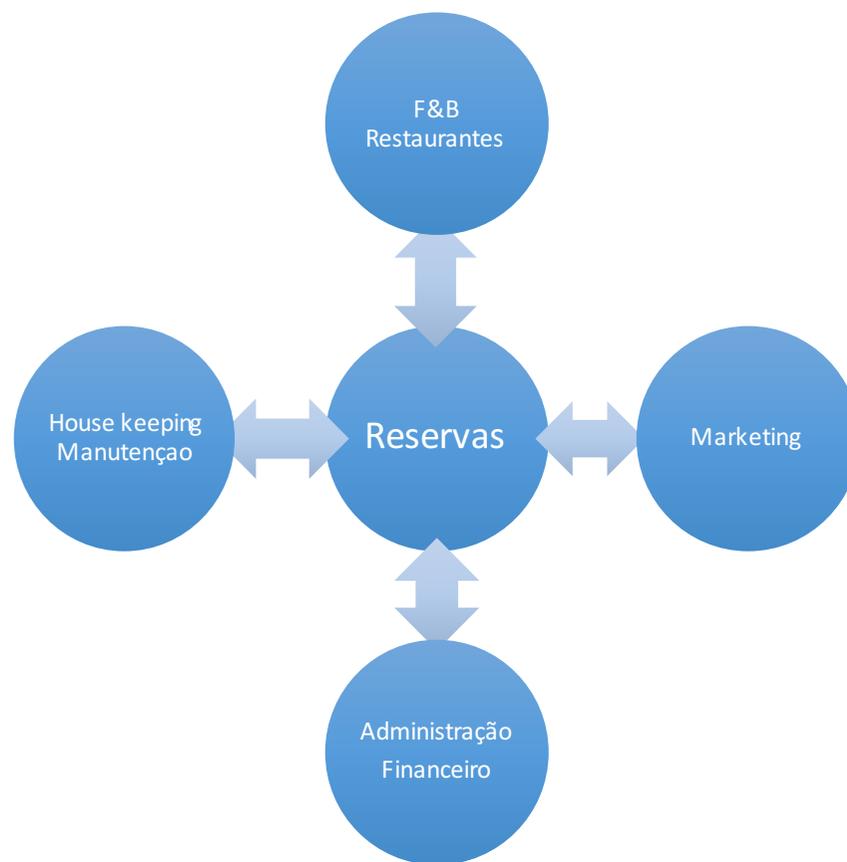
Objetivos

- Compreender o porquê da diferenciação de preços
- Conhecer os fatores que influenciam o estabelecimento de tarifas
- Compreender como a tarifa influencia o posicionamento do empreendimento no mercado

Fontes de reserva

- Para um hotel as principais fontes de reservas são:
 - Agências de viagens
 - Operadores turísticos
 - Reservas ao balcão
 - Centrais de reservas
 - Reservas directas on-line

Reservas



Tipos de quartos

- Single / Individual
 - Quartos compostos apenas por uma cama para uma pessoa



Fonte: <http://www.hotelyangkop.com/wp-content/uploads/2015/01/single-bed.jpg>

Tipos de quartos

- Double / Duplo
 - Quarto com cama de casal



Fonte: http://www.vi-hotels.com/typo3temp/pics/H_1bf749630b.jpg

Tipos de quartos

- Twin
 - Quarto com duas camas, normalmente de solteiro e idênticas disponíveis num quarto ou apartamento duplo



Fonte:<http://www.moscow-hotels.net/images/park-inn-sheremetyevo-airport-hotel/rooms/standard-twin-room.jpg>

Tipos de quartos

- Triplo



Fonte: http://www.hotel-grandior.cz/files/hotel/rooms/GrandioR_Triple_room_profi.jpg

Tipos de quartos

- Suite
 - Quarto com Sala, normalmente são as unidades mais luxuosas e mais bem equipadas



Fonte: <http://www.valpudra.com/images/suite01c.jpg>

Tipos de quartos

- Outros tipos:
 - Apartamentos
 - Bungalows
 - Casa
 - Hostel



Fonte: <http://www.redbrick.me/travel/slider-travel/the-5-best-hostel-chains-in-europe/>

Tarifas

- Do tipo de quartos falado, ordene do mais barato para o cliente, ao mais caro?

Tarifas

- Se por um lado o tipo de quarto irá ser um fator a ter em conta pela administração no estabelecimento das tarifas, outros existem:
 - Classificação do Hotel
 - Localização
 - Época do ano
 - Vista
 - Na madeira é muito comum haver distinção de preço entre o mesmo tipo de quarto, vista montanha e vista mar

Tarifas

- O estabelecimento das tarifas obedece no entanto por norma a 4 fatores:
 - Preços baseados no custo
 - Preços baseados no mercado
 - Aumento de preços seguindo a inflação
 - Construção de preços numa base anual

Tarifas

- Segundo Stanton, preço pode ser definido como o montante em dinheiro que é exigido para a aquisição de um determinado produto ou serviço, ao qual estão outros dois conceitos associados subjetivamente que não podem ser dissociados:
 - Utilidade – Atributo que torna o produto desejado pelo cliente
 - Valor – Força de atração que o produto exerce sobre os seus potenciais compradores

Tarifas

- Conceito de Value for money
 - Relação custo / benefício, preço / qualidade
 - Que pode ser facilmente inflacionada por vários fatores
 - Moda
 - Localização
 - Infraestruturas
 - Design etc.

Tarifas

Hotel 4* Lido

- Piscina
- Massagens
- Vista para o mar
- Serviço de shuttle bus

Hotel 4* Ponta do Sol

- Piscina
- Massagens
- Vista para o mar
- Serviço de shuttle bus

Tarifas

Hotel 4* Lido

- Piscina
- Massagens
- Vista para o mar
- Serviço de shuttle bus

Hotel 4* Ponta do Sol

- Piscina
- Massagens
- Vista para o mar
- Serviço de shuttle bus
- Design Nini Andrade, hotel premiado

Tarifas

- Considerando que o estabelecimento do preço constitui uma das variáveis estratégicas de uma empresa, que irá contribuir para o posicionamento no mercado, bem como da imagem que é passada para o público, é também um dos fatores fundamentais para o sucesso de uma empresa.

Tarifas

- Fatores a ter em conta:

- Procura no sector em que se encontra
- Concorrência – Força e agressividade
- Posicionamento do produto no mercado
- Custo

Factor
] Factores Externos

Factor
] Factores Internos

(Adaptado de: Costa, 2008, *Introdução à gestão hoteleira*, Lisboa, Lidel edições técnicas Lda, pag117)

Tarifas – Fatores externos

- Procura no sector em que se encontra
 - Classificação número de estrelas
 - Tipo de hotel – Clássico, spa, design, eco
 - Localização do hotel e adequação do conceito
 - Pouca existência de hostels e pensões, por exemplo

Tarifas – Fatores externos

- Concorrência
 - Força da concorrência
 - Quantos hotéis dentro do mesmo sector e classificação
 - Qualidade da concorrência
 - Serviços
 - Parceiros
 - Agressividade
 - Estratégia utilizadas pela concorrência

Tarifas – Fatores internos

- Posicionamento do produto no mercado
 - Como defino o hotel
 - Que tipo de hotel
 - Que classificação
 - Como é posicionado o hotel
 - Estratégias de marketing
 - Parceiros de vendas, etc.

Tarifas – Fatores internos

- Custo
 - Determinado pelo custo de existência (construção do hotel, arrendamento etc.) e do custo de operação do hotel, determinado pela classificação, tipologia dos quartos, serviços oferecidos, número de recursos humanos etc.

Tarifas

- Tendo em conta os fatores referidos poderá se definir a estratégia da empresa, a sua forma de estar no mercado e objetivos definidos, sendo necessário considerar também o ambiente envolvente, ou seja:
 - Limitações legais
 - Condicionamentos resultantes das flutuações económicas, demográficas ou simples moda

Tarifas



Tipos de preço / Descontos

- De todos os fatores que influenciam a definição do preço base de venda de um determinado quarto, o que determina conceder ou não desconto?

Tipos de preço / Descontos

- Tabela de Preços de Balcão
 - Também conhecido por rack rate, normalmente o preço mais elevado cobrado a clientes passantes ou a agências de viagem* sem contrato, preço que por norma é comissionável, (8% a 12%).

Tipos de preço / Descontos

- Tabela de Preços Individuais
 - Também conhecida por tabela de allotment ou tabela de FIT (Fully Independent Traveler) Depende das condições de mercado mas os valores variam entre 12% a 35% da tabela de preços de balcão. (Preços NET*)

Tipos de preço / Descontos

- Tabela de Preço para Grupos
 - É uma tabela dependente de duas variáveis:
 - Número de clientes ou quartos (por norma entre os 6 e 15 quartos)
 - Número de gratuidades atribuídas em função da dimensão do grupo (alojamento gratuito para o guia, motorista etc)
 - A definição do preço assenta no custo da dormida de um cliente num quarto duplo

Tipos de preço / Descontos

- Tabela de Preço para Grupos
 - Por norma no mercado situa-se 10 a 20% abaixo do preço de balcão novamente preço NET*
 - A definição do desconto a atribuir nestas situações depende muito do sector em que hotel se inclui, interessa trabalhar com grupos ou não?
 - Na Madeira, quase todos os hotéis fora do Funchal de 4 ou menos estrelas, procuram o mercado dos grupos, por norma caminhantes

Tipos de preço / Descontos

- Tabela de Preço para Empresas (Corporate Rate)
 - Preço intermédio entre os preços de grupo e individuais sempre um preço NET.
 - É por norma um preço acordado quase caso a caso, dependendo do pacote de serviços encomendados, bem como da estimativa do volume de negócios estimado.

Tipos de preço / Descontos

- Tabela de preços para incentivos e convenções
- Tabela de preços para estadias longas
- Tabela de preços de pacotes turísticos
 - Podem ser criados para venda por operadores turísticos
 - Ou para promoção do Hotel

Tipos de preço / Descontos

- *Preço NET ou preço líquido, significa que é um preço que não comporta qualquer desconto.

Tipos de preço / Descontos

- *As agências de viagem, trabalham com contratos e sem contratos com as unidades hoteleiras.
 - Quando existe um contrato normalmente é acordado um preço entre as duas entidades, preço NET, ao qual a agencia de viagem aumenta a sua margem de lucro.
 - Quando não existe contrato, o preço fornecido pela unidade hoteleira é comissionável, ou seja por cada venda efetuada pela agência, lucra uma percentagem do valor

Tipos de preço / Descontos

- Se um determinado hotel tem estabelecido um custo por dormida para um quarto duplo de 60€ por noite e é esse o preço de balcão, que preços seriam indicados, preço individual e de grupo?

Yield Management

Gestão para a receita

- Princípio base
 - Vender o produto certo, na altura certa ao cliente pretendido ao preço certo.
 - Passível de aplicar apenas a produtos perecíveis, produtos em que há um numero limitado, impossíveis de aumentar a produção (Número de quartos de um hotel não varia)

Yield Management

- É um sistema de gestão que deriva das companhias de aéreas, que teve um dos primeiros exemplos de sucesso nos anos 80.
 - American airlines no período de 3 anos após implementação do sistema teve um aumento de 4 a 5% das receitas globais
 - Correspondente a 1,4 bilhões de Dólares (1 400 000 000\$)

Yield Management

- Segundo João Gomes, (2004) este sistema de gestão adequa-se a empresas que apresentem as seguintes características:
 - Capacidade finita
 - Stocks perecíveis
 - Micro-segmentos de mercado com diferentes sensibilidades ao preço

Yield Management

- Procura variável e incerta
- Produtos que podem ser reservados ou comprados antes do consumo
- Baixas razões de custos variáveis vs fixos

(Custos fixos vs variáveis)

- Quais os custos fixos que um hotel poderá apresentar?
- Quais os custos variáveis?

Yield Management

A tendência natural do número de reservas à medida que se aproxima a data do check in é baixar a ocupação

Yield Management

- Um quarto:
 - Não vendido para uma determinada noite representa uma receita impossível de recuperar
 - Vendido numa noite, por um determinado preço quando a procura possibilitaria um aumento do preço, representa uma perda de rentabilidade

Yield Management

- Segundo Rodrigues Costa (2008), Yield Management assenta em 4 factores:
 - **Atitude:** Não basta vender, há que vender bem
 - **Sistema e consequentes procedimentos:**
 - Analisar, em tempo real, todas as variáveis em jogo comparando-as com anos anteriores
 - Garantir um fluxo de informações nos dois sentidos, desde o gestor aos clientes

Yield Management

- Induzir a necessidade do esforço de vendas
- **Previsão de ocupação:**
 - Diferentes épocas do ano
 - Dias úteis e fins de semana
 - Diferentes segmentos de mercado
 - Clientes passantes
 - Alterações em mercados concorrentes (Cenários de guerra, catástrofes, etc..)

Yield Management

- **Planeamento:**
 - Determinar os níveis de over booking a praticar
 - Quotas de reservas por segmento

Yield Management

- Normalmente utilizado pelas grandes cadeias hoteleiras e companhias aéreas, embora seja um sistema relativamente barato de aplicar, a ser bem aplicado depende de análises de mercado complexas

Yield Management

- O que não é impeditivo de hotéis mais pequenos o fazerem, quando sabem que a procura será elevada para uma determinada época, anulam os descontos.
 - Por exemplo, fim de ano na Madeira

Yield Management

- Aspectos positivos:
 - Melhor gestão da previsão de ocupação e receitas de alojamento, reduzindo a incerteza da importância da procura
 - Maior possibilidade de aferir do interesse económico da aceitação de pedidos de reservas de grupo
 - Gestão eficaz das oportunidades de negócios proporcionadas pela ocorrência de eventos especiais

Yield Management

- Aspectos positivos:
 - Maior capacidade de equilibrar os riscos e as vantagens da prática de overbooking
 - Medição eficaz da produtividade e rentabilidade da gestão de vendas realizadas

Yield Management

- Aspectos negativos:
 - Preços discriminatórios com base no potencial económico do segmento da procura
 - Preços discriminatórios nas circunstâncias particulares da reserva, ou seja relativamente à duração da estadia bem como à ocupação provável na data selecionada

Yield Management

- Aspectos negativos:
 - Suscita confusão e incompreensão aos consumidores e intermediários de distribuição resultante da constante variação de preço
 - Reservas muito próximo da data poderão ser mais económicas que reservas com muita antecedência
 - Agências de viagem podem não conseguir igualar o preço obtido diretamente pelo cliente

Yield Management

- Aspectos negativos:
 - Difícil fidelização de clientes
 - Esforço elevado em software e RH para uma boa análise de mercado

Yield Management

- Vários estudos mostraram que um aumento do volume de vendas ou do preço de venda tem um impacto maior na rentabilidade de um negócio que a redução dos custos. Geralmente, uma redução de 5% nos custos aumenta o lucro em 3%, enquanto um aumento de 5% no volume de vendas ou no preço de venda resulta num aumento do lucro de 20 e 50%, respectivamente.

Objetivos

- Compreender como o over booking pode ser uma ferramenta de gestão
- Fazer um inventário de quartos
- Analisar contratos com agências de viagem

Over booking

- Segundo Rodrigues Costa 2004, Over booking pode ser definido como aceitar reservas para além da capacidade do hotel, na expectativa de que eventuais cancelamentos permitam satisfazer as mesmas.

Over Booking



Histórico de Cancelamentos
Dados que fundamentem % de OB
Pode Representar um aumento da Receita



Normalmente de reservas inesperadas de contratos efetuados
Não planeado
Custos elevados porque resulta SEMPRE num upgrade

Inventário

- Ferramenta que permite saber o estado dos quartos
- Sistema informático automatizado
- “Manual”, recorrendo a um quadro com sistema de cores
- Ficheiro Excel

Inventário

- Ferramenta que tem dois propósitos distintos:
 - A curto prazo: Informação ao departamento de quartos sobre check in e check outs para o dia a dia
 - A longo prazo: Informação sobre a disponibilidade de quartos, para que se possa fazer uma gestão adequada das reservas

Inventário

- Conhecimento sobre ocupação e disponibilidade / tempo
- Estado dos quartos
- Informações interdepartamentais (Governanta / manutenção etc.)
- Normalmente apresentado numa tabela com sistema de cores

Ficheiro de Cliente

- O que se deve saber sobre os clientes?
- Para que se quer essa informação?
- Quando aplicar essa informação?

Ficheiro de Cliente

Informação Pessoal

- Nome
- Morada
- Telefone
- E-mail
- Nacionalidade
- Passaporte ou ID
- Data e local de nascimento

Porquê

- Individualização
- Segurança
- Segurança
- Marketing
- Estatística
- Segurança
- Segurança

Ficheiro de Cliente

Informação Pessoal

- Cartão de crédito
- Condições de pagamento
- Assinatura do cliente
- Data check in
- Data check out
- Nº do quarto
- Preço do quarto

Porquê

- Pagamento
- Serviço
- Serviço
- Ocupação/Preferência de data
- Duração da estadia
- Fidelização
- Fidelização

Ficheiro de Cliente

Histórica

- Total de F&B
- Total de despesas
- Outros pedidos
 - Massagens
 - Tours
 - Mergulho
 - Etc.

Porquê

- Perfil de cliente
- Perfil de cliente
- Perfil de cliente

Ficheiro de Cliente

- Porque é tão importante a fidelização?
 - Todo e qualquer negócio de serviço a fidelização é extremamente relevante, pois um cliente fiel trata-se de um cliente satisfeito, logo irá recomendar o serviço.
 - (Satisfação de clientes é vital no paradigma de informação em que vivemos, o tripadvisor é provavelmente o melhor exemplo)
 - Segundo Costa, 2008 é mais fácil e menos dispendioso assegurar a fidelidade de um cliente do que conquistar outro

Ficheiro de Cliente

- Porque é tão importante a fidelização?
 - Prioridade a clientes habituais, guardando para o efeito um determinado número de quartos
 - Procurar, na atribuição de quartos atender às preferências do cliente (se possível com o mesmo quarto)
 - Tratamento especial, VIP sem que isso se reflita num agravamento do custo
 - Facilitar o processo de reservas

Contratos

- Os contratos com agências e operadores turísticos são indispensáveis a qualquer unidade hoteleira.
 - Decorrentes do facto de que devido às características do mercado turístico é impossível a uma unidade hoteleira manter o fluxo de clientes necessários à sua rentabilidade (Costa, 2008)

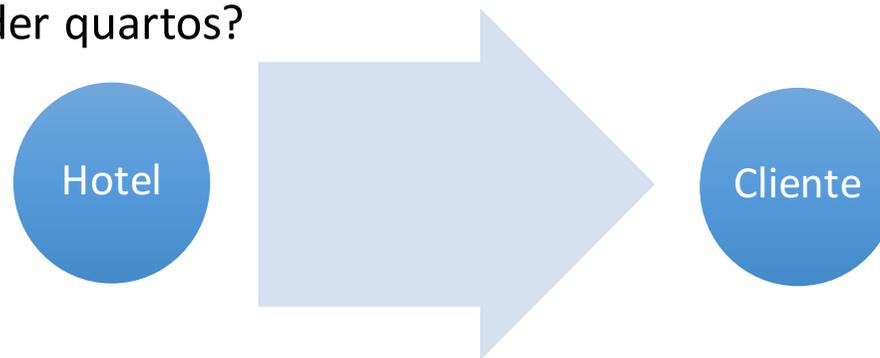
Contratos

- Os contratos com agências e operadores turísticos são indispensáveis a qualquer unidade hoteleira.
 - **Complementaridade** entre o esforço de distribuição realizado pelo hotel e as acções realizadas pelas agências de viagens quer pelas empresas de distribuição on-line.

Contratos

- Distribuição

- Como vender quartos?

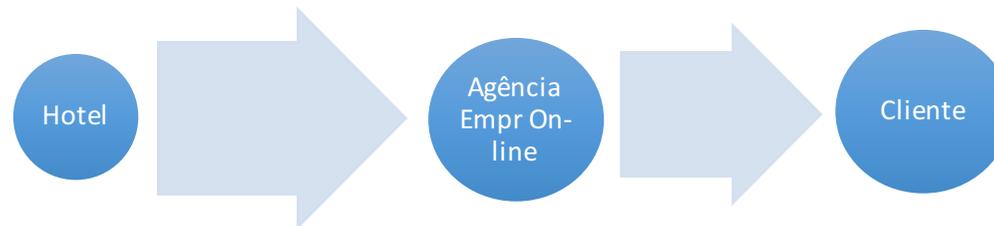


- Venda directa

Contratos

- Distribuição

- Como vender quartos?

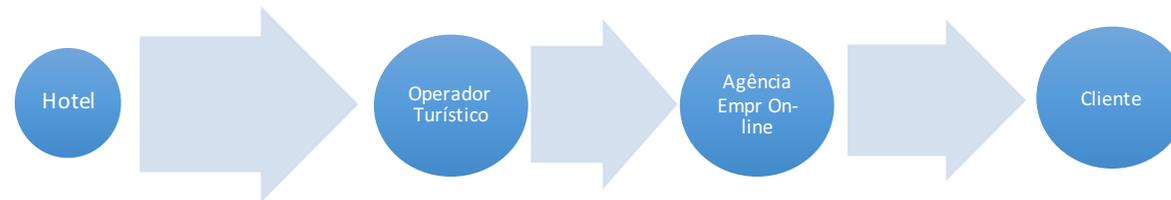


- Venda indirecta

Contratos

- Distribuição

- Como vender quartos?



- Venda indirecta

Contratos

- Este modelo de negócio obriga a que o hotel proceda ao fracionamento do produto, o que significa que o mesmo é colocado no mercado em pequenas frações ajustadas aos diferentes tipos de consumo possíveis, no que concerne a preço e quantidade, daí a necessidade da realização de contratos.

Contratos

- Elementos a figurar num contrato:
 - Indicação das partes contratantes
 - Nome do programa
 - Definição do que está incluído no preço
 - A moeda a que se referem os preços contratados
 - Tarifas com clara indicação do período do ano
 - Valor percentual da comissão negociada

Contratos

- Elementos a figurar num contrato:
 - Allotment
 - Release
 - Tipos de quartos
 - Definição dos períodos a que se referem as tarifas
 - Condições adicionais
 - Reduções de preços

Contratos

- Elementos a figurar num contrato:
 - Responsabilidades das partes
 - Forma de pagamento
 - Validade do contrato
 - Assinaturas das partes contratantes com carimbos das empresas envolvidas

Formulários de reservas

- Primeiro contato que o hotel tem com o cliente
- Pelo que é extremamente importante reter o máximo de informação possível
 - Fonte (Reserva directa, agência, central de reservas etc...)
 - Data check in e check out
 - Tipo de quarto

Formulários de reservas

- Resolvidas as primeiras questões procuramos mais detalhes:
 - Nome
 - Endereço do cliente
 - Nacionalidade
 - Reservado por
 - Reserva garantida
 - Forma de pagamento
 - Hora provável de chegada e partida
 - Instruções especiais

Formulários de reservas

- A internet revolucionou a forma como se reserva serviços, facilitando todo este processo:
 - <http://www.saccharumhotel.com>
 - <http://www.booking.com/>

Canais de reservas

- Canal é o nome dado ao modo como a reserva chega ao hotel:
 - Carta
 - Fax
 - Telefone
 - E-mail
 - [Central de reservas](#)

Anulações / Cancelamentos

- Grau de confiança na reserva
- No shows – Reserva realizada em que o cliente nem faz o check in, nem efectua o cancelamento da mesma
 - Adiantamento no acto da reserva (totalidade ou %)
 - Perda total

Anulações / Cancelamentos

- As anulações merecem uma atenção redobrada:
 - Alteração no inventário (correção automática caso seja utilizado sistema informático)
 - Formulário de anulação
 - Onde fique patente um código, ou número de anulação, número de quarto e motivo (Vital na cobrança de no shows!)

Alterações

- As alterações às reservas devem ser imediatamente comunicadas e registadas. Sendo que as alterações mais problemáticas são as alterações relativamente a datas e tipo de quarto.

Alterações

- Quando um cliente ou agência telefonam a alterar uma reserva, deve-se produzir o formulário de alteração de reserva. As alterações podem ser de vários tipos: datas de chegada e partida; número de pessoas; tipo de quarto; etc.
- O recepcionista que toma conta da alteração insere-a de imediato no sistema informático ou no sistema adoptado.
- Este documento é arquivado junto do formulário de reserva inicial.

Pedidos

- As reservas são muitas das vezes acompanhadas de pedidos aos quais a recepção tem de dar resposta:
 - Rent-a-car
 - Transfer
 - Lua de mel
 - Refeições especiais
 - Necessidades especiais

Lista Negra

- Lista onde constam pessoas individuais ou colectivas que por vários motivos deixaram de interessar ao hotel manter como clientes.
 - Saiu sem pagar
 - Comportamento impróprio
 - Suspeito de roubo
 - Agências de viagem ou outras empresas que não procederam ao pagamento

Lista Negra

- Esta lista deve estar sempre disponível ao recepcionista e nunca acessível ao cliente

Reservas de grupos

- Entende-se por reserva de grupos quando a reserva é superior a 6 quartos, podendo esse número variar consoante a política do hotel

Reservas de grupos

- Existem vários tipos de grupo:
 - “Séries”, tarifas estabelecidas para séries de grupos contratados ao ano ou época
 - Lazer, tarifas para grupo *ad hoc* que viajam tipicamente por lazer
 - Comerciais, profissionais, seminários etc

Reservas de grupos

- Independentemente do tipo de grupo, os procedimentos operacionais são diferentes das reservas individuais:
 - Preço, normalmente pré negociados
 - Rooming list
 - Descrição de pedidos especiais

Reservas de grupos

- Necessidade de maior entrosamento dos vários departamentos
 - Antes da chegada reunir com os vários departamentos e o líder de grupo para ultimar pormenores
 - Serviços de F&B
 - Serviços técnicos
 - Serviço de andares
 - Etc

Situações especiais na reserva

Não concretização da reserva

Situação

- Cliente faz comparação de preço com outros hotéis
- Não gosta da localização do hotel
- Procura um preço mais barato

Resposta

- Informar de possíveis promoções
- Tentar oferecer outro hotel do grupo
- Tentar oferecer um outro quarto ou tarifa mais barata

Situações especiais na reserva

Não concretização da reserva

Situação

- Cliente quer um quarto que não está disponível
- O hotel está completo

Resposta

- Tentar convencer o cliente a ficar com quarto equivalente
- Tentar vender num outro hotel do grupo, ou tentar alterar para uma outra data

VIP

- Pessoas importantes que pelo seu estatuto social ou profissional
- Pessoas que a sua estada seja relevante para o hotel

VIP

- Diferentes categorias de VIP definidas pelo hotel:
 - Clientes repetitivos
 - Figuras públicas
 - Figuras políticas
 - Clientes recomendados
 - Etc

VIP

- A recepção deve estar sempre informada, para que possa agir de acordo com o protocolo do hotel:
 - Avisar a governanta para a preparação do quarto (colocação de cesto de fruta, flores, outros elementos decorativos)
 - O chefe de recepção deve acompanhar ao quarto
 - Preparar pedidos especiais

Top VIP

- Se possível oferecer um up-grade
- No quarto para além dos elementos presentes no quarto VIP, colocar uma garrafa de bebida de boa qualidade
- Algo para comer (tábua de queijo acompanhada de um bom vinho)
- Deve ser acompanhado ao quarto pelo director ou sub director
- Bagagem deve seguir noutra elevador

Reclamações

- Durante o check in o recepcionista não encontra a reserva
 - Nunca deve mostrar ao cliente que não tem conhecimento da sua reserva
 - Deve procurar a reserva
 - Nos no shows do dia anterior
 - Nas reservas para o dia seguinte
 - etc

Reclamações

- Caso realmente não encontre a reserva deve discretamente questionar o cliente sobre a mesma
 - Tipologia de quarto
 - Quem efetuou a reserva
 - Duração da estadia

Reclamações

- Caso realmente não encontre a reserva deve discretamente questionar o cliente sobre a mesma
 - Tipologia de quarto
 - Quem efetuou a reserva
 - Duração da estadia

Reservas de agências de viagem

- Será necessário da parte do recepcionista alguns cuidados:
 - Dar resposta atempada e de forma profissional mantendo um clima de parceria
 - Deve lembrar a confirmação da reserva
 - Alertar para erros ou discrepâncias entre o pedido de reserva e a confirmação
 - Tentar encontrar sempre solução

Reservas de agências de viagem

- Se for uma agência com quem o hotel já trabalha:
 - Responder logo que possível ao pedido
 - Enviar cotações sempre que aplicável
 - Confirmar o contrato caso exista
 - Allotment
 - Release
 - Forma de pagamento

Reservas de agências de viagem

- No caso de ser a primeira vez a trabalhar com a agência:
 - Recolher os dados para faturação
 - Nome da empresa
 - NIC
 - Morada
 - Informação sobre o método de pagamento etc...

Check In

- É um dado adquirido que ao chegar a um hotel em qualquer parte do mundo é necessário efetuar registo de entrada no hotel

Check In

- Como comunicar:
 - Atender sempre com um sorriso
 - Contato visual
 - Discurso claro e pausado
 - Tratar o cliente pelo nome
 - Evitar tempos de espera para o cliente
 - Tentar encontrar sempre solução
 - Imagem e atitudes muito cuidadas!!!!

Check In



Check In

- 3 Voluntários!!!

Check in

- Dados a recolher no momento de check in:
 - Apelido
 - Endereço completo
 - Nacionalidade
 - Data de Chegada
 - Data de partida

Check in

- Dados a recolher no momento de check in:
 - Número de passaporte ou BI
 - Local de Emissão
 - Data em que expira
 - Data e local de nascimento
 - Condições de pagamento
 - Assinatura do cliente

Check in

- Formas de pagamento:
 - Dinheiro
 - Cheque
 - Eurocheque
 - Moeda estrangeira
 - Cartão de crédito
 - Cartão multibanco
 - Voucher
 - Transferência para uma conta-corrente

Check in

- Procedimentos administrativos durante o Check In:
 - Formulário de registo
 - Verificar disponibilidade de acordo com a reserva
 - Venda
 - Entrega de chave
 - Verificar novamente o formulário de reserva
 - SEF

Check in

- Comunicação e coordenação com outros serviços:
 - Inventário
 - Governanta
 - F&B
 - Manutenção
 - Financeiro
- A recepção é o comando do hotel, logo TUDO tem de estar previsto e a comunicação é fundamental!

Check in

- Tarefas do recepcionista antes da chegada do hóspede:
 - Verificar a lista de chegadas
 - Preparar os documentos de chegada
 - Verificar duplicidades.
 - Verificar se houve troca de apartamento e guardar o documento na pasta correta.
 - Verificar o estado do quarto

Check in

- Tarefas do recepcionista antes da chegada do hóspede:
 - Bloquear o quarto
 - Verificar a disponibilidade
 - Atender aos pedidos especiais da reserva
 - (exemplos: bloquear participantes de um grupo próximo, bloquear quartos com early check-in, quartos que precisam ser conjugados etc).

Check in

- Tarefas do recepcionista antes da chegada do hóspede:
 - Comunicar os diferentes departamentos em caso de pedidos especiais como
 - por exemplo, em casos de hóspedes com necessidades especiais ou com animais de estimação (caso sejam permitidos em seu estabelecimento), conferências, etc

Check in

- Tarefas do recepcionista antes da chegada do hóspede:
 - Arquivar os documentos de chegada
 - Reserva
 - Pedidos especiais
 - etc

Check in

- Tarefas do recepcionista no momento do Check In:
 - Saudar o hóspede com boas vindas, representando o estabelecimento
 - Chamar o hóspede pelo nome
 - Seguir o procedimento estabelecido para receber um hóspede VIP

Check in

- Tarefas do recepcionista no momento do Check In :
 - Nome e endereço do hóspede
 - Data de saída
 - Tipo de quarto
 - Regime de alojamento
 - Tarifa aplicada
 - Pedidos especiais

Check in

- Tarefas do recepcionista no momento do Check In:
 - Caso a reserva tenha sido cancelada em função de ser uma reserva não garantida, negociar com o hóspede uma solução

Check in

- Tarefas do recepcionista no momento do Check In:
 - Pedir ao hóspede para preencher o ficheiro de cliente
 - Determinar a forma de pagamento
 - Faturação:
 - Verificar sempre quais são as despesas que devem ser faturadas, se é somente a hospedagem e impostos ou se os extras também podem ser faturados.
 - Verificar antecipadamente se a empresa tem cadastro pré-aprovado para faturamento, através do departamento financeiro de seu estabelecimento

Check in

- Tarefas do recepcionista no momento do Check In:
 - Bloquear o quarto!!!!

Check in

- Tarefas do recepcionista no momento do Check In:
 - Caso o apartamento não esteja pronto:
 - Pedir desculpas pelo ocorrido
 - Oferecer um local para guardar a bagagem
 - Confirmar com a governanta o horário em que o quarto ficará pronto
 - Não fornecer a chave do apartamento ou até mesmo o número do apartamento.

Check in

- Tarefas do recepcionista no momento do Check In:
 - Caso o apartamento não esteja pronto:
 - Pedir desculpas pelo ocorrido
 - Oferecer um local para guardar a bagagem
 - Confirmar com a governanta o horário em que o quarto ficará pronto
 - Não fornecer a chave do apartamento ou até mesmo o número do apartamento.

Check in

- Tarefas do recepcionista no momento do Check In:
 - Passar ao hóspede informações pertinentes, por exemplo:
 - Custos adicionais como telefone, estacionamento, lavanderia, serviços disponíveis no hotel etc..

Check in

- Tarefas do recepcionista no momento do Check In:
 - Assim que o apartamento estiver pronto:
 - Entregar as chaves* do apartamento
 - Explicar o uso

Check in

- * Chave
 - A maior parte dos hotéis hoje em dia opta por cartões magnéticos:
 - Evita custos na reposição de chaves perdidas
 - Evita roubos e trocas de identidade
 - Cartão sem identificação do quarto
 - Cartão de cliente

Check in

- Walk in:
 - Seguir os procedimentos de walk-in
 - Verificar:
 - Quantidade de hóspedes.
 - Data de saída.
 - Tipo de quarto
 - Estado do quarto e disponibilidade

Check in

- Walk in:
 - Se houver disponibilidade:
 - Identificar pedidos especiais.
 - Verificar tarifa disponível, usando as técnicas de vendas
 - Seguir o procedimento de check-in
 - Arquivar o documento no escaninho do apartamento

Check in

- Check In Grupos:
 - Verificar rooming list de chegadas. Verificar se as chegadas ocorrerão individualmente ou em grupo
 - Verificar se existe pedidos especiais
 - Bloquear os apartamentos lembrando dos pedidos especiais
 - Distribuir o rooming list para os departamentos do estabelecimento
 - Preparar os documentos de chegada e preparar as chaves antecipadamente.

Check in

- Check In Grupos:
 - À chegada do grupo
 - Confirmar com o responsável pelo grupo:
 - As tarifas aplicadas
 - Método de pagamento e faturamento, se houver
 - Informação sobre alimentos e bebidas.
 - Informações sobre a saída (horário de saída, retirada de bagagens necessidade de despertar para o grupo)

Check in

- Check In Grupos:
 - À chegada do grupo
 - Verificar se o group lider entregar as chaves ou se será a recepção que o fará,
 - Providenciar as informações necessárias para o grupo
 - Atualizar o status do grupo no sistema para check-in

Check out

- Define a saída do hóspede
- Normalmente realizado até às 12h:00
- Momento de contato com o hóspede em que temos de manter um boa relação
- Momento de avaliação do hotel

Check out

- Procedimentos de check out:
 - Quando o cliente chegar ao balcão da recepção, cumprimenta-lo e perguntar em que pode ajudar
 - Pedir a chave do quarto
 - Localizar a conta e conferir os dados do cliente
 - Verificar se existem mensagens de última hora, para serem entregues

Check out

- Procedimentos de check out:
 - Verificar se há débitos não lançados no sistema, provenientes de consumo no minibar ou de telefonemas, por exemplo.
 - Perguntar ao cliente se ele fez alguma despesa antes de sair
 - Pedir ao departamento de andares que verifique o minibar e o estado do quarto
 -

Check out

- Procedimentos de check out:
 - Perguntar se há bagagem para ser retirada do quarto
 - Se houver, orientar o bagageiro para que vá buscá-la
 - Apresentar o extrato da conta do cliente, para que ele o confira
 - Confirmadas as despesas, preparar a factura

Check out

- Procedimentos de check out:
 - O cliente pode fazer o pagamento de várias formas: com dinheiro, com cheque ou com cartão de crédito, usando voucher ou faturando em nome de uma empresa. Seguir as regras do hotel para as diferentes formas de pagamento de contas

Check out

- Procedimentos de check out:
 - Consultar o hóspede sobre sua satisfação com os serviços do hotel e se tem alguma sugestão a fazer. Tomar nota das sugestões ou reclamações que o hóspede fizer e, no caso de reclamação, pedir desculpas em nome da empresa e dizer que serão tomadas as devidas providências
 - Aplicação de inquérito de satisfação

Check out

- Procedimentos de check out:
 - Agradecer a preferencia e despedir-se, desejando-lhe um bom dia e boa viagem

Check out

- Formas de pagamento:
 - Se o cliente pagar em dinheiro, confira e devolva o troco, se houver; carimbe a fatura e a devolva ao cliente
 - Se pagar em cheque, confira se o preenchimento está correto e anote, no verso, o número do telefone do cliente.

Check out

- Formas de pagamento:
 - No caso do cliente usar o cartão de crédito para pagar:
 - Conferir a validade do mesmo e cheque a "Lista Negra"
 - Proceder ao faturamento do cartão de crédito junto à operadora
 - Entregar o comprovativo ao cliente para ser assinado
 - Verificar a assinatura
 - Entregar ao cliente uma via do comprovativo e a fatura do hotel

Check out

- Formas de pagamento:
 - Se o hóspede apresentar um "voucher":
 - Verificar se o hotel possui o cadastro da empresa que o emitiu
 - Confira se a assinatura do emitente corresponde com o cadastro
 - Solicitar ao hóspede que assine a fatura do hotel
 - Fique com a cópia do "voucher" para que seja enviado para cobrança anexado à fatura

Check out

- Formas de pagamento:
 - No caso das despesas serem pagas por uma empresa:
 - O cliente deverá assinar a fatura
 - Posteriormente, será encaminhada para cobrança junto à empresa.

Check out

- Situações especiais: Check out de Grupo
 - Normalmente o fecho de contas é feito com o líder do grupo
 - As despesas extra são acertadas diretamente com os hóspedes
 - Convém combinar horário de check out para garantir que há pessoal suficiente para realizar a tarefa

Check out

- Situações especiais: Check out de Grupo
 - Coordenação com o departamento de andares para que se faça a verificação dos quartos
 - O bagageiro também deve ser informado para que se possa retirar a bagagem
 - O procedimento para fecho de contas é idêntico ao referido anteriormente