|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Título componente** | **Video Animación** | | |
| **Título del video** | Creando experiencias desde la reserva | | |
| **Texto descriptivo** | No Aplica | | |
| **Escena** | **Imagen** | **Narración (voz en off)** | **Texto** |
| **Escena 1** | Animación de un huésped contactando un hotel, un avatar sonriente atendiendo vía chat o llamada, íconos giratorios de servicios (cama, comida, wifi). | **¡El arte de hospedar!**  La hospitalidad es mucho más que una cama y una llave. Es crear experiencias memorables desde el primer contacto. En este viaje, aprenderemos cómo la gestión de reservas es el corazón del servicio en los establecimientos de alojamiento. | * Hospitalidad * Experiencias * Contacto inicial |
| **Escena 2** | Mosaico de íconos de hoteles, hostales, camping y apartahoteles. | Desde hoteles cinco estrellas hasta posadas rurales, cada tipo de alojamiento responde a una necesidad particular. Su categorización establece estándares de calidad y servicio. | * Alojamiento * Categoría * Necesidad |
| **Escena 3** | Representación de departamentos internos del hotel (recepción, cocina, spa, bar, eventos). Avatares felices interactuando con esos servicios. | **Ahora revisemos el portafolio de servicios:**  **¡Siempre debe ser mucho más, que una habitación!**  Un establecimiento exitoso ofrece más que alojamiento: lavandería, entretenimiento, alimentación, eventos y atención personalizada son parte del portafolio de servicios que fideliza al cliente. | * Portafolio * Servicios * Fidelización |
| **Escena 4** | Escenarios simulados con distintos tipos de huéspedes y el personal del hotel adaptándose a sus necesidades. | **¡No olvidar que, el huésped es el centro!**  Esto significa conocer al cliente, lo cual es esencial, pues pueden ser: viajeros de negocios, familias, aventureros o parejas. Cada tipo de huésped espera un trato adaptado, cercano y profesional. | * Cliente * Personalización * Empatía |
| **Escena 5** | Panel de control digital de reservas, avatares gestionando llamadas, chats y formularios; animación de la ocupación en tiempo real. | **El área de reservas: ¡es el punto de partida!**  El área de reservas no solo gestiona cupos: representa el primer contacto, organiza la ocupación y construye la primera impresión.  Su eficiencia marca la diferencia. | * Reservas * Contacto * Su eficiencia marca la diferencia. |
| **Escena 6** | Iconos de teléfono, correo, redes sociales, gestos corporales de avatares; animación tipo infografía de comunicación verbal/no verbal. | **La comunicación efectiva: ¡clave del servicio!**  Escuchar activamente, elegir el canal correcto, cuidar las palabras y el lenguaje corporal. La comunicación es el puente que une expectativas y experiencias. | * Comunicación. * Escucha * Canal |
| **Escena 7** | Avatares actuando con amabilidad y resolución ante reclamos, íconos de “ética”, “privacidad” y “compromiso”; escudo simbólico de confianza. | **¡Todo esto nos lleva a contar con un servicio al cliente con ética!**  Ser ético es ser profesional. La cortesía, el respeto, la confidencialidad y la responsabilidad son pilares de un servicio que deja huella en el huésped. | * Ética * Respeto * Profesionalismo |
| **Escena 8** | Final emocional con un huésped satisfecho despidiéndose, íconos de estrellas o reseñas positivas, logo animado del establecimiento. | En cada contacto, en cada reserva, se gesta una promesa: brindar bienestar, seguridad y una experiencia que invite a volver.  Esa es la esencia de la vocación en el servicio**.** | * Experiencia * Promesa * Bienestar |