

ROTEIRO HYPER SABER Por Pedro Marinho/André Loureiro/Aline Ribeiro/Jayme Drummond	
TÍTULO: RESERVAS EM HOTÉIS - PADRÕES E TÉCNICAS DE VENDAS	
CLIENTE: Grupo MD	
Versão: 1	de 16.04.2012
ROTEIROS 1. Sem reservas, sem hóspede - Duração: 2. Conhecimento técnico - Duração: 3. Comportamento e atitude - Duração: 4. Padrões para reservas - Duração:	
Autor: Aline Ribeiro/Jayme Drummond 1.7 Reservas em hotéis - Padrões e técnicas de venda.	
Objetivo: Orientar o agente de reservas a colocar em prática um atendimento primoroso, seguindo o passo a passo técnico e comportamental.	
Ingredientes: Apresentador/Especialista/Esquetes/Ilustrações	

ROTEIRO AULA 14.1 - Sem reservas, sem hóspedes.

Vinheta de abertura Hypersaber

introduz tema "Sem reservas, sem hóspedes"

Clipe com imagens gerais de hotéis internacionais. Profissionais da área prestando serviço. Fachada hotel. Piscina, SPA, Recepção. Cliente cruzam lobby. Restaurante fino com pessoas nas mesas, limosine parada na porta do hotel, pessoa em limosine. Cliente sorridente fala ao telefone.

Trilha Sonora Sobe Som e depois cai em BG.

Cena - Int. Estúdio. Dia

Apresentador introduz tema.

APRESENTADOR 1 IN

Se existe um setor que podemos considerar como porta de entrada de um hotel, é o de reservas. É através dele que confirmamos a vinda de um cliente, o que garante a ocupação e receita para o hotel.

Fade para **CARTELA BLACK**

Insert Lettering GC: *Se não existem reservas, não existem hóspedes.*

APRESENTADOR 1 OFF

É...e se não existem reservas, não existem hóspedes. Concorda?

Corta para especialista.

Cena - Int. Hotel Dia

Especialista introduz tema.

ALINE RIBEIRO 1 IN

Com os avanços da tecnologia, hotéis do mundo inteiro investem cada vez mais para assegurar sua visibilidade e presença no mercado global. A internet vem sendo cada vez mais usada. Clientes querem respostas imediatas e precisas.

Apresentador encerra episódio em estúdio.

Cena - Int. Estúdio. Dia

APRESENTADOR 2 IN

O operador de reservas deve acompanhar esses avanços. Dominar os recursos disponíveis, conhecer a fundo o

produto que vende e
ainda saber encantar um
cliente quando o contato
humano através do
telefone ainda se faz
necessário.
É isso que vamos ver ao
longo desse curso!

Apresentador se despede.
Trilha Sonora Sobe som.

FIM

Roda vinheta final

ROTEIRO AULA 14.2 - Conhecimento Técnico.

Vinheta de abertura Hypersaber

introduz tema "Conhecimento Técnico"

Clipe com imagens gerais de hotéis: atendente em mesa com headset, pontos turísticos, mapas e quartos.

Trilha Sonora Sobe Som e depois cai em BG.

Cena - Int. Estúdio. Dia

Apresentador introduz tema.

APRESENTADOR 3 IN

Um bom operador de reservas deve ser apto a atender qualquer solicitação, seja por: telefone, fax, email ou GDS - Global Distribution System.

Lettering GC na imagem: GDS - Global distribution system.

Ilustração 1 - Insert imagens de sistema de GDS

Corta para especialista em estúdio.

Cena - Int. Hotel. Dia

ALINE RIBEIRO 2 IN

O GDS era inicialmente usado para integrar companhias aéreas do mundo inteiro e foi posteriormente expandido para reservas de hotéis e até mesmo locadoras de veículos.

Disponibilizando apartamentos através do sistema GDS, um hotel tem a oportunidade de ser localizado por qualquer agência de viagens do mundo ou ainda através da internet. Todas suas informações passam a

estar disponíveis on
line.

Volta especialista em estúdio.

APRESENTADOR 4 IN

Pense só no resultado
que isso pode trazer? Um
agente de viagens na
Malásia efetua sua
reserva num hotel em
Sergipe sem nunca antes
terem tido qualquer
contato. Essa agência
pode ainda ser
beneficiada com uma
comissão de 10% sobre o
valor da diária. Sabe
como? Através do código
IATA. Em geral hotéis
contratam empresas
internacionais para
emissão e envio desses
cheques.

Trilha sonora Sobe Som e depois cai em BG.

CARTELA - Lettering GC: PMS - Property Management System

Muda enquadramento.

ALINE RIBEIRO 3 IN

Como o fluxo informações
e dados a serem
computados é intenso,
para controlar e
administrar internamente
cada reserva que entra,
hotéis usam um sistema
conhecido como PMS.
Vamos ver como funciona.

Lettering GC na imagem: PMS - Property Management System

CORTA PARA ESQUETE 2 - Sala da supervisão. Mesa com duas
cadeiras, telefone e computador. Supervisora conversando com o
novo atendente.

SUPERVISORA: "Roberto, pra começar eu quero dar as boas vindas a nossa equipe. Ví na sua ficha que você tem experiência, mas deixe eu te falar sobre a nossa estrutura.

SUPERVISORA: "Aqui no hotel trabalhamos com um sistema de reserva, o P.M.S - Property Management System, que valida a reserva através de um número de confirmação e garante que o tipo de quarto será deduzido da disponibilidade no sistema. Mas para que isso aconteça é muito importante que as reservas sejam digitadas imediatamente no PMS".

Atendente atento concorda com supervisora com um leve balançar de cabeça.

ATENDENTE: "Entendi Dona Paula, eu conheço o sistema, mas tenho umas dúvidas sobre alguns procedimentos do Hotel".

SUPERVISORA: "Então pode perguntar."

ATENDENTE: "No caso de não haver mais quartos disponíveis no sistema na data que o cliente pediu?"

Supervisora responde.

SUPERVISORA: "Sempre ofereça alternativas. Diga ao cliente que não há quartos disponíveis no momento. Ofereça, por exemplo, outra opção de data, coloque-o em lista de espera ou ainda hospedá-lo num outro hotel da mesma rede se for o caso".

ATENDENTE: "Podemos alterar uma reserva?"

SUPERVISORA: "Sim. E toda alteração ou cancelamento deve ser feito diretamente no sistema, seja mudança de data, de nome, de forma de pagamento ou qualquer outro motivo, assim, podemos garantir a solicitação do cliente".

ATENDENTE: "Em até quanto tempo posso cancelar no sistema uma reserva?"

SUPERVISORA: "O período limite para o cancelamento de uma reserva varia de acordo com a baixa ou a alta temporada, assim como o valor da multa, que depende da antecedência e da temporada. O hotel pode liberar ou não o hóspede do pagamento da multa. Assim que o cancelamento é aprovado o quarto volta a ficar disponível no sistema. Mas não se preocupe, assim que você estiver acomodado receberá um manual com todos esses detalhes."

Volta especialista.

ALINE RIBEIRO 4 IN

O sistema PMS tem que estar constantemente atualizado. Do contrário, corremos o

risco de deixar de
vender um apartamento ou
ainda vendê-lo em
duplicidade, gerando
overbooking.

Trilha Sonora Sobe Som e depois cai em BG

CARTELA - Lettering GC: PMS - Segmentação de Clientes

Muda enquadramento.

ALINE RIBEIRO 5 IN/OFF

Muitos clientes reservam
diretamente o hotel
através do site, outros
passam pela agência e
tem ainda aqueles que
vem através de uma
empresa. Assim, temos
hóspedes individuais e
grupos.

Ilustração 3 - Insert de clientes sendo atendidos, sentados em
frente ao agente de viagens, reunião de equipes hotel e empresa.
Volta especialista.

ALINE RIBEIRO 6 IN

Isso gera diferentes
tipos de segmentos de
cliente. Cada um reflete
em diferentes tarifas,
contratos e até mesmo
serviços. Enquanto um
segmento pode contar com
café da manhã incluído
na diária, outro não.
Chamamos essas vantagens
incluídas na diária de
amenities. Uma empresa
pode ter como amenitie
garantia de late check
out e uma outra agência
up grade de acordo com a
disponibilidade do
hotel. Esses acordos são
determinados pelo

departamento de vendas,
a quem reservas está
subordinado. Vamos ver
os principais segmentos
de mercado:

Trilha Sonora sobe som e depois cai em BG.

Ilustração 4 - Corta para insert quarto de hotel arrumado, mesa com café da manhã, restaurante fino com pessoas nas mesas, pessoa em limosine, piscina do hotel, SPA.

Volta especialista.

Lettering GC na imagem: Cliente direto

ALINE RIBEIRO 7 IN/OFF

Cliente direto: é
aquele que efetua
sua reserva
diretamente com o
hotel, seja através
da internet ou pelo
telefone. Em geral
ele paga uma tarifa
cheia ou a
disponível no
sistema.

Lettering GC na imagem: Cliente corporativo.

Ilustração 5 - Insert imagens de secretárias fazendo reservas ao telefone e clientes de terno se apresentando no balcão da recepção.

Muda enquadramento.

ALINE RIBEIRO 8 IN

Empresas que em
função do grande
fluxo de hospedagem
possuem tarifa
acordo com o hotel,
podem usufruir de
benefícios, como
amenities
especiais, café da
manhã, late check

out, upgrade, entre outros.

Lettering GC na imagem: Agentes de viagem - Travel agency

Ilustração 6 - Insert de imagens de agências de viagens.

ALINE RIBEIRO 9 IN

Agências de viagem que reservam o hotel através do GDS ou via telefone e email, em geral são comissionadas.

Lettering GC na imagem: Operadoras de turismo - Tour operador
Muda enquadramento.

ALINE RIBEIRO 10 IN

Possuem tarifa negociada com o hotel, com preços em geral bem abaixo da tarifa balcão, em função do grande volume de reservas que efetuam ao longo do ano. O tour operador funciona como um intermediário entre agências do exterior. A quem as quais revende pacotes ou diárias a preços mais elevados. A tarifa que temos em contrato com o tour operador é totalmente sigilosa e jamais deve ser revelada a quem quer que seja.

Trilha Sonora Sobe Som e depois cai em BG.

Lettering GC na imagem: Grupos

Ilustração 7 - Insert de imagens de grupos chegando ao hotel, atendentes separando envelopes e chaves para os grupos no check in.

ALINE RIBEIRO 11 IN

Como o próprio nome diz: grupos de apartamentos reservados em bloco, beneficiando-se de uma tarifa especial. Cada hotel determina o número mínimo de apartamentos necessários para que uma reserva seja considerada de grupo. Em geral, a exigência é de no mínimo dez quartos.

Lettering GC na imagem: Tripulação.

Ilustração 8 - Insert de imagens de tripulações dentro do lobby ou no aeroporto.

ALINE RIBEIRO 12 IN

Alguns hotéis recebem tripulação de companhias aéreas ao longo do ano, isso garante uma ocupação constante, já que conseguimos prever semanalmente um número determinado de apartamentos utilizados. Como as tarifas em geral são baixas, esse

tipo de contrato é vantajoso para hotéis de grande porte e fluxo.

Lettering GC na imagem: Complimentary
Muda enquadramento.

ALINE RIBEIRO 13 IN

Quando a diária é oferecida como cortesia, determinamos esse segmento como complimentary. Esse tipo de reserva exige um email ou carta de autorização da gerência responsável para que seja efetuada.

Lettering GC na imagem: Hóspedes VIP
Muda enquadramento.

ALINE RIBEIRO 14 IN

Alguns hóspedes beneficiam-se de tratamento diferenciado em função da representatividade que ele tem como formador de opinião, posição, cargo de destaque, ou simplesmente pelo acordo que seu hotel possui com a empresa ou agência. O status de VIP deve ser inserido no sistema por reservas para que

todos os setores
operacionais possam
estender a esse
hóspede os
benefícios que lhe
cabem.

Corta para apresentador em estúdio.

Lettering GC na imagem: Revenue Management

APRESENTADOR 5 IN

Para otimizar a
receita, muitos
hotéis usam o
sistema de gestão
chamado *revenue
management*. Essa
técnica permite a
oferta de tarifas,
mais altas ou mais
baixas, conforme a
demanda por uma
determinada data.

Muda enquadramento.

APRESENTADOR 6 IN

Assim uma mesma
categoria de
apartamento pode
ser mais cara
durante o reveillon
que em outras
épocas do ano.

Ilustração 9 - Insert de imagens: Hóspede pagando conta no
balcão da recepção, no bar. Na boutique do hotel. Trocando
dinheiro na recepção.

Volta especialista.

ALINE RIBEIRO 15 IN

E como estamos
falando de receita,
é importante
assegurar que o
hotel receberá

pelos serviços
cobrados. Uma
hospedagem pode ser
paga:
antecipadamente,
através de depósito
ou cartão de
crédito, na saída
do hóspede; ou
ainda faturada para
uma empresa ou
agência.

Muda enquadramento.

Ilustração 10 - Insert de imagens: contrato empresa e hotel.
Email, fax ou documento que da empresa faturando o pagamento das
diárias. Atendente imputando os dados no sistema do hotel.

ALINE RIBEIRO 16 IN

Só podemos faturar,
diárias ou extras
para uma empresa
que tenha cadastro
ativo de
faturamento. Essa
concessão é dada
exclusivamente pelo
setor de crédito,
contas a receber.
O operador de
reservas, só poderá
considerar a
transação mediante
um email, fax ou
documento que
assegure esse
pagamento
posteriormente.//
Lembre-se que
algumas empresas
faturam apenas
diárias, outras
diárias e extras

como minibar, e
ainda as que jamais
aceitam o
faturamento de
bebidas alcóolicas
de seus
funcionários. Tudo
isso deve ser
minusciosamente
verificado no email
de solicitação
antes de imputar os
dados no PMS.

Corta para apresentador em estúdio.

Cena - Int. Estúdio. Dia

APRESENTADOR 7 IN

Bom, agora que você
já sabe dessa parte
técnica importante
para assegurar o
bom andamento do
setor; vamos ver na
aula que vem, a
melhor forma de
tratar seus
clientes.

Apresentador se despede.

Trilha Sonora Sobe som.

FIM

Roda vinheta final

ROTEIRO AULA 14.3 - Comportamento e atitude

Vinheta de abertura Hypersaber

introduz tema "Comportamento e atitude"

Clipe com imagens gerais de hotéis: atendente em mesa com

headset. Cliente preenchendo ficha no balcão. Hóspedes nos quartos, hóspedes na piscina de um hotel, mapas e quartos.

Cena - Int. Estúdio Dia.

Apresentador introduz o tema.

APRESENTADOR 8 IN

Mesmo com tanta tecnologia, o contato telefônico muitas vezes é insubstituível. E é disso que vamos tratar nessa aula: como assegurar um atendimento de excelência ao efetuar uma reserva por telefone.

Corta para especialista.

Cena - Int. Hotel. Dia

Lettering GC na imagem - Sorrindo ao telefone

ALINE RIBEIRO 17 IN

Cordialidade é fundamental para poder passar satisfação em atender o cliente. Através do tom da voz, das palavras utilizadas e da entonação, conseguimos identificar se a pessoa está ou não atendendo com prazer. O mesmo acontece quando um cliente liga pra o nosso hotel.

Lettering GC na imagem - Clareza ao falar.

Muda enquadramento.

ALINE RIBEIRO 18 IN

Procure sempre falar de forma clara e pausada. Lembre-se que a pessoa não está lhe vendo. Evite termos técnicos,

pois nem sempre o
cliente conhece esse
vocabulário.

Cena - Int. Hotel. Dia

Lettering GC na imagem - Conhecimento do produto.

Volta especialista.

ALINE RIBEIRO 19 IN

Conhecer seu hotel, seus
serviços, acordos e
tarifas praticadas é
fundamental. O operador
de reservas é antes de
tudo um vendedor.
A concretização da venda
está ligada a maneira
como você descreve seu
produto.

CORTA PARA ESQUETE 11 - Atendente sentado em uma mesa com
headset na cabeça e um computador a frente. Ele fala com o
cliente do outro lado da linha.

ATENDENTE: "Sim senhor Rodrigues. O quarto é amplo. São oitenta
metros quadrados, com uma cama King size, televisão de setenta e
duas polegadas. Banheiro espaçoso e uma Jacuzzi. Como o
banheiro é envidraçado o senhor terá o privilégio de ver toda a
praia."

Atendente espera um pouco enquanto o cliente fala e depois
responde.

ATENDENTE: "Certo. O Carnaval começa na sexta-feira a noite e só
termina na quarta-feira. Caso o senhor queira assistir ao desfile
podemos também já reservar o ingresso"

Volta especialista.

Insert de imagens caso consiga de grandes eventos.

ALINE RIBEIRO 20 IN

Um bom profissional está
atenado com o que
acontece na sua cidade:
eventos, datas,
calendários festivos.
Isso está ligado a sua

curiosidade de querer
conhecer e divulgar cada
vez mais o destino
turístico e seu
estabelecimento.

Trilha Sonora Sobe Som e depois cai em BG.

Lettering GC na imagem - Pro-atividade

CORTA PARA ESQUETE 12 - Atendente falando ao telefone com o cliente.

ATENDENTE: "... Entendo senhora. O seu filho e a babá".

ATENDENTE: "Nesse caso posso oferecer-lhe um quarto comunicante. Além de ser lado ao lado com o da senhora, ele possui uma porta que comunica com o outro quarto, o que ficará com o berço e uma cama para a babá.

Temos também um menu infantil especial para crianças e um kids club para o seu outro filho de seis anos."

Volta especialista.

ALINE RIBEIRO 21 IN

Ofereça alternativas
antes do cliente pedir.
Isso é ser proativo!
Saiba propôr. Preste
atenção ao discurso do
cliente para que você
entenda o que ele quer.

Muda enquadramento.

Trilha Sonora Sobe Som e depois cai em BG.

Lettering GC na imagem - Ética profissional

Volta especialista em hotel.

ALINE RIBEIRO 22 IN

Você tem acesso a
contratos importantes, a
tarifas confidenciais, a
informações sobre
hóspedes e empresas.
Mantenha sigilo. Nunca
passe informações para
pessoas fora da empresa.
No caso de celebridades,
ou quando a reserva é

efetuada como
"incognito", respeite e
a privacidade do seu
hóspede.

Trilha Sonora Sobe Som e depois cai em BG

Lettering GC na imagem - Formas de tratamento

Continua especialista.

ALINE RIBEIRO 23 IN

Todos os clientes devem
ser tratados por senhor
ou senhora.
Nunca use gírias,
palavras no diminutivo
ou expressões populares.
Jamais fale comendo ou
bebendo ao telefone.

CORTA PARA ESQUETE 13 correta: Atendente falando ao telefone com
sorriso aberto ao cliente.

ATENDENTE: "Senhor Marinho, prazer em ouvi-lo! Como posso ajudá-
lo?"

Volta especialista.

ALINE RIBEIRO 24 IN

Assegure-se que seu
ambiente de
trabalho é
silencioso. Nunca
fale alto para não
atrapalhar pessoas
ao seu redor. Não
deixe qualquer som
ou ruído vazar no
fone atrapalhando
uma conversa.

Muda enquadramento.

Ilustração 14 - Insert imagem: detalhe no botão hold do
telefone.

ALINE RIBEIRO 25 IN

Caso você precise
interromper uma
chamada por

qualquer motivo que seja, peça gentilmente para o cliente aguardar, use a tecla espera ou 'Hold'. A espera nunca deve ultrapassar trinta segundos. Ao voltar a ligação agradeça o cliente por ter aguardado.

Trilha Sonora Sobe Som e depois cai em BG.

Lettering GC na imagem: Atenção e Precisão

Volta especialista.

Insert imagens: Atendente de reservas falando ao telefone, sorrindo e digitando no computador. **(utilizar material do curso de express english).**

ALINE RIBEIRO 26 IN

O bom serviço do hotel começa por reservas. Esteja atento a todos os dados que você registra: datas, nomes, tarifas e faturamento. Uma pequena falha pode acarretar num grande transtorno mais a frente.

CORTA PARA ESQUETE 15 - Recepção. Recepcionista interage com o hóspede. Ele não encontra a reserva.

RECEPCIONISTA: "Senhora Andrade. Infelizmente não consigo achar a sua reserva no sistema."

Cliente visivelmente irritada retira papel da bolsa e fica balançando-o no ar.

HÓSPEDE: "Isso é um absurdo. Eu tenho aqui o comprovante mostrando que eu fiz a reserva."

RECEPCIONISTA: "Entendo. A senhora tem toda a razão. Apesar de

não ter mais a suíte premium que a senhora reservou, posso acomodá-la em uma suíte master vista mar com dois ambientes e Jacuzzi no banheiro pela mesma tarifa. Isso seria satisfatório para a senhora?"

Volta especialista.

ALINE RIBEIRO 27 IN

Viu o que aconteceu? Na certa o operador lançou algum dado errado no sistema.

Ilustração 16 - Insert imagens de pessoas no telefone insatisfeitas, caixa de email lotada, empregado olhando muitos papéis na mesa, esboça semblante de não saber o que fazer.

Volta especialista.

ALINE RIBEIRO 1 OFF

O acúmulo de chamadas, a organização de documentos, e-mails chegando sem parar podem estressar qualquer um não?!

Apresentador encerra episódio.

Cena - Int. Estúdio. Dia

APRESENTADOR 9 IN

Porém, todos os outros setores do hotel também acumulam tarefas em prol do bem-estar do hóspede e existe uma inter-relação entre eles. Portanto, é fundamental que você seja amável e cortês com o seu cliente interno: seu colega de trabalho. Na próxima aula vamos descobrir padrões que asseguram a qualidade do serviço a todo instante.

Apresentador se despede.

Trilha Sonora Sobe som.

FIM

Roda vinheta final

ROTEIRO AULA 14.4 - Padrões para reservas

Vinheta de abertura Hypersaber

introduz tema "Padrões para reservas"

Clipe com imagens gerais de hotéis: atendente em mesa com headset. Cliente preenchendo ficha no balcão. Hóspedes nos quartos, hóspedes no lobby de um hotel, corredores.

Apresentador introduz episódio.

Cena - Int. Estúdio. Dia

APRESENTADOR 10 IN

Independente de quem
está atendendo a
chamada, a melhor forma
de assegurar que o
cliente seja bem
acolhido e a reserva
efetuada de forma
eficaz, é adotar
padrões.

CORTA PARA CARTELA - Lettering GC: Padrões internacionais de reservas.

Volta especialista.

ALINE RIBEIRO 28 IN

Padrões tem como foco
principal o cliente.
Além disso, devem
considerar as
necessidades da empresa,
como por exemplo,
assegurar que a reserva
seja concretizada. E por
fim levar em conta de
que forma a concorrência
trabalha para que
possamos sempre oferecer
um serviço superior.

Volta apresentador em estúdio.

APRESENTADOR 11 IN

Elaboramos um roteiro
com padrões
internacionais adotados
em grandes hotéis do
mundo, para que você
garanta um serviço de
primeira.

Trilha Sonora Sobe Som e depois cai em BG.

Lettering GC na imagem - Atender até o terceiro toque
Volta especialista.

ALINE RIBEIRO 29 IN

O primeiro padrão é
atender o telefone no
máximo até o terceiro
toque.

CORTA PARA ESQUETE 17 correta: Atendente em uma mesa. A sua frente um computador e um headset na cabeça. O telefone toca e no segunda toque ele atende e diz.

ATENDENTE: "Reservas, Roberto bom dia!"

CLIENTE: "Bom dia. Gostaria de fazer uma reserva para a Páscoa, são dois quartos."

Volta especialista.

Lettering GC na imagem - Obtenha o nome do interlocutor.

ALINE RIBEIRO 30 IN

Procure saber o nome da
pessoa que está
chamando, mesmo que a
reserva não seja para
ela. Em seguida obtenha
a data de entrada e
saída para verificar de
imediato a
disponibilidade.

Lettering GC na imagem - Confirmar as datas de chegada e partida.

CORTA PARA ESQUETE 18 - Atendente em uma mesa. A sua frente um computador e um headset na cabeça. Cliente no outro lado da linha. Continuação da esquete acima.

ATENDENTE: "Claro senhora, qual o seu nome por favor?"

CLIENTE(em casa): "Meu nome é Bruna Foucault."

ATENDENTE: "A reserva é para a senhora mesmo?"

CLIENTE: "Para mim e para a minha família: meu marido e meu filho."

ATENDENTE: "Certamente senhora Foucault, qual seria a data da reserva?"

CLIENTE: "Chego no dia quatro e saio dia oito de abril."

Insert imagens de diferentes suítes e apartamentos de hotel.
Volta especialista em hotel.

ALINE RIBEIRO 31 IN

Verifique sua
disponibilidade de
suítes e
apartamentos para
esse período no
sistema.

**Lettering GC na imagem - Verifique a disponibilidade dos
apartamentos.**

CORTA PARA ESQUETE 19 - Atendente em uma mesa. A sua frente um computador e um headset na cabeça. Continuação da esquete acima.

ATENDENTE: "... Temos duas suítes Master vista mar que são conjugadas, ficam lado a lado com uma porta comunicante. Elas possuem 90 metros quadrados, vista mar, internet de alta velocidade e acesso ao nosso club lounge, onde a senhora tem serviço de café da manhã privativo e happy hour diariamente das dezessete às vinte horas".

O valor da diária é de seicentos e oitenta dois reais mais cinco por cento de ISS."

CLIENTE: "Não. Acho que essa suite está muito cara. Vocês não tem algo mais simples? Não precisa ser uma suíte."

ATENDENTE: "Certamente senhora Foucault. Temos também disponíveis dois apartamentos Deluxe, com vista jardim, de quarenta e cinco metros quadrados, que podem ser conjugados no valor de quatrocentos e cinquenta e nove reais por noite, mais cinco por cento de ISS. Ou ainda, apartamentos superiores, com vista para o pátio central e trinta metros quadrados por trezentos e sessenta e cinco reais, mais cinco por cento. Ambos tem café da manhã incluído servido no nosso restaurante principal."

CLIENTE: "Bom. Como preciso de duas suítes acho que o apartamento com vista para o jardim está bom."

Atendente manipulando o computador enquanto entra a fala em OFF.
Volta especialista.

ALINE RIBEIRO 33 IN/ OFF

Temos a tendência
de oferecer sempre
o quarto mais

barato. Em reservas
nunca faça isso,
pois não sabemos o
que o cliente
procura. Lembre-se
que você é um
vendedor. Ofereça
sempre diferentes
categorias de
apartamentos e
suítes disponíveis
naquela data.

VOLTA PARA ESQUETE 20 - Atendente em uma mesa. A sua frente um computador e um headset na cabeça. **Cliente da sua casa.**

ATENDENTE: "Perfeito senhora Foucault, posso obter o nome completo da sua família, por favor?"

CLIENTE: "Bruna Foucault. Meu marido se chama Jacques e meu filho Ian".

ATENDENTE: "Quantos anos tem seu filho?"

CLIENTE: "Dez anos".

ATENDENTE: "Posso pedir que solete seu sobrenome, por favor?"

CLIENTE: "Claro. F-o-u-c-a-u-l-t."

Atendente manipulando o computador.

Corta para detalhe recepcionista entrega documento a hóspede no balcão. **Detalhe: Jacques Foucault. Hóspede agradece e assina.**

ALINE RIBEIRO 2 OFF

É essencial que o
nome do hóspede
esteja escrito da
forma certa. Assim
você garante que
sua ficha estará
preenchida
corretamente.

Muda enquadramento.

Trilha Sonora Sobe Som e depois cai em BG

Lettering GC na imagem - Esse hóspede já esteve no hotel?

ALINE RIBEIRO 33 IN

Se seu sistema está
atualizado e você

consegue
identificar se o
cliente já se
hospedou
anteriormente,
demonstre
reconhecimento
dizendo: 'será um
prazer recebê-la
novamente senhora
Foucault'. Do
contrário,
certifique-se que
essa é sua primeira
estada antes de
passar maiores
informações.

CORTA PARA ESQUETE 21 - Atendente em uma mesa. A sua frente um computador e um headset na cabeça. Continuação da esquete acima.

ATENDENTE: "Já estiveram conosco alguma vez senhora Foucault?"

CLIENTE: "Não. Essa é a primeira vez. Uma amiga me indicou o hotel e falou muito bem de vocês."

ATENDENTE: "Muito obrigado pela preferência senhora Foucault!"

Volta especialista.

ALINE RIBEIRO 34 IN

Este é o momento para
apresentar seu hotel e
seus serviços.

Lettering GC na imagem - O motivo da visita

CORTA PARA ESQUETE 22 - Atendente em uma mesa. A sua frente um computador e um headset na cabeça. Continuação da esquete acima.

ATENDENTE: "Perfeito. Dois apartamentos Deluxe vista jardim.

Durante sua estada a senhora e sua família poderão desfrutar de todas as facilidades como: piscina, quadras cobertas, SPA, restaurantes. Temos ainda um menu infantil especial para crianças, além de um kids club."

CLIENTE: "Que maravilha, meu filho vai adorar."

ATENDENTE: "É sua primeira visita a cidade?"

CLIENTE: "Não. Nasci no Rio. Moramos na França e esse ano

aproveitamos para comemorar nosso aniversário de casamento aí e rever os parentes."

ATENDENTE: "Que ótima notícia senhora Foucault. Em que dia é o seu aniversário de casamento?"

CLIENTE: "Sábado, dia sete."

ATENDENTE: "Caso a senhora e seu marido queiram comemorar, temos no hotel o serviço de babysitter."

CLIENTE: "Isso seria ótimo. Quanto custa?"

ATENDENTE: "A tarifa deste serviço é de setenta e nove reais a hora."

CLIENTE: "Que bom, você poderia reservar uma babysitter para o sábado, por favor? Depois confirmo os horários."

ATENDENTE: "Certamente senhora já está registrado seu pedido." Atendente manipulando o computador.

Volta especialista.

ALINE RIBEIRO 35 IN

Seja proativo e antecipe-se as necessidades dos seus clientes. Sabendo o motivo da viagem você pode direcionar da melhor forma a apresentação dos seus serviços e produtos, para que a estada do hóspede seja ainda mais agradável.

Ilustração 23 - Volta para atendente com headset manipulando o computador, respondendo perguntas e ouvindo balançando levemente a cabeça ao mesmo tempo que fala ao telefone, cobre off abaixo.

ALINE RIBEIRO 3 OFF

Todas as informações adicionais que você obter estarão registradas na ficha do hóspede e serão utilizadas por todos os departamentos durante sua estada. Exemplo: ao

perguntar a data do
aniversário de
casamento, o hotel
poderá enviar um cartão
com amenities
personalizado para o
casal no dia sete.

Trilha Sonora Sobe Som e depois cai em BG.

Lettering GC na imagem - Pulo do Gato - Guest Recognition

ALINE RIBEIRO 36 IN

Alguns hotéis usam
técnicas para obter o
maior número possível de
informações sobre o
hóspede antes de sua
chegada para oferecer um
atendimento
ultrapersonalizado
durante sua estada.
Chegam a ter um setor
encarregado disso
paralelo a reservas,
denominado guest
recognition.

Lettering GC na imagem - Obter todos os detalhes da reserva.

CORTA PARA ESQUETE 24 - Atendente em uma mesa. A sua frente um
computador e um headset na cabeça. Continuação da esquete acima.

ATENDENTE: "A Senhora tem um telefone para contato, por favor?"

CLIENTE: "33 1 43 84 30 25."

ATENDENTE: "Só para verificar:33 1 43 84 30 25."

ATENDENTE: "E o seu e-mail?"

CLIENTE: "B, ponto foucault, arroba gmail ponto com."

ATENDENTE: "Obrigado, senhora Foucault."

Volta para especialista.

ALINE RIBEIRO 37 IN

Você deve obter todos os
dados da reserva de
forma clara e polida:
telefone, e-mail e
principalmente o número

do cartão de crédito,
pois ele é a garantia do
hotel caso o hóspede
cancele ou dê '*no show*'.
Isso acontece quando o
hóspede não cumpre com
sua reserva e não
aparece.

Lettering GC na imagem - Confirmar forma de pagamento.

VOLTA PARA A ESQUETE 25 - Atendente em uma mesa. A sua frente um computador e um headset na cabeça. **Cliente de casa.**

ATENDENTE: "Precisamos de um número de cartão de crédito para confirmar sua reserva."

CLIENTE: "É american express e está no meu nome. Número: 3764 498765 43210, validade 01/14 e o código de segurança é 6448".

ATENDENTE: "Obrigado Senhora Foucault. Confirmando o número do seu american express: 3764 498765 43210, validade 01/14 e o código de segurança é 6448."

CLIENTE: "Isso!"

ATENDENTE: "Todos os apartamentos do nosso hotel são não-fumantes. Caso a senhora precise alterar sua reserva, basta nos enviar um e-mail para o mesmo endereço do qual receberá a confirmação. O cancelamento pode ser feito com até vinte e quatro horas de antecedência sem nenhuma cobrança adicional."

CLIENTE: "Ok."

Volta para atendente manipulando o computador e confirmando dados, ao mesmo tempo que fala ao telefone, cobre off abaixo.

Volta especialista em off.

ALINE RIBEIRO 4 OFF

Após obter todos os
dados, agradeça e
informe ao cliente sobre
as políticas de fumante,
não fumante, de
cancelamento ou
alteração da reserva.

CORTA PARA Ilustração 26 . Insert de grupo de pessoas em volta de funcionário do hotel com uma prancheta.

Volta especialista.

Lettering GC na imagem: Pulo do gato - Conta Master.

ALINE RIBEIRO 38 IN

Para reservas de grupos usamos uma conta master, ou seja, uma conta única para todos os apartamentos. Onde serão lançadas as diárias ou despesas firmadas no contrato com a empresa, agência ou operadora.

Lettering na imagem - Perguntar a hora estimada da chegada

CORTA PARA ESQUETE 27 - Atendente em uma mesa. A sua frente um computador e um headset na cabeça. Continuação da esquete acima.

ATENDENTE: "...Senhora Foucault. Nosso Check in inicia às quatorze horas. A que horas a senhora chega no dia quatro?"

CLIENTE: "A chegada está prevista para as sete e quarenta e cinco da manhã no aeroporto internacional. Provavelmente chegaremos no hotel por volta das nove horas da manhã."

ATENDENTE: "Entendo. Vou deixar essa observação na sua reserva. Tendo disponibilidade a senhora poderá entrar no apartamento antes do horário do check in".

CLIENTE: "Ah, obrigadíssima!"

ATENDENTE: "A senhora gostaria de um serviço de transfer para buscá-la no aeroporto?"

CLIENTE: "Ah sim, eu gostaria sim. Qual o valor?"

ATENDENTE: "São cento e oitenta reais"

CLIENTE: "Ok."

ATENDENTE: "Qual o número do seu voo?"

CLIENTE: "Quatro cinco meia meia, da sunshine airlines."

ATENDENTE: "Perfeito, nosso motorista estará a sua espera no desembarque."

Volta especialista.

ALINE RIBEIRO 39 IN

Mesmo que o hóspede não aceite seu serviço de transfer, é importante saber seu horário de chegada para prever o bloqueio do apartamento

e a preparação do seu
check in.

Lettering GC na imagem - Garantir toda e qualquer preferência do hóspede

CORTA PARA ESQUETE 28 - Atendente em uma mesa. A sua frente um computador e um headset na cabeça. Continuação da esquete acima. Cliente fala de casa.

ATENDENTE: "Algo a mais que eu possa fazer pela senhora antes da sua chegada ao hotel?"

CLIENTE: "Ah. Bem lembrado. Meu marido tem alergia a tecidos sintéticos. A roupa de cama de vocês é de algodão?"

ATENDENTE: "Fique tranquila senhora Foucault, nossos lençóis são de quatrocentos fios de algodão. Tenho certeza que a senhora vai ficar muito confortável."

CLIENTE: "Ah, que ótimo, então está tudo perfeito!"

Volta especialista.

ALINE RIBEIRO 40 IN

Tente descobrir qualquer
detalhe que possa fazer
a diferença. Você é o
anfitrião e o
acolhimento do hotel
começa no seu contato
telefônico com o
cliente.

Lettering na imagem - Repetir e confirmar todos os detalhes da reserva.

CORTA PARA ESQUETE 29 - Atendente em uma mesa. A sua frente um computador e um headset na cabeça. Continuação da esquete acima. Cliente de casa.

ATENDENTE: "Senhora Foucault. Posso lhe pedir mais um minuto para confirmar os dados da sua reserva".

CLIENTE: "Claro!"

ATENDENTE: "A senhora, seu marido e seu filho estarão conosco do dia quatro ao dia oito de abril. Estão reservados dois apartamentos Deluxe comunicantes com vista jardim.

CLIENTE: "Certo."

ATENDENTE: "A tarifa é de seiscentos e oitenta dois reais por noite. O pagamento será feito com seu cartão American Express."

CLIENTE: "Certo."

ATENDENTE: "Sua reserva está feita. Enviarei a confirmação com todos os dados para seu email. Poderia por favor anotar seu numero de confirmação? .. 8242."

CLIENTE: "Anotado, obrigada."

Atendente manipulando o computador enquanto entra a fala em OFF.

ALINE RIBEIRO 5 OFF

Após confirmar os dados
ofereça o número da
reserva.

Volta especialista.

ALINE RIBEIRO 41 IN

Seu email de confirmação
deverá chegar em até
vinte e quatro horas.

Ilustração 30 - Insert de documento de confirmação de reserva da senhora Foucault.

ALINE RIBEIRO 42 IN

Além de todos os dados
da reserva, o email de
confirmação deve trazer
a política de
cancelamento, além de
divulgar os produtos e
serviços do hotel.

Trilha Sonora Sobe Som e depois cai em BG.

Lettering GC na imagem - O fechamento da reserva

ALINE RIBEIRO 43 IN

Despeça-se de forma
calorosa e aguarde o
cliente desligar antes
de cortar a ligação.

CORTA PARA ESQUETE 31: Atendente em uma mesa. A sua frente um computador e um headset na cabeça. Mesma ambientação da esquete anterior.

ATENDENTE: "Senhora Foucault, mais uma vez muito obrigado, meu nome é Roberto e estou a sua disposição para o que precisar. Esperamos vê-la em breve!"

CLIENTE: "Muito obrigado. Até logo!"

ATENDENTE: "Obrigado a senhora. Até logo."

Apresentador encerra episódio.

Cena - Int. Estúdio. Dia

APRESENTADOR 12 IN

Viu. Isso é o que
podemos chamar de
serviço de excelência.
Nosso atendente aplicou
as técnicas necessárias,
passou segurança ao
cliente, mostrando
conhecimento do que está
vendendo. Sempre com um
tom amável e acolhedor.
Agora pratique isso em
seu hotel e conquiste
ainda mais seus
clientes.

Apresentador se despede.

Trilha Sonora Sobe som.

FIM

Roda vinheta final