

14:53

30 DE AGOSTO DE 2011

ESTADÃO.COM.BR

POLÍTICA ECONOMIA ESPORTES TECNOLOGIA DIVIRTA-SE PME Opinião Rádio JT Eldorado ESPN Piauí

ZAP

Sponsor do site

ASSINE O ESTADÃO

ECONOMIA&NEGÓCIOS

com informações de O ESTADO DE S. PAULO

BUSCAR

Home Economia Negócios AE Mercados Suas Contas Sua Carreira Seu Imóvel Broadcast

Blogs · Vídeos · Infográficos · Tópicos · Últimas



SUCESSO NA PRIMEIRA FASE. ABERTURA DA NOVA ETAPA DE VENDAS.

Emirates
Fly Emirates. Keep discovering.

LÍBIA



ONU diz que milhares de pessoas estão desaparecidas

VIAGEM



Jordânia é vitrine segura do Oriente Médio

SAÚDE



50% dos jovens de 13 e 15 anos já compraram cigarro

ECONOMIA



Brasileiro pode ter de pagar mais por pãozinho

MUNDIAL DE ATLETISMO



Fabiana Murer é campeã mundial no salto com vara

Você está em [Economia](#)

Profissional de hotelaria é arma para agradar clientela

De cada cinco formados na área, um geralmente é captado para trabalhar fora do segmento de hospedagem

25 de agosto de 2011 | 0h 00

Notícia **A+ A-** [Assine a Newsletter](#) 8

[Enviar](#) [Recomendar](#) 148 pessoas recomendam isso.

Naiana Oscar - O Estado de S. Paulo

A disputa por clientes está levando para instituições financeiras, redes de varejo, escritórios de advocacia e até montadoras de veículos um profissional que até pouco tempo era moldado para trabalhar em hotéis. Num dos cursos mais conceituados de hotelaria do País, oferecido pelo Senac-SP, essa tendência já começa a aparecer. Em média, de cada cinco estudantes que concluem o curso de graduação, dois vão para companhias que não oferecem serviços de hospedagem.



Eptacio Pessoa/AE-12/8/2011

Reviravolta. Claudia Biasetto trocou hotel de luxo por banco

"Nossos profissionais estão sendo requisitados para atuar na área de relacionamento com clientes, principalmente no pós-venda dessas empresas", diz Rodrigo Marcos de Castro, professor de curso de graduação em Hotelaria e Hospitalidade do Senac-SP, instituição que forma em média 300 profissionais por ano. "Em geral, temos uma formação muito focada na percepção do ser humano, com habilidade para transformar transtornos em oportunidade", disse.

Num segmento que tem problemas crônicos com consumidores, o banco Itaú decidiu agregar um "hoteleiro" à sua equipe logo depois da fusão com o Unibanco, no fim de 2009. O processo de integração, que levou cerca de um ano para ser concluído, naturalmente gerou dúvidas e reclamações por parte dos clientes. Claudia Biasetto, de 37 anos, chegou para minimizar esses danos.

Formada em administração, ela fez carreira, desde cedo, no setor de hotelaria. Trabalhou em cruzeiros marítimos, numa rede de hotéis em Miami e foi gerente por sete anos de um dos hotéis de luxo mais famosos de São Paulo, o Unique. Foi lá que o Itaú encontrou a executiva, hoje superintendente de qualidade e diferenciação de atendimento do banco - cargo criado sob medida para recebê-la. "Buscávamos um especialista em encantar clientes", disse Fernando Malta, diretor de atendimento e operações de cartão de crédito do banco.

Embora sejam funções completamente distintas - atender um hóspede pessoalmente e um cliente de cartão de crédito por telefone -, Cláudia diz que sua missão é a mesma: "Fazê-lo se sentir único."

No hotel de luxo, com 95 quartos, ela orientava sua equipe prestar atenção a detalhes, como saber o lado da cama que o cliente prefere dormir e o tamanho do calçado que ele usa para providenciar, antes que ele pedisse, o chinelo certo. Se o hóspede fosse vegetariano, todos os itens de couro eram retirados do quarto antes de sua chegada.

No banco, Cláudia começou fazendo mudanças sutis. Primeiro, tratou de mudar o atendimento eletrônico para uma voz mais amigável e uma gravação mais cordial. O segundo passo foi treinar os atendentes de call center - são mais de 14 mil, que recebem em média 10 milhões de ligações por mês. Eles foram orientados, por exemplo, a não perguntar imediatamente o número do cartão do cliente quando ele liga para dizer que foi roubado. "Agora, segundo a executiva, a primeira pergunta é: "Está tudo bem? Precisa de alguma ajuda?"

ESTADÃO PME
PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

PUBLICIDADE

CLASSIFICADOS ESTADÃO

Siga o [@economia_estado](#) no Twitter

Estadão no Facebook [Curtir](#) 64 mil

[Entrar](#) Você precisa estar conectado ao Facebook para ver as atividades recentes de seus amigos.

- Astrônomos descobrem planeta 'feito de diamante' - vida**
1.588 pessoas recomendam isso.
- Na Coreia do Sul, Fabiana Murer é campeã mundial no salto com vara - esportes**
93 pessoas recomendam isso.
- Grupo agride 2 homens na Paulista - saopaulo**
115 pessoas recomendam isso.
- Serviço funerário de SP entra em**

+ ECONOMIA

- 14:40 Decisão sobre álcool obedece estimativa ...
- 14:25 Governo não espera licitações de ...
- 14:15 CUT e bancários protestam em São Paulo ...
- 14:11 Pimentel admite falta de solução ...
- 14:11 Dilma diz que 'começa a ver' chance ...
- 14:11 Indústria paulista sobe, mas perspectiva ...
- 14:00 Móveis de aço não serão desonerados, ...
- 13:48 Às vésperas do Copom, Dilma diz que ...
- 13:36 ANP prevê licitações de novos blocos ...
- 13:32 Grã-Bretanha puxa alta de bolsas europeias

[+ COMENTADAS](#) [+ LIDAS](#)

Compartilhar esta notícia em: [Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#) [Google+](#) [Print](#) [Imprimir](#)

Cláudia e sua equipe de cinco pessoas - todas oriundas da hotelaria - desenvolveram também o projeto de salas vips do Itaucard nos aeroportos. "É um ambiente para receber o cliente, e não para vender cartão", diz.

Possibilidades. Graduado em hospitalidade nos Estados Unidos, o empresário José Workman, trabalhou em hotéis, no Brasil e no exterior, até 2006, quando percebeu que poderia dar uma guinada na carreira: usou seus conhecimentos para prestar consultoria a empresas de outros setores.

Workman montou um negócio que fornece serviços de "cliente oculto" para restaurantes, cinemas, escolas, redes varejistas, bancos e hospitais. "É como se essas companhias terceirizassem seus departamentos de qualidade", diz o empresário, fundador da Onyou.

A empresa avalia a qualidade dos serviços prestados por seus clientes por meio de pessoas que, voluntariamente, se fazem passar por consumidores. Workman atende atualmente 35 empresas, com 6 mil avaliadores (ou clientes ocultos) cadastrados. Todos são reembolsados pelos serviços de que usufruem.

01 Governo deve lançar medidas para preservar ganhos...

02 Lucro da Petrobrás cresce 37% no 1º...

Grupo Estado

Copyright © 1995-2010
Todos os direitos reservados

- Trabalhe Conosco
- Fale Conosco
- Mapa Site

Estadão.com.br

Opinião	Blogs
São Paulo	Estadão Digital
Brasil	No desktop
Política	No celular
Internacional	Tópicos
Saúde	RSS
Ciência	Especiais
Educação	Fotos
Planeta	TV Estadão
Cultura	Tempo
	Webmail

O Estado de S.Paulo

Portal do Assinante
Conheça o jornal

Portais

Jornal da Tarde
Limão
Território Eldorado
iLocal
ZAP
Ibiubi
Agência Estado

Grupo Estado

Curso de Jornalismo
Responsabilidade Corporativa
Nosso Código de Ética

Publicidade

Como anunciar
Prêmio de Mídia
Top Imobiliário
Cannes