



Hotel & Spa Philosophy

Απαγορεύεται η αναδημοσίευση και γενικά η ολική, μερική ή περιληπτική αναπαραγωγή και μεόδοση έστω και μιας σελίδας του παρόντος βιβλίου κατά παράφραση ή διασκευή με οποιοδήποτε τρόπο (μηχανικό, ηλεκτρονικό, φωτοτυπικό κ.λπ. - Νόμος 2121/93, άρθρο 51).

Η απαγόρευση αυτή ισχύει και για δημόσιες υπηρεσίες, βιβλιοθήκες, οργανισμούς κ.λπ. (άρθρο 18).

Οι παραβάτες διώκονται (άρθρο 13) και τους επιβάλλονται κατάσχεση, αστικές και ποινικές κυρώσεις σύμφωνα με το νόμο (άρθρα 64-66).

Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό διατίθεται δωρεάν αποκλειστικά και μόνο σε ηλεκτρονική μορφή μέσω των εκπαιδευτικών σεμιναρίων Release and Relax Motion.

Release and Relax Motion
Υπηρεσίες Εκπαίδευσης Spa
www.rrmotion.gr
e-mail: info@rrmotion.gr

Θεματολογία Εκπαίδευσης – Περιεχόμενα:

1. Φιλοσοφία του Ξενοδοχειακού Spa και Παροχές: Υπηρεσίες και Προϊόντα (Spa Philosophy/ Spa Service And Products)

Ιστορία του Spa

- Ιστορική Αναδρομή – η συσχέτιση καθώς και η εξέλιξη των Ιαματικών πηγών (Spa της Αρχαιότητας) με τα Σύγχρονα Spa

Σύγχρονες τάσεις

- Σύγχρονα είδη Spa – Η Κουλτούρα της Ασίας – Η Τελετουργία του Hammam – Η κουλτούρα της Αμερικής – Η κουλτούρα της Ευρώπης
- Η Φιλοσοφία της Ευεξίας και του Wellness (Σώμα – Ψυχή – Πνεύμα)
- Υπηρεσίες & Προϊόντα Spa
- Διατροφή στο spa

Spa Therapist & Ρόλος του – Σύμβουλος Ομορφιάς και Ευεξίας Ξενοδοχειακού χώρου

- Χαρακτηριστικά – Ρόλος – Αρμοδιότητες
- Μέλος ομάδας Spa – Συνεργατικότητα
- Δυνατότητες Εξέλιξης

Είδη Χώρων Spa & Εγκαταστάσεις

- Πώς συνδυάζονται μεταξύ τους και με τις συνολικές υπηρεσίες σε ένα spa, αλλά και με τις υπόλοιπες υπηρεσίες του ξενοδοχείου που ανήκει

2. Εξυπηρέτηση Πελατών Spa (Customer Services & Spa Hospitality)

Η Εμπειρία στο Spa

- Ξενάγηση στο Spa – Πώς γίνεται το κατάλληλο spa tour στον πελάτη
- Διαδικασίες και πρωτόκολλα διατήρησης ποιότητας

Πελάτες Spa ή φιλοξενούμενοι;

- Τι είναι Πελάτης
- Είδη Πελατών στο spa (διαφορετικές κουλτούρες – συνήθειες)
- VIP πελάτες
- Χτίζοντας τις κατάλληλες σχέσεις με τους πελάτες
- Πώς κερδίζουμε την αφοσίωση του πελάτη – τρόποι και εφαρμογές
- Η δυσαρέσκεια και τα παράπονα των πελατών – πώς τα διαχειριζόμαστε

3. Πωλήσεις στο Spa, ανάγκη ή επιβολή;

- Ποια είναι η φιλοσοφία πωλήσεων στο Spa
- Διαφορά πώλησης – Επικοινωνίας υπηρεσιών στο Spa
- Γιατί πουλάμε σε πελάτες στο Spa
- Ποια είναι τα είδη των πωλήσεων στο Spa
- Που γίνεται η πώληση στο Spa



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Φιλοσοφία του Ξενοδοχειακού Spa και Παροχές: Υπηρεσίες και Προϊόντα
(Spa Philosophy/ Spa Service And Products)

1. Ιστορία του Spa

Ιστορική Αναδρομή – η Συσχέτιση καθώς και η εξέλιξη των Ιαματικών πηγών (Spa της Αρχαιότητας) με τα Σύγχρονα Spa

Υπάρχουν διάφορες θεωρίες για την προέλευση της λέξης Spa συμπεριλαμβανομένης της λατινικής λέξης espa εννοώντας την πηγή, ή της λέξης spragere που σημαίνει διασκορπίζω, ψεκάζω ή υγραίνω. Άλλοι υποστηρίζουν ότι η λέξη Spa είναι ένα αρκτικόλεξο προερχόμενο από λατινικές φράσεις όπως «Salus Per Aquam» ή «Sanitas Per Aqua» που μεταφράζονται ως «υγεία μέσω νερού». Αυτό όμως ουσιαστικά μοιάζει απίθανο καθώς η αναφορά αυτή δεν εμφανίζεται πριν από τις αρχές του 21^{ου} αιώνα και είναι περισσότερο πιθανόν να ισχύει το αντίθετο δεδομένου ότι δεν υπάρχει κανένα στοιχείο των αρκτικόλεξων πριν από το 20^ο αιώνα. Στην πραγματικότητα όμως στα αγγλικά ,και σε πολλές άλλες γλώσσες, χρησιμοποιείται η λέξη Spa αναφερόμενη στα ιαματικά λουτρά. Αυτό προκύπτει από τις διασημότερες και αρχαιότερες ίσως θερμές πηγές που βρίσκονται σε μια μικρή πόλη του Βελγίου, 30 χιλιόμετρα έξω από την Λιέγη, και μακριά από τους μεγάλους οδικούς άξονες ,την πόλη Spa.

Στα περίχωρα της Spa, αλλά και μέσα στην ίδια την πόλη, υπάρχουν πηγές που αναβλύζουν μεταλλικά νερά, πλούσια σε ιχνοστοιχεία και ουσίες που έχουν ευεργετικές ιδιότητες για τον ανθρώπινο οργανισμό. Σε αυτή την ανακάλυψη είχαν ήδη προβεί οι Ρωμαίοι, οπότε και έχτισαν εκεί θερμές. Όμως, η πόλη έπρεπε να περιμένει μέχρι τον 16ο αιώνα, για να αποκτήσει αίγλη και ξένους επισκέπτες. Τότε, οι αριστοκράτες ,και όσοι είχαν την δυνατότητα να πραγματοποιήσουν ένα τέτοιο ταξίδι, από πολλές γωνίες της Ευρώπης, άρχισαν να πηγαίνουν στην Spa για να απολαύσουν τις ευεργετικές ιδιότητες των υδάτων της. Μέχρι και τον 18ο αιώνα, οι πλούσιοι και διάσημοι ευρωπαίοι συρρέουν αθρόα στη μικρή αυτή πόλη, με αποτέλεσμα αυτή να αποκτήσει την προσωνυμία “Καφενείο της Ευρώπης”.

Από τότε ο όρος spa χρησιμοποιείται για πόλεις ή θέρετρα που προσφέρουν υδροθεραπεία που μπορεί να περιλαμβάνει θεραπείες νερού(πόσιμοι, θαλασσινού, μεταλλικού κ.α.) και θερμά λουτρά.

Λουτροθεραπεία – Ασκληπιεία: Κατά τη διάρκεια του 11^{ου} π.Χ. αιώνα εμφανίστηκαν τα πρώτα Ασκληπιεία που ήταν ιερά αφιερωμένα στον Ασκληπιό. Εκεί οι ιερείς προσπαθούσαν να θεραπεύσουν τους ασθενείς τους με προηγμένες για την εποχή μεθόδους. Χρησιμοποιούσαν την ψυχοθεραπεία, την αυθυποβολή, την υγιεινή διατροφή και με μεγάλη επιτυχία την υδροθεραπεία. Για το λόγο αυτό κατασκεύαζαν τα περισσότερα από αυτά τα ιερά λουτρά κοντά σε πηγές και ποταμούς.



Πώς κερδίζουμε την αφοσίωση του πελάτη – τρόποι & εφαρμογές

- **Σεμνότητα & Εμπιστευτικότητα:** Σε καμία περίπτωση δεν αποκαλύπτουμε τυχόν προσωπικές πληροφορίες ή λεπτομέρειες για τον πελάτη μας, σεβόμενοι την ιδιωτικότητα του.
- **Εξηγούμε στον πελάτη τι ακριβώς πρόκειται να κάνουμε:** Η ενημέρωση σχετικά με την υπηρεσία που θα λάβει ο πελάτης είναι πολύ σημαντική, γιατί έτσι γνωρίζει ακριβώς τη διαδικασία που θα ακολουθήσει και δημιουργείται εμπιστοσύνη και οικειότητα με το προσωπικό του Spa
- **Να δίνουμε εναλλακτικές:** όπως να αλλάξουμε τις διαδικασίες πρωτοκόλλου, όταν κρίνουμε ότι χρειάζεται π.χ. Σε γραφειοκρατικές διαδικασίες
- **Ανιχνεύουμε τις ανάγκες των πελατών:** δείχνουμε το ενδιαφέρον μας με έμμεσο τρόπο και κάποιες πλάγιες ερωτήσεις, ώστε να λάβει την αίσθηση ότι πραγματικά τον φροντίζουμε και είμαστε εκεί για αυτόν
- **Να προβλέπουμε περιπτώσεις που θα δημιουργήσουν πρόβλημα:** Οι κακές στιγμές τη λειτουργία του Spa και την εξυπηρέτηση των πελατών υπάρχουν πάντα (καθυστερήσεις , ακυρώσεις ραντεβού κλπ). Σε αυτές τις περιπτώσεις ο Spa Therapist θα πρέπει να έχει την ικανότητα να ενημερώνει έγκαιρα τον πελάτη και να του προτείνει λύσεις που θα ελαττώσουν το χρόνο αναμονής του και θα απαλύνουν την όποια δυσαρέσκεια του.
- **Ειλικρίνεια στην πώληση προϊόντων:** δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι ο ρόλος του Spa Therapist είναι αυτός του συμβούλου Ομορφιάς και Ευεξίας και έτσι η πώληση προϊόντων και υπηρεσιών προκύπτει μέσα από την ορθή εξυπηρέτηση των πελατών, την ουσιαστική κάλυψη των αναγκών τους και την ειλικρίνεια για τη χρησιμότητα των προϊόντων.

Η δυσαρέσκεια & τα παράπονα των πελατών – πώς τα διαχειριζόμαστε

Ποια είναι: Τα παράπονα των πελατών σε ένα Spa συνήθως αφορούν:

- Τους χώρους του Spa (πχ κάποια έλλειψη σε εξοπλισμό, μη λειτουργία εξοπλισμού, κακές συνθήκες στην καμπίνα του μασάζ κλπ)
- Τη λειτουργία του Spa (πχ καθυστέρηση ή ακύρωση στο ραντεβού, παράπονα για τις ώρες λειτουργίας του Spa)
- Τις υπηρεσίες του Spa (πχ παράπονα για την εκτέλεση της θεραπείας από κάποιο θεραπευτή ή για το χρόνο διάρκειας αυτής)
- Την εξυπηρέτηση γενικότερα (ρεσεψιόν , Spa Therapists)

Γιατί γίνονται

- Ο πελάτης έχει λάβει μόνο μια υπόσχεση ότι θα του παράσχουμε την εκάστοτε υπηρεσία
- Όσο και να προνοήσουμε κάτι δεν θα μπορεί να τηρηθεί στο ακέραιο
- Οι διαδικασίες και τα πρωτόκολλα εφαρμόζονται από ανθρώπους και ο ανθρώπινος παράγοντας πάντα επηρεάζει το αποτέλεσμα
- Δεν έχει να κάνει με το είδος του πελάτη αλλά από το πόσο καλά είμαστε προετοιμασμένοι
- Είναι αναμενόμενο να συμβεί – **Συμβαίνει σε κάθε καλή οικογένεια!**

Πως λύνονται

- Με ευγένεια και ηρεμία
- Με κατανόηση
- Με διάθεση να λύσουμε το πρόβλημα
- Με διαβεβαίωση ότι έχουμε μεταφέρει το θέμα στον αρμόδιο
- Με την επέμβαση του αρμόδιου
- Με τη διόρθωση αυτού του θέματος που προκάλεσε το πρόβλημα
- Με Ομαδικότητα και Συνεργατικότητα μεταξύ των μελών του Spa Team

