

Etiqueta “Palácio”

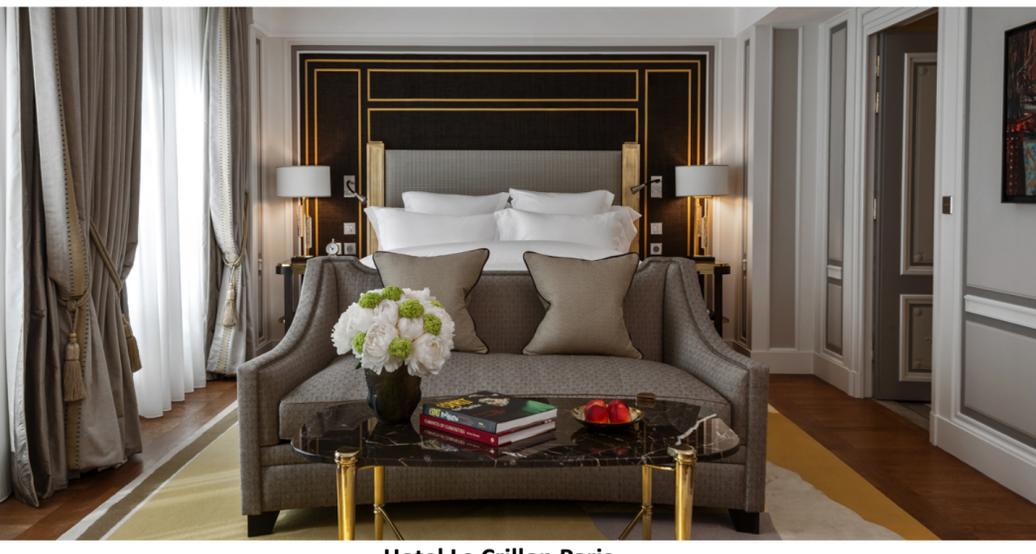
13 de Julho de 2017



Especialista internacional no domínio da hotelaria de luxo, graças ao seu conhecimento na área de Marketing Internacional dos hotéis Sofitel, **Laurent Delporte** conhece todas as engrenagens de um estabelecimento hoteleiro, como quem conhece sua própria casa. **Correspondance Magazine®** conversou com o especialista que acompanha, investiga, gerencia e aconselha a indústria hoteleira de luxo, para decifrar os bastidores e os fundamentos da tão cobiçada etiqueta “Palácio”. Do alto de sua experiência e pesquisa de campo, Delporte conta que visitou nada menos que 400 hotéis de luxo com classificação 4 e 5 estrelas ao redor do mundo, não há segredos para esse perito na arte da excelência à francesa, que trabalha a identidade de marca de seus clientes com expertise.

De que maneira os hotéis que recebem o título de “Palácio” podem tirar proveito dessa identidade?

– Na França, temos 23 hotéis até agora que se beneficiam desse rótulo de “Palácio”. Com as reformas e inaugurações que se anunciam para os próximos anos, esse número pode chegar a trinta hotéis. Neste ritmo, o rótulo “Palácio” que tinha como vantagens colocar em evidência a raridade, a singularidade e a exclusividade do hotel, está se tornando banal porque, na verdade, muitos desses estabelecimentos têm pouco em comum no plano histórico, arquitetural ou nível de serviço. Essa disparidade não permitirá a nenhum deles se destacar efetivamente. A maioria dos hotéis parisienses, que possuem ou possuíram o título, como *Plaza Athénée*, *Le Ritz*, *Georges V*, já possuem uma reputação internacional e não precisam ser identificados por um rótulo. Em contrapartida, os novos hotéis 5 estrelas podem se valer dessa identidade de “Palácio” para se beneficiar de uma rápida notoriedade.



Hotel Le Crillon Paris

Quais os pré-requisitos para um hotel de luxo em 2017 se tornar “Palácio”?

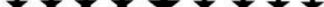
– Para se tornar um “Palácio” o hotel deve ser impecável em todos os níveis. Ter uma piscina em um palácio não é algo extraordinário. A grande questão que os hotéis devem se fazer é: o que nos faz únicos? O que podemos oferecer em termos de serviços que não pode ser encontrado em nenhum outro lugar? Hoje, os clientes desses hotéis-palácios estão acostumados a vivenciar belas experiências e muitas vezes procuram algo excepcional. Como o luxo é sinônimo de excelência e exclusividade e, ainda que superar todas as expectativas do cliente seja uma missão quase impossível, os “Palácios” devem promover o melhor em termos de serviço, desenvolver sua própria clientela e atrair mais clientes, tendo o atendimento como um dos diferenciais da concorrência.

Como reunir e formar os melhores talentos, durante alguns meses, antes da abertura de um novo estabelecimento ou após anos de reforma?

– Um verdadeiro “Palácio” é um local que retém os melhores talentos em todas as áreas, independentemente das circunstâncias. Tudo deve ser preparado localmente para que os produtos se tornem a identidade do estabelecimento. Por exemplo, é preciso que os restaurantes do hotel produzam seus próprios alimentos, como pães e *pâtisserie*, e fiquem atentos a todos os detalhes, porque essa é uma das premissas do luxo, e algo que pode ser percebido rapidamente marcando pontos de diferença. Para melhor ou para pior. Além disso, ter um alto nível de serviço com pessoas de talento em todos os setores é provavelmente o que é mais difícil de se obter em hotelaria. Sobretudo, após uma renovação, quando os hotéis devem recrutar um grande número de funcionários e, são necessários vários anos para que uma nova equipe de mais de 500 funcionários supere as dificuldades, execute com maestria sua função e aprenda a trabalhar em equipe interagindo com os vários níveis hierárquicos de um hotel. Na verdade, é simplesmente impossível recrutar quinhentos “artesãos de luxo” em poucos meses e treiná-los para alcançar um nível mínimo de excelência na abertura. O ideal seria manter as mesmas equipes, que conhecem todos os clientes regulares e que aprenderam a trabalhar em harmonia, a fim de oferecer os melhores serviços num curto espaço de tempo ou até que as outras equipes estejam formadas.

Como se diferenciar em meio a essa “Guerra de Palácios” em Paris?

– A questão dessa “Guerra de Palácios” não diz respeito apenas sobre a disputa de um número limitado de hóspedes, mas como encontrar uma solução comum para atrair um maior número de “clientes-palácio” em Paris. Precisamos que essa competição se transforme em algo saudável para tornar o setor dinâmico e inovador. Instituições que recebem o rótulo “Palácio” são selecionadas porque cumpriram uma série de critérios bem definidos. Há, portanto, *a priori*, um determinado padrão que todos respeitam. No entanto, os estabelecimentos não devem cometer o erro de se assemelharem em tudo, cada instituição deve encontrar um elemento de diferenciação e proporcionar uma experiência única aos seus clientes, senão, qual seria o prazer do cliente nessa uniformidade? Uma das chaves do sucesso e elemento de diferenciação sempre será a personalização do atendimento e a excelência do serviço.



Les 24 «Palaces» français



Hotel Le Crillon Paris