

## F&B Supervisors Toolbox

Ferramentas de gestão e de liderança para equipas de F&B

 Híbrido (presencial ou online)



2 dias (14 horas)

Intra empresa : Sob consulta

Referência: 1350

A elevada pressão a que a área de F&B numa unidade hoteleira está diariamente exposta, fruto do elevado turnover e taxa de absentismo, entre outros fatores, exige uma primeira linha de Chefias de F&B (Supervisores de turno) capaz, não só de realizar tarefas operacionais e de micro-gestão mas, e sobretudo, capaz de gerir, motivar e desenvolver as suas equipas.

O F&B Supervisors Toolbox é uma formação eminentemente prática, que visa consolidar um conjunto de competências essenciais à eficácia operacional da área (planeamento, reporting e assignação de tarefas) mas, acima de tudo, que tem como objetivo desenvolver as competências de liderança e gestão de equipas das chefias e supervisores de F&B, garantindo o *engagement* e a produtividade das suas pessoas e, consequentemente, uma maior satisfação do cliente.

### Destinatários



#### Para quem?

- Destinado a chefias intermédias de F&B, e a todos os profissionais do sector da hotelaria e turismo que desenvolvam a sua atividade ou tenham interesse em aperfeiçoar e desenvolver competências no departamento de comidas e bebidas, nomeadamente na sua gestão e gestão das brigadas de F&B.



#### Pré-requisitos:

- Não aplicável.

### Percorso de aprendizagem

### Descrição das funções

- Supervisor de Restaurante.
- Empregado de Restaurante e de Bar.
- Mise-en-scene.
- Mise-en-place.
- Meet, greet and seat.
- Salesmanship.

### Definição do Line-Up

- Definição.
- Informações e forecast do turno.
- Funções, tarefas e papéis.
- Buddy Sistem.
- Mise-en-scene/place expected.
- Standards Recap e apresentação física.

- Objetivos de serviço e objetivos comerciais.
- Best practice share.

## Ferramentas de Gestão

- Mapa de turnos e folgas.
- Fichas técnicas.
- Abertura e Fecho de turno.
- Dashboards.

## Ferramentas de Liderança

- Avaliação da Maturidade dos Colaboradores e Equipas.
- O Modelo LS aplicado a F&B.
- Questionário de autodiagnóstico sobre Estilo de Liderança.
- Técnicas de Comunicação Assertiva.
- Técnicas de Comunicação Positiva.
- Stand-up meetings.

## Plano de Desenvolvimento Pessoal e Quick-Wins



### Objetivos

No final da formação os participantes deverão ser capazes de:

- Diferenciar e potenciar as funções de supervisor e empregado de F&B;
- Planificar o início de turno, controlar e reportar o fecho de turno;
- Exemplificar e aplicar as melhores técnicas de meet, greet and seat;
- Desenvolver ferramentas eficazes de Gestão de Turno;
- Aplicar ferramentas eficazes de Liderança de Turno.



### Métodos pedagógicos

- Metodologia ativa, com recurso a dinâmicas vivenciais, questionários de autodiagnóstico e role-plays aplicados ao setor hoteleiro.



### Pontos fortes

- Este curso oferece um percurso conciso e adaptado a todos os requisitos atuais da função de Supervisão de Turno de F&B.

## Gestão de Food Cost

A importância do Food Cost na otimização dos resultados globais

 Híbrido (presencial ou online)



7 dias (21 horas)

Intra empresa : Sob consulta

Referência: 1344

A monitorização e avaliação sistemática, através de um conjunto de técnicas e dinâmicas elementares, fundamentais, para a boa gestão do negócio de comidas e bebidas (F&B) de um hotel é um exercício fundamental em qualquer unidade hoteleira que queira fazer uma boa gestão do seu *Food Cost*, sobretudo quando confrontada com margens apertadas.

Os profissionais desta área, desde o Chef de Cozinha aos restantes colaboradores da sua equipa, devem saber responder de forma ágil, simples e prática às questões e desafios relacionados com a necessidade de calcular os custos reais com a produção de comida no dia-a-dia e implementar processos e promover iniciativas de gestão mais eficientes na cozinha, de modo a assegurar a concretização dos objetivos estabelecidos pelas direções das suas unidades hoteleiras.

Com uma constante integração e adaptação ao contexto real de cada participante, esta formação visa dotar os profissionais do setor com o know-how necessário à definição de estratégias de *pricing* e de *menu engineering*, através da aplicação da abordagem RevPASH (Revenue Per Available Seat Hour) adaptadas à sua realidade.

### Destinatários



#### Para quem?

- Destinado a todos os profissionais que desenvolvem a sua atividade profissional ligada às áreas de comidas e bebidas e que queiram aperfeiçoar os seus conhecimentos de gestão do Food Cost.



#### Pré-requisitos:

- Não aplicável.

### Percorso de aprendizagem

#### O que é food cost e a sua importância

- Identificar o que é o Food Cost e o contexto de gestão dentro da cozinha.
- Clarificar a importância deste conceito para lá da exclusiva responsabilidade do Chef de Cozinha.
- Dotar os vários players de noções e ferramentas para que sejam atores ativos no palco das decisões.
- Identificar oportunidades de standardização que em muito facilitarão o working process na cozinha.

#### Venda e Débito

- Incentivar primeiras linhas a interessarem-se pelo termo Food Cost.
- Transmitir uma visão global para que as equipas sintam a cozinha como sua.

#### As receitas e os seus controlos/custos

- Facilitar padrões nas confeções e serviços.
- Esclarecer a necessidade de deter boas fichas técnicas.

- Diagnosticar sintomas para melhoria de processos facilitadores de comunicação entre chefias e colaboradores.

### **Como calcular o Food Cost?**

- Desmistificar a complexidade do cálculo de Food Cost.
- Implementar a fórmula de cálculo e como esta é lapidar na gestão de uma cozinha.
- Analisar exemplos de produção com recurso à fórmula do Food Cost.
- Determinar custos de alimentos vendidos e como os otimizar.

### **Qual o Food Cost? Estratégias de vending**

- Identificar quantos tipos de food cost existem e aqueles aplicáveis a cada realidade.
- Realizar estudos de caso e definir estratégias de vending.
- Clarificar o que é um bom preço e construir mind maps esclarecedores de "preço caro" e "preço barato".

### **Estratégias de pricing**

- Identificar quais as prioridades na conceção de um preço.
- Clarificar as indagações a fazer quando da construção de preço.
- Conhecer diferentes estratégias na elaboração de preço.

### **Break Even Point e Lei de Pareto na Cozinha**

- Apreender a necessidade de apurar o Break Even Point.
- Identificar em que medida a Lei de Pareto deve ser utilizada na gestão de uma cozinha.

### **As Margens de lucro**

- Identificar e dar a conhecer os 3 sistemas de menu engeneering:
  - Smith & Kasavana;
  - Miller;
  - Pavesic
- Relacionar os sistemas de menu engeneering com a nossa realidade.
- Elaborar estudo de caso tendo em conta os 3 sistemas de menu engeneering.

### **Menu Engeneering**

- Conhecer qual o sistema de menu engeneering mais utilizado em Portugal.
- Identificar conceitos como "stars", "winners", "prime".
- Determinar a importância de "plowhorses" e "sleepers" numa carta.

### **RevPASH (Revenue Per Available Seat Hour)**

- Analisar menus com pretensão de aumento de margem de lucro.
- Identificar os períodos mais críticos na produção dos seus alimentos.
- Organizar corretamente as compras das matérias-primas.
- Fazer com que a qualidade do serviço seja uma constante.



### **Objetivos**

No final da formação os participantes deverão ser capazes de:

- Identificar e aplicar as regras essenciais de controlo de custos dentro de uma cozinha;
- Adquirir competências que permitam efetuar de forma acurada o menu engeneering seja qual for a modalidade de serviço que se lhe apresente.



### **Métodos pedagógicos**

- Metodologia ativa, com recurso a exercícios práticos e trocas de experiências entre os participantes.



## Pontos fortes

- Este curso oferece uma integração com a realidade, a materialização das fórmulas adaptadas ao contexto, estratégias de melhoria de pricing e menu engeneering e uma nova abordagem trazida pelo RevPASH.

## Protocolo e Organização de Eventos no setor hoteleiro

Aumentar a rentabilidade da unidade hoteleira e a atração de clientes através de eventos

 Híbrido (presencial ou online)



2 dias (14 horas)

Intra empresa : Sob consulta

Referência: 1347

Se para um cliente um evento (festa, comemoração, reunião, formação, etc.) é um acontecimento especial, muitas vezes com objetivos muito concretos e sobre o qual são geradas elevadas expectativas, para uma unidade hoteleira, quando bem gerido, um evento pode ser uma fonte extraordinária de receitas e uma ferramenta de comunicação e atração de futuros clientes.

Estabelecer uma relação de confiança e identificar das necessidades do cliente é apenas o primeiro passo para sermos bem-sucedidos. Planear, organizar e gerir um evento de sucesso, com todos os recursos humanos e materiais envolvidos, muitas vezes num prazo muito limitado, pode ser um projeto verdadeiramente desafiante.

Este curso visa desenvolver as competências de gestão de eventos, através da aplicação da técnica de Poka Yoke ("à prova de erros") desenvolvida na década 1960 por Shigeo Shingo, um engenheiro industrial na Toyota.

A técnica quando aplicada no contexto do protocolo e organização de eventos no setor hoteleiro, permite desenvolver soluções simples, que ajudam a prever falhas ou erros nos diferentes processos da organização do evento e que reduzem os custos associados, aumentando a satisfação dos clientes e rentabilidade desta área de negócio em cada unidade hoteleira.

### Destinatários



#### Para quem?

- Destinado a todos os profissionais que desenvolvem a sua atividade profissional ligada à gestão de grupos e eventos na unidade hoteleira.



#### Pré-requisitos:

- Não aplicável.

### Percorso de aprendizagem

#### O evento enquanto ferramenta de comunicação

- Clarificar a importância do evento para as 3 partes envolvidas: cliente, empresa e event manager.
- Determinar quais os conceitos-chave que tornam o evento uma ferramenta de comunicação.

#### Planear o evento

- Conhecer as 3 fases de organização de um evento.
- Identificar o pré-evento e todas as fases que o constituem.
- Simplificar a morosidade na fase "pré-evento".

#### O evento: Imagem e organização

- Esclarecer a importância da imagem e da organização de um evento.
- Mindmaps de organização do evento.

## O protocolo na gestão e organização do evento

- Comprovar a necessidade do protocolo.
- Estudar casos práticos da sua aplicabilidade.
- Apreender as vantagens da utilização do protocolo.



### Objetivos

No final da formação os participantes deverão ser capazes de:

- Identificar e aplicar as regras de protocolo na organização de eventos do sector hoteleiro;
- Adquirir competências que lhes permitam reconhecer as diferentes tipologias de eventos;
- Compreender e aplicar, de forma autónoma e em contexto operacional, as diferentes fases na organização de um evento.



### Métodos pedagógicos

- Metodologia ativa, com recurso a exercícios práticos e trocas de experiências entre os participantes.



### Pontos fortes

- Assente na técnica de Poka Yoke ("à prova de erros") - uma técnica de gestão da qualidade baseada em soluções simples, que evitam falhas em processos e reduzem custos - este curso permite-lhe melhorar a gestão de eventos, tornando-os numa ferramenta de comunicação.

## Turnaround em Hotelaria - Management Approach

Oportunidades e tendências depois da crise

 Híbrido (presencial ou online)

 12 dias (14 horas)

Intra empresa : Sob consulta

Referência: 1351

O impacto disruptivo da pandemia acelerou a necessidade de redesenhar as operações hoteleiras para torná-las mais eficientes, mais sustentáveis, mais tecnológicas, com automação dos processos administrativos, mas também mais humanas e centradas no cliente.

Esta formação visa apoiar gestores no turnaround das suas unidades hoteleiras, facultando uma matriz de tendências para a hotelaria, um quadro analítico que identifica áreas sensíveis, vetores de análise e orientações de apoio à gestão de unidades hoteleiras em dificuldade. Fá-lo através do modelo Turn on Care, Turn on Cash - People, Purpose, Performance, uma metodologia comprovadamente eficaz para o crescimento das receitas em hotelaria.

### Destinatários



#### Para quem?

- Destinado a todos os profissionais da área da gestão de unidades hoteleiras.



#### Pré-requisitos:

- Não aplicável.

### Percorso de aprendizagem

#### Introdução ao Curso - Apresentação Geral

##### Conceito de turnaround

- Estado do conhecimento.
- Conceito de turnaround.

##### Diferentes abordagens no turnaround

- Substituição da equipa de gestão.
- Redução de custos.
- Reorientação estratégica.

##### Caracterização da Oferta Hoteleira em Portugal

##### Tendências da Indústria Hoteleira pós crise

- Tendências de processo.
- Tendências de gestão.
- Tendências de conceito.

## **Turismo de Experiências**

- A economia de experiências.
- A experiência turística.
- O marketing experiencial.
- Novas tendências de marketing.

## **Insights sobre o Hotel do Futuro**

### **Da crise à oportunidade: três exemplos**

#### **O Hotel do Futuro - Concept Design - Trabalho Prático**

#### **Modelo de Turnaround - People, Purpose, Performance**

- Definição de objetivos.
- Conceção metodológica do modelo.
- Estrutura do modelo.

#### **Modelo de Turnaround - People, Purpose, Performance**

##### **People**

- Coordination.
- Collaboration.

##### **Modelo de Turnaround - People, Purpose, Performance**

##### **Purpose**

- Culture.
- Conception.

##### **Modelo de Turnaround - People, Purpose, Performance**

##### **Performance**

- Channels.
- Control.

##### **Modelo de Turnaround - People, Purpose, Performance**

##### **Estádio do modelo - Turn on Care, Turn on Cash**

- Curto prazo.
- Médio prazo.
- Longo prazo.

##### **Turnaround do meu Hotel / Departamento - “As Is” - “To be”**

- Exposição de Estudo de Caso.



##### **Objetivos**

No final da formação os participantes deverão ser capazes de:

- Estruturar o papel da gestão na recuperação da performance dos hotéis, independentemente do recurso a outras dimensões de políticas públicas ou da utilização de instrumentos financeiros para essa viabilização dos projetos hoteleiros;
- Identificar as principais tendências do futuro do sector;
- Dominar o modelo de *turnaround*, com um *road map* muito prático de implementação.



## Métodos pedagógicos

- Metodologia ativa, com recurso a exercícios práticos e trocas de experiências dos diversos profissionais dentro do setor hoteleiro.



## Pontos fortes

- Este curso oferece aos hoteleiros uma visão integrada das tendências emergentes e novas abordagens no setor, por forma a abraçar a sua estratégia, organização, cultura, produção e distribuição, com uma visão mais próspera do futuro que permita minimizar o impacto que a pandemia provocou no sector e na economia nacional.

## Comunicar para Liderar: Assertividade para Chefias Hoteleiras

Do diálogo à ação: a comunicação que forma líderes no setor hoteleiro

 Híbrido (presencial ou online)



2 dias (14 horas)

Intra empresa : Sob consulta

Referência: 1353

No sector hoteleiro, as chefias intermédias têm um impacto significativo nos indicadores de negócio mais importantes: desempenho financeiro, produtividade, qualidade da experiência, satisfação e fidelização do cliente. Para atingir bons desempenhos em todas estas dimensões é fundamental garantir o envolvimento e compromisso dos seus colaboradores com o propósito organizacional e da equipa. A comunicação interpessoal e a assertividade assumem, neste contexto, um papel crucial.

O curso Comunicar para Liderar: Assertividade para Chefias Hoteleiras tem como objetivos desenvolver nos líderes de equipas uma atitude assertiva, essencial aos diferentes contextos do dia-a-dia, que lhes permita afirmarem-se e criar relações interpessoais empáticas, bem como saber lidar com atitudes de comunicação ineficazes.

### Destinatários



#### Para quem?

- Destinado a líderes de equipas intermedias e a todos os profissionais da área da gestão hoteleira.



#### Pré-requisitos:

- Não aplicável.

### Percorso de aprendizagem

#### Módulo 1 - Fundamentos da Comunicação Assertiva em Ambiente Hoteleiro

- Conceito de comunicação assertiva aplicado à liderança e gestão de equipas hoteleiras.
- Diferença entre estilos passivo, agressivo, manipulador e assertivo.
- Impacto da comunicação na experiência do hóspede e no desempenho da equipa.
- Barreiras de comunicação frequentes em operações hoteleiras (turnos, pressão por resultados, stress elevado, multiculturalidade).

**Atividades práticas:** reflexão individual e partilha de experiências sobre o impacto da comunicação do líder na satisfação do hóspede e na eficiência da equipa.

#### Módulo 2 - Autoconhecimento e Gestão Emocional na Liderança de Equipas e Gestão de Situações Críticas

- Autoconhecimento como ferramenta para gerir equipas de forma equilibrada.
- Reflexão sobre atitudes eficazes e ineficazes de comunicação no seu papel de gestor e líder hoteleiro.
- Gestão emocional no atendimento a hóspedes e na gestão de situações críticas (overbooking, reclamações, conflitos internos).
- Reconhecimento de comportamentos reativos durante períodos de alta ocupação e de stress elevado.

**Atividades práticas:** reflexão individual; autodiagnóstico e partilha em grupo; simulação de cenários típicos (briefing com equipa, resposta a hóspede insatisfeito), com feedback à linguagem verbal e não verbal.

## Módulo 3 - Técnicas de Comunicação Assertiva no Dia a Dia da Operação

- Atitude proativa e uso da linguagem positiva em reuniões de equipa e na interação com hóspedes.
- Feedback construtivo em situações de desempenho abaixo do esperado: Modelo S.C.I.
- Técnicas de escuta ativa e empatia para compreender as necessidades do hóspede e da equipa.
- Formular pedidos de forma construtiva e Saber dizer “não” com assertividade, preservando a relação.
- Gestão assertiva de conflitos: reclamações de hóspedes, divergências entre setores (recepção, F&B, housekeeping).
  - Utilização do Modelo DESC para conversas difíceis

**Atividades práticas:** Role-play “Desafios do Hotel”: simulação de situações reais (colaborador desmotivado, atraso no serviço de quarto, hóspede exigente, recusa de pedido, etc.) com análise e feedback coletivo.

## Módulo 4 - Liderança Assertiva e Influência no Contexto Hoteleiro

- Comunicação motivadora em reuniões de equipa e no acompanhamento diário.
- Receber feedback de forma tranquila: aumentar a recetividade às críticas e encará-las como oportunidades.
- Delegar tarefas de forma clara e responsável evitando erros comuns.
- Estratégias de comunicação para promover um ambiente de trabalho colaborativo e focado na hospitalidade.

**Atividade prática:** análise de casos práticos, dinâmicas de resolução colaborativa e simulações práticas em contexto de reunião de equipa, delegação e momentos 1 para 1.

## Módulo 5 - Plano de Ação e Compromisso para a Realidade do Hotel

- Ferramentas para acompanhar melhorias na comunicação da equipa (checklists, feedbacks periódicos).
- Integração da comunicação assertiva nas rotinas do hotel (briefings, reuniões de turno, gestão de reclamações).
  - Plano prático com ações específicas por departamento.
- Compromisso pessoal e coletivo para manter padrões elevados de hospitalidade e um bom ambiente na equipa.

**Atividades práticas:** brainstorming “melhorias na comunicação da equipa” e elaboração de Compromisso pessoal e coletivo



### Objetivos

No final da formação os participantes deverão ser capazes de:

- Comunicar de forma assertiva com hóspedes e equipas, transmitindo mensagens claras e positivas.
- Reconhecer os seus pontos fortes e fracos na comunicação e gerir melhor as próprias emoções em situações de pressão.
- Utilizar técnicas de escuta ativa, empatia e feedback construtivo no dia a dia do hotel, aplicando o modelo SCI.
- Liderar equipas com assertividade, motivando, delegando tarefas e resolvendo conflitos de forma equilibrada.
- Aplicar estratégias de comunicação nas rotinas do hotel (briefings, reuniões, turnos, reclamações).
- Assumir um compromisso pessoal e coletivo para melhorar continuamente a comunicação e a hospitalidade.



### Métodos pedagógicos

- Metodologia ativa, com recurso a exercícios práticos e role-plays aplicados ao setor hoteleiro.



### Pontos fortes

- Curso com principal enfoque no treino prático com recurso a atividades que visam a reflexão individual, a criação de momentos de partilha e

construção de soluções conjuntas facilitando a transposição dos conhecimentos adquiridos em formação para a realidade hoteleira. Os exercícios práticos são adaptados ao contexto hoteleiro e desenvolvidos tendo em conta a realidade de cada formando.

- Uma formação que permite ao participante melhorar os relacionamentos interpessoais em contexto hoteleiro, tornar-se um líder mais eficaz e desfrutar de uma maior satisfação pessoal, através de relações profissionais mais produtivas.

## Liderança com Impacto no Setor Hoteleiro

Liderança Hoteleira: Inspirar, Motivar e Transformar

 Híbrido (presencial ou online)



2 dias (14 horas)

Intra empresa : Sob consulta

Referência: 1356

Num contexto tão volátil quanto aquele em que vivemos, as unidades hoteleiras necessitam de chefias que saibam adaptar-se rapidamente, agir de forma autónoma, corresponsável e competente, para executar a melhor estratégia no terreno, bem como mobilizar, motivar e desenvolver as suas equipas para alcançar elevados níveis de performance e atingir resultados.

As mudanças rápidas e muito significativas vividas nos últimos tempos neste setor, têm exigido às suas lideranças e respetivas equipas, uma constante capacidade de readaptação para dar resposta aos novos desafios para assim garantir a sua perenidade e florescimento.

Aumentar a autoconsciência dos participantes, debater e partilhar ideias e boas práticas para motivar e desenvolver equipas no sector hoteleiro, e apoiar os líderes de um hotel na implementação e fortalecimento das suas competências-chave na gestão e liderança da(s) sua(s) equipa(s) são tudo o que pode esperar obter deste o curso 100% desenhado à medida para responsáveis de equipas em contexto hotelaria.

### Destinatários



#### Para quem?

- Destinado a líderes de equipas das diversas operações hoteleiras.



#### Pré-requisitos:

- Não aplicável.

### Percorso de aprendizagem

#### Módulo 1. Ser Líder na Hotelaria: Desafios e Estilos de Liderança

- Responsabilidades e desafios da liderança em contexto hoteleiro: gestão de equipas multiculturais e multigeracionais; escassez e retenção de talentos; exigência crescente dos hóspedes; pressão operacional e imprevisibilidade.
- O impacto do Mindset do Líder no Clima Organizacional: a Liderança pelo exemplo.
- Diferentes perfis de liderança: análise do estilo pessoal, pontos fortes e áreas de melhoria.
- Utilização flexível dos estilos de liderança adaptados a contextos e equipas: Modelo de Liderança Situacional

**Atividades práticas:** reflexão individual e debate em grupo; assessment de estilo de liderança; análise e resolução de estudos de caso.

#### Módulo 2. O Líder Coach: Desenvolver e Motivar Equipas Hoteleiras

- Coaching na hotelaria: ajudar colaboradores a crescer e reter talentos.
- Reuniões de Equipa e sessões de acompanhamento individual: melhorar processos e garantir a excelência no serviço – elaboração de Planos de Desenvolvimento Individual.
- A importância da Delegação e Empowerment: dar autonomia com responsabilidade para envolver equipas nas operações.
- Reflexão sobre as motivações (intrínsecas e extrínsecas) e mobilização de equipas hoteleiras.

**Atividades práticas:** exercícios de coaching na prática, simulação de reuniões de acompanhamento 1 para 1 e reuniões de equipa; brainstorming;

inspiração e motivação.

### **Módulo 3: Comunicar para Liderar: Equipas e Operações Hoteleiras**

- Comunicação no hotel: gerir pessoas, coordenar operações e ultrapassar barreiras típicas (turnos, multiculturalidade, pressão do serviço e imprevisibilidade).
- Estilos de comunicação: impacto nas relações entre colaboradores e no bom funcionamento das operações.
- Técnicas de comunicação eficaz: assertividade, empatia e escuta ativa no contacto com equipas e hóspedes.
- Feedback construtivo: aplicar o modelo SCI para desenvolver colaboradores e melhorar desempenhos.
- Gestão de conflitos e diversidade: prevenir e resolver desacordos, valorizando a diversidade pessoal e cultural no hotel.

### **Módulo 4. Gestão da Mudança e Cultura Guest Centric**

- Liderar em contextos de mudança envolvendo a equipa (digitalização, sustentabilidade, novas tendências).
- Gestão da resistência à mudança: adaptação à transformação digital.
- O impacto da liderança na cultura de serviço: estabelecimento de objetivos concretos – metodologia SMART.
- Gestão de momentos críticos da experiência do cliente: exceder expectativas como fator de fidelização.

**Atividades práticas:** reflexão conjunta e resolução de casos práticos; Hackathon de ideias de melhoria ou inovação para o hotel (processo, experiência do hóspede ou equipa).

### **Módulo 5. Compromisso de Liderança: O Meu Plano de Ação**

- Identificar prioridades de mudança relativamente aos objetivos.
- Elaborar o seu plano de ação.



#### **Objetivos**

No final da formação os participantes deverão ser capazes de:

- Reconhecer os principais desafios da liderança hoteleira e o impacto do mindset do líder no desempenho das equipas e no clima organizacional.
- Ajustar o estilo de liderança a diferentes contextos e perfis de equipa, aplicando o modelo de Liderança Situacional.
- Motivar e desenvolver colaboradores através de práticas de coaching, feedback construtivo e empowerment, potenciando a retenção de talentos.
- Comunicar de forma eficaz na gestão de equipas e operações, superando barreiras, prevenindo conflitos e valorizando a diversidade cultural.
- Liderar a mudança com foco no hóspede, criando uma cultura Guest Centric e implementando planos de ação de melhoria contínua.
- Elaborar um plano de ação abrangendo as principais áreas de gestão e liderança de equipas na hotelaria e identificar prioridades de mudança.



#### **Métodos pedagógicos**

- Metodologia ativa, com recurso a exercícios práticos e role-plays aplicados ao setor hoteleiro.



#### **Pontos fortes**

- O percurso formativo foi desenvolvido para dar resposta aos novos desafios na gestão e liderança de equipas no sector da hotelaria tendo presente as principais tendências do mercado turístico e hoteleiro.
- É uma solução que possibilita a personalização do percurso de aprendizagem através da disponibilização de ferramentas que facilitam o autodiagnóstico e a reflexão acerca do estilo de liderança e comunicação e o seu impacto nas operações hoteleiras e na motivação e

desenvolvimento das equipas.

- A forte componente prática das sessões, desafia constantemente os participantes a transferirem as aprendizagens para o contexto hoteleiro, assegurando, desta forma, resultados imediatamente visíveis e mensuráveis.
- A partilha de boas práticas e a construção de soluções conjuntas possibilitará a aplicação prática de ferramentas de modo a melhorar a motivação e o envolvimento das equipas.

## **Inteligência Emocional Aplicada à Liderança Hoteleira**

Gestão Emocional para Melhorar a Experiência do Hóspede e da Equipa

 Híbrido (presencial ou online)



2 dias (14 horas)

Intra empresa : Sob consulta

Referência: 1355

O sector hoteleiro avança em passo acelerado, com ambientes profissionais competitivos e em constante adaptação. Neste contexto a inteligência emocional é considerada um "ativo fundamental" para que cada gestor hoteleiro possa: entregar excelentes resultados de forma consistente e sustentada, ter ampla influência nos seus relacionamentos dentro da unidade hoteleira e, sobretudo, na forma como gera as suas equipas e obtém resultados e realizar um percurso profissional e pessoal de sucesso.

O curso Inteligência Emocional na Gestão de Equipas Hoteleiras permite ao participante aperfeiçoar a sua Literacia Emocional de forma a melhorar o seu desempenho individual e a potenciar o desenvolvimento das equipas no âmbito da Hotelaria.

### **Destinatários**



#### **Para quem?**

- Destinado a todos os profissionais da área da gestão hoteleira essencialmente líderes de equipas intermedias das diversas operações hoteleiras.



#### **Pré-requisitos:**

- Não aplicável.

### **Percorso de aprendizagem**

#### **Módulo 1: Introdução à Inteligência Emocional e sua importância na Gestão Hoteleira**

- O que é Inteligência Emocional (IE).
- Impacto da IE na gestão de equipas, experiência do cliente, clima organizacional e resultados operacionais.
- Competências da IE segundo Goleman: autoconsciência, autorregulação, motivação, empatia e habilidades sociais.

**Atividades práticas:** autoavaliação inicial: identificar percepções sobre as próprias competências emocionais. Discussão em grupo: situações reais do hotel em que emoções influenciaram decisões ou relações com a equipa. Reflexão individual: identificar desafios pessoais de liderança relacionados à gestão emocional.

#### **Módulo 2: Autoconsciência e Autorregulação no dia a dia Operacional**

- Autoconsciência: identificar emoções e gatilhos emocionais na gestão de situações difíceis (conflitos internos; hóspedes insatisfeitos; falhas operacionais, etc.)
- Impacto das emoções nas decisões e interações com equipa, clientes e fornecedores.
- Técnicas de autoregulação:
- Gerir stress em picos de ocupação
- Evitar respostas impulsivas em situações de conflito
- Manter equilíbrio emocional diante de imprevistos
- Resiliência e humor como ferramentas para enfrentar desafios.

**Atividades práticas:** Diário emocional: registar emoções recorrentes e gatilhos. Simulação de situações críticas: lidar com reclamações de clientes, conflitos internos ou fornecedores difíceis. Exercícios práticos de autorregulação.

### Módulo 3: Motivação e Resiliência

- Definição de metas individuais e de equipa: melhorar satisfação do hóspede, reduzir erros operacionais
- Perseverança, entusiasmo e atitude positiva face aos imprevistos.
- Alinhamento de valores pessoais com os objetivos do hotel.

**Atividades práticas:** reflexão individual e definição de metas concretas; dinâmicas de reconhecimento e valorização pessoal; debate em grupo sobre boas práticas de motivação e resiliência.

### Módulo 4: Empatia e Habilidades Sociais

- Reconhecimento e interpretação de sinais emocionais de clientes, colaboradores e stakeholders.
- Comunicação assertiva e empática ao lidar com a equipa e com situações inesperadas.
- Liderança pelo exemplo: influência positiva e motivação da equipa dadas as especificidades do sector (elevados níveis de stress; sazonalidade; falhas operacionais)
- Gestão de conflitos e negociação: conflitos entre turnos, reclamações de hóspedes, prioridades de serviço.

**Atividades práticas:** Role-play: lidar com clientes difíceis e situações de conflito entre colaboradores. Exercícios de leitura emocional e dinâmicas de feedback.

### Módulo 5. Plano de Desenvolvimento Individual

- Elaboração do plano pessoal de progresso: metas concretas de desenvolvimento emocional.
- Compromisso de aplicação prática: definir ações para aplicar IE nas próximas semanas.
- Troca de experiências e sugestões: discussão de estratégias realistas para implementação no hotel.



#### Objetivos

No final da formação os participantes deverão ser capazes de:

- Compreender a Inteligência Emocional e a sua importância na liderança hoteleira.
- Reconhecer e gerir as próprias emoções em situações de pressão e desafio.
- Manter motivação intrínseca e inspirar a equipa para alcançar objetivos do hotel.
- Reconhecer e compreender as emoções de clientes, colaboradores e stakeholders.
- Aplicar habilidades sociais e empatia para melhorar comunicação, relações e liderança.
- Elaborar e implementar um plano pessoal de desenvolvimento emocional.



#### Métodos pedagógicos

- Metodologia ativa, com recurso exercícios práticos e role-plays aplicados ao setor hoteleiro.



#### Pontos fortes

- Solução que alterna a teoria com a prática através de exercícios personalizados que convidam à reflexão individual e reforçam a aprendizagem de novas práticas e condutas em consonância com as tendências da liderança moderna e os desafios da Indústria Hoteleira.

- Uma formação que permite a cada participante gerar empatia entre as suas equipas operacionais, conseguindo libertar o seu potencial, tornando-as mais competentes e eficazes no alcance de objetivos em prol do seu departamento hoteleiro e da organização, em geral.
- Elaboração de um Plano Pessoal de Progresso que permite fazer o follow up das competências emocionais básicas.

New

## Gestão de Conflito na Hotelaria

Da tensão à solução: estratégias eficazes para melhorar relações com clientes e equipas

 Online



14 horas

Intra empresa : Sob consulta

Referência: 1502

Num setor onde a excelência no atendimento é determinante para a experiência do cliente e para a reputação de cada unidade hoteleira, a capacidade de prevenir e gerir conflitos tornou-se uma competência essencial. Quer se trate de situações desafiantes com hóspedes ou de tensões internas entre equipas, a forma como os profissionais respondem pode influenciar diretamente a satisfação do cliente, o ambiente de trabalho e, em última instância, os resultados do negócio.

### Destinatários



#### Para quem?

- Este curso é dirigido a todos os profissionais que lidam com clientes, integram equipas multidisciplinares ou desempenham funções de coordenação e liderança, independentemente da sua área de atuação dentro da organização.



#### Pré-requisitos:

- Não aplicável.

### Percorso de aprendizagem

#### Módulo 1. Compreender o Conflito no Contexto Hoteleiro

- O que é o conflito e por que surge.
- Tipos e causas de conflito na hotelaria.
- Impactos no cliente, na equipa e na reputação do hotel.

**Atividades Práticas:** Brainstorming: "Situações reais de conflito no hotel". Discussão orientada sobre causas e consequências.

#### Módulo 2 - Comunicação Assertiva e Inteligência Emocional

- Fundamentos da comunicação eficaz.
- Escuta ativa, linguagem corporal e empatia.
- Gestão emocional em situações de stress.

**Atividades Práticas:** Role-play comunicação em situações difíceis; Exercício de reformulação de mensagens negativas em respostas construtivas.

#### Módulo 3 - Gestão de Conflitos com Clientes

- Etapas da resolução de conflitos com clientes.
- Técnicas de descompressão emocional e negociação.
- Transformar reclamações em oportunidades de fidelização.

- Critérios para escalonamento à chefia.

**Atividades Práticas:** Simulações de casos práticos (overbooking, ruído, atraso de serviço, limpeza, etc.). Feedback e análise em grupo.

## Módulo 4 - Conflitos Dentro da Equipa e Entre Departamentos

- Fontes de conflito interno: comunicação, hierarquia, papéis.
- Comunicação interdepartamental eficaz.
- Estratégias de negociação e mediação interna.

**Atividades Práticas:** Dinâmicas de grupo na gestão de conflitos. Exercícios de mediação entre colegas (ex.: receção vs housekeeping).

## Módulo 5 - Estratégias e Plano de Ação para uma Cultura Colaborativa

- Modelos de resolução (Harvard, Thomas-Kilmann).
- Práticas de liderança positiva e feedback contínuo.
- Elaboração de planos de melhoria pessoal e de equipa.

**Atividades Práticas:** Criação do “Compromisso de Equipa”: plano de ação colaborativo.



### Objetivos

#### Objetivo Geral:

Capacitar os profissionais da hotelaria para prevenir e gerir eficazmente conflitos com clientes e dentro das equipas, reforçando a comunicação, a empatia e a cooperação no ambiente de trabalho.

#### Objetivos Específicos:

No final da formação, os participantes deverão ser capazes de:

- Reconhecer as principais causas e tipos de conflito em contexto hoteleiro.
- Aplicar técnicas de comunicação assertiva e de escuta ativa.
- Lidar de forma eficaz com reclamações e situações de tensão com clientes.
- Gerir conflitos internos entre colegas e departamentos de forma construtiva.
- Contribuir para um ambiente de trabalho colaborativo e centrado na satisfação do cliente.



### Métodos pedagógicos

- Formação participativa e prática.
- Exposição teórica breve, seguida de estudos de caso e simulações.
- Role-plays, dinâmicas de grupo e exercícios de autoavaliação.
- Envolvimento ativo dos participantes, com feedback imediato.



### Pontos fortes

- Este curso centra-se numa abordagem altamente prática, recorrendo a atividades que promovem a reflexão individual, a partilha de experiências e a construção de soluções conjuntas. O objetivo é garantir que os participantes conseguem aplicar de forma natural e eficaz os conhecimentos adquiridos diretamente no seu contexto profissional. Todas as dinâmicas e exercícios são ajustados à realidade do setor e adaptados ao perfil e necessidades de cada formando.
- Uma formação que permite dotar os profissionais de ferramentas práticas que lhes permitem antecipar situações de tensão, comunicar de forma eficaz, demonstrar empatia e colaborar para soluções positivas



## Comunicação Eficaz para Equipas Hoteleiras: Equipas Fortes, Melhores Resultados

Fortalecer equipas, melhorar ambientes e impulsionar resultados

 Híbrido (presencial ou online)



2 dias (14 horas)

Intra empresa : Sob consulta

Referência: 1501

No ambiente hoteleiro, marcado por ritmos intensos e equipas diversificadas, torna-se essencial dotar os colaboradores de ferramentas práticas que lhes permitam comunicar de forma clara, empática e assertiva. Uma equipa capaz de transmitir mensagens de forma eficaz e dar feedback construtivo trabalha com mais coesão, confiança e eficácia. Isso traduz-se num ambiente de trabalho mais colaborativo, numa redução de conflitos internos e numa resposta mais ágil e consistente às necessidades dos hóspedes.

Esta ação visa dotar os profissionais operacionais de competências que promovam a comunicação eficaz entre colegas e departamentos, reforçando a cooperação interna e contribuindo para a prestação de um serviço hoteleiro de qualidade, centrado nas necessidades do cliente, através do desenvolvimento de:

- Ferramentas práticas de comunicação, que potenciam a coordenação entre áreas operacionais.
- Comportamentos comunicacionais alinhados com os padrões de excelência do setor hoteleiro.
- Estratégias de relacionamento interpessoal, que elevam a qualidade do serviço e a satisfação do cliente.

### Destinatários



#### Para quem?

- Destinado a todos os profissionais da área da hoteleira que tenham contacto direto ou indireto com o cliente.



#### Pré-requisitos:

- Não aplicável.

### Percorso de aprendizagem

#### Módulo 1. Fundamentos da Comunicação em Ambiente Hoteleiro

- A importância da comunicação na construção de relações profissionais positivas e na promoção de um bom ambiente de trabalho
- Barreiras comuns à comunicação com o cliente, entre colegas e departamentos: evitar mal-entendidos
- O impacto da boa (e má) comunicação no serviço ao cliente e no bom funcionamento do Hotel
  - Passagem de turnos, avisos, pedidos, alertas operacionais, etc.
- Boas práticas de comunicação não verbal e verbal a adotar no contacto direto com o hóspede:
  - Primeiras impressões - capacidade de adaptação - linguagem positiva

**Atividades práticas:** análise de informação e reflexão individual, debate em grupo e partilha, simulações de atendimento a clientes e transmissão de informações de serviço.

#### Módulo 2. Comunicação Assertiva no dia-a-dia Operacional

- O que significa ser assertivo em contexto hoteleiro.

- Diferença entre estilos passivo, agressivo, manipulador e assertivo.
- Como dizer “não” com respeito e firmeza.
- Como pedir ajuda ou dar instruções sem parecer rude.

**Atividades práticas:** autodiagnóstico, simulações de diálogo assertivo em ambiente hoteleiro

### Módulo 3. Escuta Ativa e Empatia entre Colegas

- Técnicas simples de escuta ativa: escutar para compreender, não apenas para responder.
- Demonstrar empatia no ambiente de trabalho.
- Comunicação com colegas de diferentes culturas e estilos.
- Fortalecer o espírito de equipa e o respeito mútuo criando um ambiente de trabalho harmonioso.

**Atividades práticas:** reflexão conjunta e debate, exercícios de escuta com reformulação

### Módulo 4. Comunicação Interdepartamental Eficiente

- Como passar mensagens claras entre departamentos
- Como comunicar situações críticas (ex.: quarto não pronto, manutenção urgente) usando linguagem adequada
- Boas práticas de comunicação entre turnos

**Atividades práticas:** simulações de comunicação entre departamentos (ex.: receção ↔ housekeeping) e exercícios práticos de linguagem clara e positiva

### Módulo 5. Feedback e Cooperação no Trabalho em Equipa

- Como dar feedback construtivo a um colega - modelo SCI
- Como receber críticas sem reagir defensivamente
- A importância de ter uma atitude proativa e foco na solução

**Atividades práticas:** Role-plays com situações de feedback entre pares

### Módulo 6. Plano de Ação Pessoal: Comunicação em Ação

- Identificação de prioridades de melhoria pessoal
- Definir compromissos reais e objetivos
- Criar um plano simples de aplicação no contexto de trabalho

**Atividades práticas:** reflexão individual, partilha em pares e elaboração de plano de ação pessoal



### Objetivos

No final da formação os participantes deverão ser capazes de:

- Reconhecer a importância da comunicação para o bom funcionamento do hotel e para a experiência do cliente.
- Identificar barreiras à comunicação eficaz e aplicar estratégias simples para as ultrapassar no dia a dia.
- Praticar a comunicação assertiva, sabendo expressar opiniões, fazer pedidos e dizer “não” de forma respeitosa e profissional.
- Utilizar técnicas de escuta ativa e empatia para melhorar a colaboração entre colegas e reduzir conflitos.
- Aplicar ferramentas de feedback construtivo, aprendendo a dar e receber críticas de forma positiva.
- Adotar atitudes de cooperação interdepartamental, transmitindo informações de forma clara e eficaz entre turnos e áreas do hotel.
- Elaborar um plano de ação individual, comprometendo-se com melhorias pessoais na forma de comunicar no contexto profissional.



### Métodos pedagógicos

- Metodologia ativa, com recurso a exercícios práticos e role-plays aplicados ao setor hoteleiro.



## Pontos fortes

- Curso de formação eminentemente prático com recurso a atividades que visam a reflexão individual, a criação de momentos de partilha e construção de soluções conjuntas facilitando a transposição dos conhecimentos adquiridos em formação para o contexto real de atendimento a clientes na hotelaria.
- Uma formação que permite ao participante um olhar diferente sobre o seu papel na satisfação e fidelização de clientes e o reforço das suas competências de comunicação e relacionamento interpessoal.

## Up Selling e Cross Selling na Hotelaria

Vender com propósito: elevar a experiência do hóspede e a receita operacional

 Híbrido (presencial ou online)



2 dias (14 horas)

Intra empresa : Sob consulta

Referência: 1349

Num mercado cada vez mais competitivo, onde a diferenciação se conquista pela qualidade do serviço e pela personalização da experiência, a capacidade de identificar oportunidades de venda e apresentar sugestões de valor acrescentado tornou-se uma competência fundamental para os profissionais da hotelaria.

O up selling e o cross selling, quando aplicados de forma genuína e orientada para as necessidades do hóspede, permitem não só aumentar as receitas, mas também elevar a satisfação e fidelização do cliente.

### Destinatários



#### Para quem?

- Este curso é indicado para todos os profissionais que lidam diretamente com hóspedes ou que desempenham funções com impacto no processo comercial, desde equipas operacionais até cargos de supervisão e liderança.



#### Pré-requisitos:

- Não aplicável.

### Percorso de aprendizagem

#### Módulo 1 - Atitude Comercial e Impacto no Serviço

- A venda ao serviço da hospitalidade: O meu papel enquanto vendedor.
- O impacto do comportamento comercial no serviço e na experiência do hóspede.
- A importância do contributo individual para os resultados do hotel.
- Identificação das principais inibições e bloqueios face à venda.
- A autoconfiança como fator-chave no sucesso comercial.

#### Atividades Práticas:

- Reflexão individual e partilhas em grupo sobre a venda enquanto expressão da hospitalidade; dinâmicas de desconstrução de crenças e percepções.

#### Módulo 2 - Fundamentos do Up Selling e Cross Selling

- Conceitos e diferenças entre upselling e cross selling.
- Identificação de oportunidades em cada ponto de venda.
- Erros comuns cometidos na aplicação das estratégias de up sell e cross sell
- A importância da Linguagem verbal e não verbal

#### Atividades Práticas:

- Discussão de casos reais do hotel sobre oportunidades de venda e identificação de erros comuns; role-plays adaptados à realidade da unidade hoteleira (ex.: upgrade de quarto, sugestão de vinho, experiência de spa). Feedback coletivo e análise de boas práticas.

### Módulo 3 - Comunicação e Influência Positiva

- Técnicas para criar empatia e gerar confiança: o rapport
- Escuta ativa e perguntas que revelam necessidades.
- Storytelling e recomendação genuína.
- Adaptação do discurso ao perfil do hóspede
- Técnicas de sugestão e persuasão positiva: método CVB

**Atividades:** Dinâmicas de grupo, exercícios práticos para aplicação das metodologias, simulações de situações reais com diferentes tipos de cliente.

### Módulo 4: Plano de Ação e Aplicação no Dia a Dia

- Atitude Proativa
- Desenvolvimento de estratégias pessoais de up selling e cross selling
- Ferramentas para medir resultados e acompanhar performance

**Atividades:** Elaboração de um plano de ação individual com metas e estratégias aplicáveis no dia-a-dia operacional



### Objetivos

#### Objetivo Geral:

- Desenvolver uma atitude comercial positiva e orientada para o cliente, capacitando os profissionais da hotelaria a identificar e aproveitar oportunidades de upselling e cross selling, contribuindo simultaneamente para a satisfação do hóspede e o aumento da receita.

#### Objetivos Específicos:

No final da formação, os participantes deverão ser capazes de:

- Reconhecer o papel de cada colaborador enquanto “vendedor de serviço”.
- Superar crenças e inibições relacionadas com a venda.
- Aplicar técnicas eficazes de upselling e cross selling, adaptadas a diferentes perfis de cliente.
- Comunicar de forma empática e persuasiva.
- Implementar no dia a dia uma atitude comercial natural e alinhada com a cultura de hospitalidade.



### Métodos pedagógicos

- Formação participativa e prática.
- Exposição teórica breve, seguida de estudos de caso e simulações.
- Role-plays, dinâmicas de grupo e exercícios de autoavaliação.
- Envolvimento ativo dos participantes, com feedback imediato.



### Pontos fortes

- Este curso centra-se numa abordagem altamente prática, recorrendo a atividades que promovem a reflexão individual, a partilha de experiências e a construção de soluções conjuntas. O objetivo é garantir que os participantes conseguem aplicar de forma natural e eficaz os conhecimentos adquiridos diretamente no seu contexto profissional. Todas as dinâmicas e exercícios são ajustados à realidade do setor e adaptados ao perfil e necessidades de cada formando.



# A Arte da Hospitalidade: Transformar Serviço em Experiência

Hospitalidade que gera satisfação, reputação e fidelização

 Híbrido (presencial ou online)



2 dias (14 horas)

Intra empresa : Sob consulta

Referência: 1352

O setor hoteleiro tem vindo a alargar o espectro e a qualidade da oferta de serviços, exigindo dos seus profissionais uma maior qualificação no sentido de dar resposta a clientes cada vez mais informados e exigentes.

A competitividade de um hotel depende da sua capacidade de atrair e satisfazer os seus clientes, sendo para isso determinante o papel das equipas da linha da frente.

Esta ação de formação visa impulsionar a diferenciação positiva da sua unidade hoteleira e aumentar a lealdade dos seus clientes através do desenvolvimento de:

- Competências de comunicação, empatia e hospitalidade ativa, garantindo interações personalizadas e memoráveis;
- um conjunto de boas práticas comportamentais potenciadores de uma imagem distinta ao longo de toda a jornada do hóspede
- técnicas e ferramentas que fomentam o espírito de equipa e a cultura Guest Centric, assegurando consistência no serviço e impacto positivo na reputação e fidelização.

## Destinatários



### Para quem?

- Destinado a todos os profissionais da área da hoteleira que tenham contacto direto ou indireto com o cliente.



### Pré-requisitos:

- Não aplicável.

## Percorso de aprendizagem

### Módulo 1. A Nova Hospitalidade: Cultura Guest Centric

- Evolução das expectativas dos hóspedes.
- Tendências atuais em hospitalidade e turismo.
- O conceito de Guest Centricity como estratégia de diferenciação.
  - O papel de cada colaborador na experiência global
  - Espírito de serviço e sentido de propósito
  - O impacto da experiência do cliente na imagem e nos resultados do hotel: o poder da reputação online.

**Atividades práticas: análise de informação, reflexão individual e debate em grupo.**

### Módulo 2. A Jornada do Hóspede e os Momentos da Verdade

- A jornada do cliente: pré-estadia, estadia e pós-estadia.
- Identificação de pontos críticos e oportunidades de encantamento nos diferentes departamentos
  - Estratégias para transformar momentos críticos em oportunidades de fidelização

- Cultura Guest Centric
  - Introdução a métricas e sinais que mostram a satisfação do hóspede (ex.: comentários, NPS, feedback direto).
  - Ações práticas de melhoria para cada ponto da jornada: Proatividade e melhoria contínua

**Atividades práticas: análise de feedbacks e reviews reais; dinâmicas de cooperação e brainstorming.**

### **Módulo 3. Comunicação & Empatia na Experiência do Cliente**

- Escuta ativa e linguagem positiva aplicada à hotelaria.
- Comunicação verbal e não verbal com hóspedes e entre equipas.
- Técnicas para gerir expectativas e reclamações.
- Treino Prático e interações de front office, F&B, housekeeping e outros outlets.

**Atividades práticas: dinâmicas de comunicação, exercícios práticos de linguagem clara e positiva e role plays com situações reais da unidade hoteleira.**

### **Módulo 4. Criar Experiências Memoráveis**

- O poder da personalização e da antecipação de necessidades: a arte do serviço invisível
- Pequenos gestos que geram grandes impactos: momentos WOW
- A importância da consistência e do trabalho em equipa como base da excelência hoteleira.

**Atividades práticas: análise de estudos de casos: Hotéis e marcas que criaram experiências únicas e Brainstorming de "momentos wow" por departamento. Dinâmicas de coesão grupal.**

### **Módulo 5. Da Aprendizagem à Ação: Plano Guest Experience**

- Compromisso final: transformar serviço diário em hospitalidade memorável.
- Como aplicar imediatamente conceitos e técnicas aprendidas.

**Atividades práticas: reflexão individual e construção de um plano de ação individual e coletivo.**



#### **Objetivos**

No final da formação os participantes deverão ser capazes de:

- Compreender a importância da hospitalidade e da cultura guest centric como fator diferenciador na experiência do hóspede.
- Analisar a jornada do hóspede, identificando pontos críticos e oportunidades de encantamento em cada etapa.
- Aplicar técnicas de comunicação, escuta ativa e empatia, garantindo interações personalizadas e eficazes com diferentes perfis de clientes.
- Gerir reclamações e transformar feedback em oportunidades de melhoria contínua e fidelização.
- Criar momentos memoráveis através da personalização e da antecipação de necessidades.
- Colaborar de forma integrada entre departamentos, assegurando consistência e fluidez em toda a experiência do hóspede.
- Elaborar um plano de ação individual e coletivo para implementar práticas de hospitalidade e guest experience no dia a dia do hotel.



#### **Métodos pedagógicos**

- Metodologia ativa, com recurso a exercícios práticos e role-plays aplicados ao setor hoteleiro.



#### **Pontos fortes**

- Curso de formação eminentemente prático com recurso a atividades que visam a reflexão individual, a criação de momentos de partilha e construção de soluções conjuntas facilitando a transposição dos conhecimentos adquiridos em formação para o contexto real de atendimento a clientes na hotelaria.
- Uma formação que permite ao participante um olhar diferente sobre o seu papel na satisfação e fidelização de clientes e o reforço das suas competências de comunicação e relacionamento interpessoal.

## Transformar Reclamações em Oportunidades na Hotelaria

Do Conflito à Fidelização: Gestão de Reclamações em Hotelaria

 Híbrido (presencial ou online)



2 dias (14 horas)

Intra empresa : Sob consulta

Referência: 1354

Empresas e unidades hoteleiras manifestamente orientadas para o cliente assumem como principal prioridade um “serviço de excelência”, visando a satisfação e fidelização dos seus clientes, especialmente em contextos de crescente pressão e nível de exigência por parte dos clientes.

Quando ocorre uma falha, algo que é inevitável em qualquer tipo de atividade, o tempo e a qualidade da resposta pode ser a diferença entre restaurar a confiança e reforçar a lealdade do cliente, ou piorar a sua insatisfação e perdê-lo para a concorrência.

O curso de Gestão de Reclamações em contexto Hoteleiro visa desenvolver as competências necessárias para uma gestão eficaz das reclamações, transformando os profissionais em verdadeiros “embaixadores” do hotel capazes de potenciar os níveis de satisfação e fidelização dos clientes e contribuir de forma significativa para uma imagem positiva da unidade hoteleira.

### Destinatários



#### Para quem?

- Destinado a todos os profissionais da área da hotelaria que tenham contacto direto ou indireto com o cliente.



#### Pré-requisitos:

- Não aplicável.

### Percorso de aprendizagem

#### Módulo 1. Reclamações como Oportunidade: O Impacto das Equipas Operacionais

- Motivos comuns de reclamação em ambiente hoteleiro.
- Impacto das reclamações na reputação online e nos resultados do hotel.
- O papel das equipas operacionais na prevenção e gestão de reclamações.
  - Guest Centricity: adotar uma atitude proativa durante as diferentes fases do ciclo do cliente.
  - identificar momentos críticos em que a intervenção proativa pode prevenir ou minimizar a insatisfação do cliente.

**Atividades práticas: discussão em grupo:** partilha de experiências reais de reclamações e análise do impacto do comportamento da equipa na imagem do hotel.

#### Módulo 2. Gestão Emocional e Expectativas do Hóspede

- Avaliar as necessidades e expectativas dos clientes em contexto hoteleiro
- Compreender os motivos que levam o hóspede a reclamar.
- Saber gerir as próprias emoções enquanto lida com um hóspede insatisfeito.
  - Autoconsciência emocional e estratégias de autocontrolo.
  - Saber Lidar com as Críticas.

**Atividades práticas:** simulação de situações com clientes insatisfeitos, focando na autogestão emocional e no reconhecimento das emoções do cliente.

## **Módulo 3. Estratégias facilitadoras da comunicação e relação interpessoal**

- Recorrer à escuta ativa.
- Criar empatia.
- Ter uma comunicação assertiva.
  - Recusar pedidos de forma assertiva, preservando o respeito e a relação com o cliente.

**Atividades práticas:** Exercícios de reflexão individual e partilha em grupo; dinâmicas de escuta ativa e empatia; simulação de situações de recusa assertiva.

## **Módulo 4. Metodologia de resolução de reclamações**

- Principais fatores de satisfação do cliente relativamente ao tratamento da reclamação.
- Analisar a situação do cliente centrando-se nos factos – técnica das perguntas.
- Agir e apresentar soluções satisfatórias para o cliente respeitando os procedimentos internos e políticas do Hotel.
- A importância da linguagem verbal e não-verbal na gestão de uma reclamação.

**Atividades práticas:** Exercícios de treino linguagem verbal e não-verbal; dinâmicas de resolução colaborativa tendo em conta reclamações reais e casos de sucesso.

## **Módulo 5. Treino de Situações Reais com Feedback Orientado**

- Identificação de situações reais de insatisfação e Reclamação nos diferentes departamentos do Hotel.
- Simulações e Feedback em Gestão de Reclamações com base na metodologia apresentada.
- Reflexão individual – identificação de pontos fortes e necessidades de melhoria.
- Elaboração de um plano de ação de compromisso.

**Atividades práticas:** Análise de casos reais; role play de reclamações recorrentes e/ou complexas por departamento; Definição de plano de ação das mudanças a pôr em prática.



### **Objetivos**

No final da formação os participantes deverão ser capazes de:

- Reconhecer a importância das reclamações no desenvolvimento das empresas hoteleiras e o papel dos profissionais da área enquanto “embaixadores” da unidade hoteleira;
- Demonstrar uma atitude proativa durante as diferentes fases do ciclo do cliente prevenindo situações de insatisfação;
- Compreender o envolvimento emocional e as expectativas do cliente que reclama;
- Gerir eficazmente as reclamações do cliente, sanando a insatisfação e minimizando a emoção negativa que lhe está associada;
- Argumentar, de forma assertiva, sempre que se deparar com uma reclamação ou situação difícil;
- Utilizar técnicas e estratégias facilitadoras da comunicação e da relação interpessoal.



### **Métodos pedagógicos**

- Metodologia ativa, com recurso a exercícios práticos e role-plays aplicados ao setor hoteleiro.



### **Pontos fortes**

- Curso com forte componente de treino prático com recurso a atividades que visam a reflexão individual, a criação de momentos de partilha e construção de soluções conjuntas facilitando a transposição dos conhecimentos adquiridos em formação para o contexto real dos participantes.



## Marketing Digital Turístico

Gerir as estratégias de marketing digital do seu hotel

 Online

 12 horas

Intra empresa : Sob consulta

Referência: 1346

A transformação digital em curso exponenciou novos hábitos de pesquisa e consumo e o contexto pandémico veio forçar a adesão e o aumento no número de compras online de uma forma nunca vista. Se até aqui o desenvolvimento de uma presença online através de uma estratégia de Marketing Digital era importante, hoje, considerando o número crescente de consumidores que escolhem e preferem os meios digitais para interagir diretamente com a sua marca ou produto pretendido, é absolutamente fundamental e incontornável!

Apoiar o desenvolvimento e a aplicação de estratégias e técnicas de comunicação online, para potenciar a divulgação de marcas, fidelização dos seus consumidores e aumentar as suas vendas através da implementação de estratégia de Marketing Digital recorrendo a ferramentas como SEO, e-mail marketing, e a curadoria de conteúdos, entre outras é o objetivo central deste percurso formativo.

Desenvolvido especificamente para profissionais das áreas de hotelaria e restauração que operam num mercado digital cada vez mais competitivo, esta formação visa desenvolver as suas competências digitais e contribuir para o aumento dos resultados através de vendas eletrónicas no seu mercado.

### Destinatários



#### Para quem?

- Destinado aos profissionais de hotelaria que atuem em áreas de marketing e vendas online que queiram ver desenvolvidas as suas competências digitais e aumentar os seus resultados na venda eletrónica.



#### Pré-requisitos:

- Não aplicável.

### Percorso de aprendizagem

#### Marketing/Marketing Digital em Turismo

- Fundamentos do Marketing aplicados ao Marketing Digital
- Filosofia de gestão e contexto histórico de marketing em Hotelaria
- Evolução do marketing/Ética e código de conduta

#### Os Processos de marketing e o Marketing nas empresas hoteleiras

- Funções do marketing turístico e do gestor de marketing no âmbito da digitalização
- E-Marketing - o Conceito em hotelaria e Fundamentos do e-marketing
- Marketing estratégico e operacional aplicado ao Marketing Digital em Turismo

#### Centralidade no cliente

- Públicos Alvo em Turismo
- Marketing no contexto de mercado/sector hoteleiro



## Objetivos

No final da formação os participantes deverão ser capazes de:

- Identificar os fundamentos do marketing digital em Turismo;
- Reconhecer o marketing digital como filosofia de gestão em hotelaria;
- Descrever o contexto histórico do aparecimento do marketing turístico;
- Analisar os processos de marketing digital numa perspetiva operacional hoteleira e em contexto de mercado.



## Métodos pedagógicos

- Metodologia ativa, exercícios práticos e análise de resultados de marketing hoteleiro.



## Pontos fortes

- Este curso apoia-o, em apenas alguns cliques, a posicionar o seu hotel, negócio de turismo ou restaurante nas tendências preferenciais dos seus clientes, os habituais e os futuros.

## Gestão de Redes Sociais em Hotelaria

Gerir a informação de ofertas hoteleiras nas diversas páginas das redes sociais

 Online

 12 horas

Intra empresa : Sob consulta

Referência: 1345

A presença nas redes sociais é, atualmente, incontornável para qualquer empresa: não estar presente ou comunicar desadequadamente nas redes sociais pode deteriorar a sua vantagem competitiva e a sua capacidade de atrair e reter clientes.

Dominar a comunicação e a interação com clientes nas redes sociais, gerir os bons, mas sobretudo os maus comentários e promover ações virais para colocar a sua unidade hoteleira nas preferências dos influenciadores de opinião é uma competência fundamental que pode ditar o sucesso ou o declínio do seu negócio.

Desenvolvida especificamente para o setor do turismo, hotelaria e restauração, esta formação tem como objetivo dotar os participantes das competências necessárias para gerir, impulsionar e tornar mais visíveis as suas marcas e produtos nas redes sociais, tirando partido desta ferramenta de comunicação organizacional.

### Destinatários



#### Para quem?

- Destinado aos profissionais de hotelaria que fazem a gestão das redes sociais dos seus hotéis/restaurantes e que queiram otimizar a comunicação corporativa através das redes sociais.



#### Pré-requisitos:

- Não aplicável.

### Percorso de aprendizagem

**Publicidade nas redes sociais em Turismo**

**Alcance orgânico VS alcance pago**

**Campanhas de publicidade no Facebook e Instagram em hotelaria**

**Segmentação de campanhas aplicadas ao turismo**

**Medição, análise e otimização de campanhas pagas**

**Campanhas de publicidade no Youtube - Case Study**

**Google Ads e Google Hotel Ads**



### Objetivos

No final da formação os participantes deverão ser capazes de:

- Reconhecer os diferentes formatos de publicidade em turismo nas principais redes sociais;
- Implementar campanhas pagas nas redes sociais para diferentes objetivos;
- Medir e analisar uma campanha paga nas diversas redes sociais;
- Definir planos de ação para otimização contínua aplicados à hotelaria.



## Métodos pedagógicos

- Metodologia ativa, exercícios práticos e análise de vários exemplos dentro do setor da hotelaria.



## Pontos fortes

- Este curso visa apoiar o seu hotel/ restaurante a promover ações virais e colocar a sua marca nas preferências dos influencers das diversas redes sociais.

## E-Commerce Aplicado à Hotelaria

Potenciar a experiência do E-Cliente para aumentar resultados

Online

 12 horas

Intra empresa : Sob consulta

Referência: 1343

Os profissionais da hotelaria deparam-se diariamente com a necessidade de captar clientes online e responder aos desafios crescentes do E-commerce no setor hoteleiro. Precisam por isso, de dominar as ferramentas e operações críticas para destacar a sua oferta e satisfazer um número crescente de clientes que preferem utilizar plataformas digitais para pesquisar e realizar as suas reservas.

- O que leva um cliente a escolher determinada unidade ou experiência hoteleira, quando está num ambiente 100% online?
- Como destacar a nossa oferta no processo de escolha do cliente num canal onde lhe são dadas, no imediato e sem esforço, dezenas de alternativas semelhantes?
- Como se apresentar online no timing certo, com o produto certo, ao cliente certo?
- Como ter a certeza que está a conseguir comunicar com a audiência correta online?
- Como aumentar o número de vendas efetivas neste canal?

Nesta formação os profissionais deste setor encontram, não só as respostas a estas e outras questões relacionadas com E-commerce, como aprendem também a desenvolver campanhas eficazes para potenciar as vendas online das suas unidades hoteleiras.

### Destinatários



#### Para quem?

- Destinado aos profissionais de hotelaria que desempenhem funções no âmbito do comércio eletrónico e que queiram ver desenvolvidas novas competências e a otimização dos resultados.



#### Pré-requisitos:

- Não aplicável.

### Percorso de aprendizagem

#### Internet e os canais de distribuição em hotelaria

- Business to business - B2B.
- Business to consumer - B2C.
- One to one - O2O.
- Business to administration - B2A.

#### Portais/ sites/motores de busca/ centro comerciais virtuais/ lojas virtuais

#### O papel do website no marketing digital/e-commerce

- Desenvolvimento e manutenção de páginas web.
- Arquitetura de informação.
- Usabilidade.

- Planeamento de um Web Site.

## **E-commerce em Hotelaria**

- Tecnologias de informação e a relação com o cliente.
- A tecnologia ao serviço do marketing e da comunicação.
- O novo consumidor digital.
- Mensagens e formatos de comunicação digital com o cliente.

## **E-consumidor Turístico**

- Características, Tendências de consumo, Hábitos de consumo nas plataformas digitais e Processos de decisão de compra.
- Satisfação dos e-consumidores.

## **Eficiência do marketing digital aplicado ao consumidor turístico**

- Internet e o desenvolvimento de novas aplicações do marketing.
- Customer relationship management (CRM).
- E-commerce: o Conceito e as Motivações para a adesão ao e-commerce.

## **Marketing Automation no e-commerce em Hotelaria**

- Plataformas.
- Relação websites, e-mail marketing, social media, google etc..



### **Objetivos**

No final da formação os participantes deverão ser capazes de:

- Avaliar no turismo os impactos e os efeitos da nova economia, as transações comerciais a partir de ambientes virtuais - B2C, B2B, B2A;
- Identificar as ferramentas do e-marketing e do e-commerce aplicadas à hotelaria;
- Aplicar as ferramentas de gestão da informação e da comunicação, criando uma relação de interatividade, centrada nas necessidades dos consumidores.



### **Métodos pedagógicos**

- Metodologia ativa, com recurso a exercícios práticos da realidade dos vários participantes na formação



### **Pontos fortes**

- Este curso visa a aquisição de novas técnicas na venda eletrónica que vão fazer a diferença na abordagem ao cliente do segmento hoteleiro, turístico e da restauração, convertendo a navegação em receita.

