



Formación  
INTERECONOMÍA

# EXCELENCIA EN POLÍTICAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA HOSTELERÍA



INTERECONOMÍA FORMACIÓN ESPECIALISTAS EN FORMACIÓN *IN COMPANY*



## FABIO MORISI, ASESOR TÉCNICO GASTRONÓMICO INTERNACIONAL.

Comenzó su carrera profesional en la cocina de la Escuela de Hostelería de “Castrocaro Terme” entre cocineros de renombre de los ochentas como: Moras Claudio, el maestro Amati Salvatore , Giorgio Saporetti. Se trasladó a Miami para aprender a elaborar comida para 1900 personas entre Puerto Rico, Bermudas, y Virgen Island.

En Suiza, aquí entra de Jefe de partida en “El Rialto” de Gstaad, aprendiendo de la mano de Stephan Ungher, y Francesco Naredi, que le da lecciones de técnica de venta, además de galanteo culinario. Viaja a Lugano “Al Santabbondio” (una estrella Michelin) a las ordenes de Martin Dalsass, otro grande de Suiza, aprende la cocina de mercado y sus sabores genuinos.

Viaja a España para hacerse de la mano de Pedro Larumbe (Cabo Mayor). A partir de Mayo del 1990 empieza su andadura de jefe de cocina en “la Trovata” con Francisco Patón de director de sala. En mayo del 1992 sustituye a Pedro Subijana en los fogones del “Teatríz” (Madrid). Aquí se forma y continua el desarrollo de su carrera profesional durante cinco años enseñando y aprendiendo de maestros españoles como: Antonio Machado, Hilario Arbelaz, Francisco Duran, Mikel Santamaría, que le aportan conocimiento de la cocina clásica y nueva Española.

Desembarca en el 1997 al “Don Giovanni “ del Grupo Lezama donde durante tres años desarrolla la nueva cocina italiana para los clientes mas exigentes de la plaza Oriente, además como clientela habitual: Los Tres Tenores, Alfredo Kraus, Antonio Machado, Ramón Vargas, Mirella Freni, Renato Bruson, Álvarez, Juan Diego Flórez (mi preferido) y el maestros de todos, el inmenso Pavarotti.

Desde el año dos mil es asesor técnico gastronómico para empresarios del sector hotelero, y actualmente socio fundador de la consultoría “Studio e Passione”.

## OBJETIVOS

- > Reciclaje de los hábitos y costumbres del personal, las técnicas de servicio, técnicas de venta, impulsar las ventas consultivas, crear un warmarketing para aumentar las ventas, diseñar menús con alma, en resumen fidelizar el cliente.
- > Habilidades para empatizar y comunicar con los clientes
- > No hay que realizar una venta, hay que conseguir un cliente satisfecho
- > No hay que vender apariencias, hay que vender pasión, amor por el trabajo, y transmitir el Factor +.
- > Hay que trabajar siempre con los consejos de ORO. En los primeros 10/15 segundos se puede captar o perder un cliente para siempre, hay que aprender técnicas de trato personalizado.

### ¿Quién es nuestro cliente?

- > Sus gustos y preferencias
- > La imagen de la empresa y el estilo
  1. La acogida
  2. Las actitudes del equipo
  3. El contacto
    - > Contacto visual: maestría del aspecto exterior
    - > El contacto auditivo: seguro de sí mismo
    - > El contacto gestual
  4. El perfil de la acogida
    - > Una palabra mágica
    - > Dos palabras claves
    - > Tres palabras maestras
  5. Las reglas de Oro
  6. A cada cliente un trato especial
  7. Cosas que molestan al cliente
  8. La despedida
    - > ¿Está nuestro cliente contento?
- ¿El decálogo del buen profesional?
  - > 9. Tratamiento de las reclamaciones
  - > Naturaleza de las reclamaciones

### Como vender más y mejor

1. Principios básicos de la venta
  - > ¿Qué es el Factor + ?
  - > ¿Qué vendemos?
2. El profesional y la venta
3. Etapas de la venta
4. Consejos de oro para éxito



## FASE I. DETECCIÓN DE NECESIDADES

En esta fase, se mantiene una reunión con el responsable de recursos humanos, para hacer una prospección de necesidades, a continuación el docente visitara el establecimiento como un cliente más y estudiara los comportamientos y habilidades del personal.

Obtendrá una información detallada del nivel de adecuación de cada profesional a su perfil, así como su potencial, actitud y motivaciones ante los requerimientos de la organización,

Este proceso permite, además de evaluar y medir el perfil (actual o potencial), establecer un diagnóstico de los puntos fuertes y áreas de mejora, dentro de un contexto de posibilidades de evolución futura. Esta especialmente indicado en situaciones donde el estilo de relación y variables culturales puedan medirse de manera más eficaz en la interacción entre compañeros/participantes .

### VENTAJAS:

- > Proceso grupal de evaluación y desarrollo: obtención de informe individual Recomendable para la obtención de sinergias actuales o futuras.
- > Posibilidad de análisis comparativo durante la sesión.
- > Transmisión de mensajes corporativos de manera conjunta e individualizada.
- > Visión compartida por los todos consultores evaluadores.
- > Posibilidad de observadores internos en algunas etapas de la sesión.

## FASE II. DISEÑO DE CONTENIDOS DE LA ACCIÓN FORMATIVA, ADAPTADOS A LA ORGANIZACIÓN

La información sobre la base de comportamientos observados en su puesto de trabajo, nos ayudara a diseñar los contenidos basados en el análisis del potencial, motivaciones y expectativas de los profesionales, potencial, expectativas, y nos posibilitara para adaptar los contenidos de la acción formativa a los objetivos de la organización

## FASE III. IMPARTICIÓN DE TUTORÍA /CLASE PRESENCIAL INICIAL

Se realiza primera sesión de tutoría presencial de los contenidos diseñados para el curso con supuestos prácticos.

Es una sesión realmente vivencial al facilitar situaciones de aprendizaje y desarrollo desde la propia experiencia, apoyado con un manual, con explicaciones teóricas y una práctica constante de los contenidos y herramientas propuestas. Esta fórmula garantiza un aprendizaje significativo que en grupo resulta muy gratificante y enriquecedor.

Se realiza una formación participativa a través de pruebas individuales para establecer el diagnóstico de los puntos fuertes y áreas de mejora del participante, facilita la reflexión de los mismos sobre el perfil requerido y les motiva hacia el desarrollo y su mejora.





## FASE IV. IMPARTICIÓN DE TUTORÍA CLASE/ FINAL. EVALUACIÓN

En esta sesión se refrescarán los conceptos y situaciones que hemos estudiado y que teníamos que mejorar. Para la asimilación de nuevos hábitos o conductas es necesario que haya una repetición.

Saber traducir la información que nos aportan es importante, porque nos muestran el aprendizaje de lo que nos está pasando. Es imprescindible contar con herramientas precisas para adaptarnos a cualquier síntoma de cambio con nuestros propios recursos, porque donde hay un cambio hay una oportunidad. Hacemos una puesta en común de los cambios y mejoras que se han producido entre las sesiones presenciales. En esta fase les repasamos técnicas y habilidades gestuales y de comunicación para empatizar con los clientes.

“NO PRETENDAMOS QUE LAS COSAS CAMBIEN, SI SIEMPRE HACEMOS LO MISMO”

Albert Einstein

Se realizará una prueba individual, para evaluar el resultado de asimilación de los contenidos y áreas en las que haya mejorado el participante. Se evaluarán variables competenciales y motivacionales .

Los alumnos hacen una valoración del curso, y aspectos en los que han mejorado.



FORMACIÓN MIXTA PRESENCIAL

DISTANCIA

CLASES PRESENCIALES

HORARIO

CALENDARIO

LUGAR IMPARTICIÓN

NUMERO DE ALUMNOS

Tutor online.

Duración 1 mes aprox.

Duración 6 horas en dos/tres sesiones

Según disponibilidad de la empresa

A disponer

Instalaciones de la empresa o en aulas de  
Intereconomía

máx. 18



## IMPARTICIÓN DE CLASES- TUTORÍAS

Intereconomía Formación le ofrece un espacio exclusivo y profesional para la impartición de las clases-tutorías presenciales.

Su sede, situada en un edificio representativo, céntrico y magníficamente comunicado, dispone de salas perfectamente acondicionadas con los medios técnicos necesarios.



Calle Fortuny, 39 1ª pl  
Madrid 28010

- > Organización e impartición de acción formativa
- > Gestión integral de sistema de bonificación.
- > Curso bonificable en Fundación Tripartita con Créditos de Formación
- > Gestión de Bonificación incluido en el precio del Curso.
- > Diseñamos la acción formativa, adaptada al su empresa y al perfil de sus trabajadores.
- > La valoración económica vendrá determinada por el numero de participantes al curso.

**Estamos encantados de atenderle:**

**Elena Aguilar Fernández**

eaguilar@intereconomia.eu

Tlf. 639 890 031

**Luis Castro Bernaldo de Quirós**

Telf.. 646971350

lcastro@intereconomia.eu

**Intereconomía Formación**

Telf.. 91 616 24 64

Calle Fortuny, 39 1ªpl

Madrid 28010



### **Aviso de confidencialidad**

La información comprendida en esta presentación es confidencial y pertenece a INTERECONOMÍA FORMACIÓN. Cualquier forma de divulgación, reproducción, copia o distribución total o parcial de la misma queda prohibida, no pudiendo ser utilizado su contenido para otros fines sin la autorización de INTERECONOMIA FORMACIÓN.