



La empresa, que cuenta con hoteles en más de 70 países, ha aplicado una estrategia consistente en “pensar a nivel global, actuar a nivel local” para gestionar sus programas de atención al cliente.



La cartera de clientes internacionales de Hilton International consta principalmente de viajeros frecuentes con educación superior y de altos ingresos que exigen los más altos niveles de calidad y atención. Para poder satisfacer de forma constante las expectativas de este grupo, cuya mayoría habla inglés, la cadena hotelera declaró el inglés idioma oficial y aplicó una estrategia global para fomentar las habilidades de inglés.

“Creemos que si respetamos a nuestros empleados y los hacemos sentirse especiales, ellos se esforzarán más allá de lo esperado para brindar una atención excepcional a nuestros clientes. Nuestro programa de capacitación de inglés forma parte de la base de esta ética.”

—John Guthrie,
Director de Desarrollo de la Gestión Internacional de Hilton International

Despliegue del mejor talento hotelero

La promesa de la marca Hilton —“Hilton devuelve un poco de lo que la vida nos quita”— es un compromiso de ofrecer constantemente el más alto nivel de atención al cliente.

Una estrategia clave en el cumplimiento de la promesa de la marca es la capacidad de poder atraer y retener al mejor talento hotelero del mundo. Hilton International se ha diferenciado de su competencia al ofrecer formación para los miembros de su equipo que sepan valorar la oportunidad de mejorar sus habilidades de inglés. Un buen dominio del inglés hace que el talento sea más móvil, lo cual permite que la empresa presente nuevos productos con mayor rapidez y que la calidad de la gestión sea uniforme en todo el mundo.

“Lo que estamos tratando de lograr no es más ni menos que la reestructuración de la cultura de nuestra organización para cumplir nuestra promesa de marca de forma constante y a nivel global”, dijo el Sr. Guthrie. “Creemos que si respetamos a nuestros empleados y los hacemos sentirse especiales, ellos se esforzarán más allá de lo esperado para brindar una atención excepcional a nuestros clientes. Nuestro programa de formación de inglés forma parte de la base de esta ética”.

La estrategia

Hilton International decidió que la formación de inglés en línea era la mejor solución. “Sabíamos que nuestro éxito dependería de un producto superlativo que fuera percibido como no intimidatorio y fácil de utilizar”, comentó Rosie Hollis, vicepresidenta de Recursos Humanos para Oriente Medio y el Pacífico asiático de

Sector:

Hostelería

La cadena hotelera Hilton, con una extensa clientela anglófona que exige un servicio y una calidad de primera clase, necesitaba aplicar una estrategia global para consolidar la competencia lingüística en inglés empresarial de sus empleados y ofrecer un servicio que hiciera honor al gran prestigio del que goza la empresa. Tras una evaluación minuciosa, Hilton implantó el programa GlobalEnglish Corporate Learning Service™ a escala internacional y ha experimentado una notable mejora del rendimiento así como de su productividad.

Hilton International. “Una solución en línea nos daría además la oportunidad de saber quiénes estaban recibiendo formación, qué estaban aprendiendo y el efecto demostrable de la formación sobre su capacidad dentro de la organización y en toda la red”.

Hilton International tenía las siguientes metas para su programa de formación de inglés:

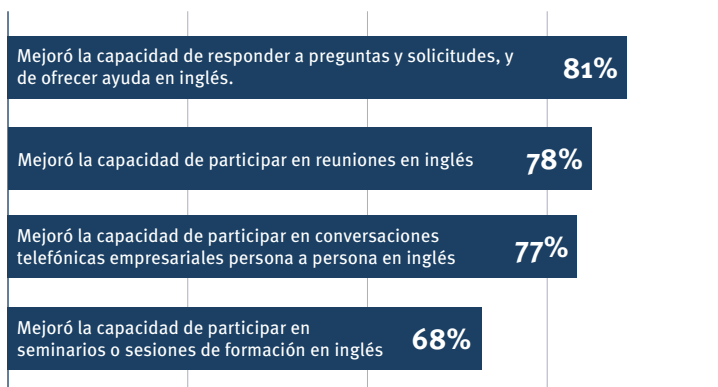
- Maximizar el potencial comercial de Hilton a nivel global, permitiendo que los empleados con alto potencial puedan contribuir a la empresa, independientemente de sus fronteras geográficas.
- Apoyar el esfuerzo por diversificar la fuerza laboral de Hilton y capacitar a ciudadanos locales para dirigir sus hoteles.
- Desplegar un programa de aprendizaje de inglés personalizado que sea adecuado para los distintos niveles de dominio del inglés y maximizar la inversión en el aprendizaje, y al mismo tiempo elevar a todos los participantes a un nivel parejo durante el transcurso del programa.
- Crear eficiencias en toda la organización a nivel mundial y gestionar los costes.

Tras una cuidadosa búsqueda, Hilton International seleccionó a la empresa GlobalEnglish. “El Servicio de aprendizaje corporativo de GlobalEnglish posee de lejos la mejor funcionalidad y navegación. Es altamente interactivo y el apoyo técnico es excelente. También estamos positivamente impresionados de que el servicio GlobalEnglish enseñe todas las habilidades de inglés necesarias: lectura, redacción, comprensión auditiva y expresión”, añadió el Sr. Guthrie.

Los resultados

Hilton International ha logrado excelentes resultados con el programa GlobalEnglish. Tras utilizar el servicio Corporate Learning Service™ de GlobalEnglish durante menos de un año, el 92 % de los alumnos expresó haber aplicado en sus trabajos lo que habían aprendido.

La mayoría de los alumnos de Hilton International expresó haber logrado una mejoría en el desempeño de sus funciones. En general, el 71 % de los empleados de Hilton International fueron capaces de ahorrar más de una hora a la semana gracias a sus mejores capacidades de inglés:



Los gerentes también expresan que los empleados que están utilizando el servicio GlobalEnglish han mejorado su rendimiento en estas áreas claves:

- Relación con los clientes
- Lleva a cabo negociaciones
- Relación con el equipo de gestión
- Participación en reuniones
- Lectura y redacción de mensajes electrónicos
- Conversaciones telefónicas

“GlobalEnglish Corporation es un proveedor único de aprendizaje electrónico, ya que ha comprendido los desafíos de dirigir una empresa a escala global y ha brindado soluciones que nos están ayudando a mejorar nuestro equipo, nuestra cultura y, a fin de cuentas, nuestra ventaja competitiva”, expresó el Sr. Guthrie.