



Com hotéis em mais de 70 países, a empresa implementou a estratégia de “pense globalmente, aja localmente” para administrar seus programas de atendimento ao cliente.



A base global de clientes da Hilton International é composta principalmente de viajantes de excelente formação e renda elevada que exigem os mais altos níveis de qualidade e serviço. Para satisfazer com regularidade as expectativas deste grupo, na sua maioria falantes de inglês, a cadeia hoteleira definiu o inglês como seu idioma oficial e implementou uma estratégia internacional para aumentar os conhecimentos de inglês.

“Acreditamos que respeitando nossos funcionários e os fazendo sentir que são especiais, irão fazer aquele esforço extra para prestar um serviço excepcional aos nossos clientes. Nosso programa de ensino de inglês encontra-se no alicerce desta ética.”

—John Guthrie,
diretor de Desenvolvimento de Gestão Internacional da Hilton International

“Os funcionários de linha de frente interagem em inglês diariamente com nossos clientes globais,” disse John Guthrie, diretor de Desenvolvimento de Gestão Internacional da Hilton International. “Exigimos dos gerentes da organização que administrem uma marca internacional, de acordo com os altos padrões de operação da cadeia Hilton; isto exige confiança ao falar, escrever e compreender o inglês.”

Implantação dos melhores talentos da hotelaria

A promessa da marca Hilton— “Os hotéis Hilton devolvem um pouco do que a vida tira” (“Hilton puts back a little of what life takes out”)—é um compromisso de prestar com continuidade o mais alto nível de atendimento ao cliente.

Uma estratégia chave para cumprir a promessa da marca é o recrutamento e retenção dos melhores talentos do ramo hoteleiro do mundo. A Hilton International se diferencia da concorrência ao fornecer treinamento aos membros de sua equipe que valorizam a oportunidade de aperfeiçoar seus conhecimentos de inglês. Esta estratégia também faz com que estes talentos sejam transferíveis, o que permite à empresa lançar novos produtos de forma rápida e de padronizar sua gestão de excelência em todo o mundo.

“O que estamos tentando fazer é nada menos que uma recriação da cultura da organização, para que esta se alinhe de forma coerente e global à promessa da marca,” disse Guthrie. “Acreditamos que respeitando nossos funcionários e os fazendo sentir que são especiais, irão fazer aquele esforço extra para prestar um serviço excepcional aos nossos clientes. Nosso programa de ensino de inglês encontra-se no alicerce desta ética.”

Setor:

Hospitalidade

Com uma ampla base de clientes falantes do inglês que exige o mais alto nível de qualidade e serviço, o Hilton precisava de uma estratégia global para construir competências de comunicação em inglês em seus funcionários, de modo a poder oferecer o melhor de sua marca. Após uma avaliação cuidadosa, o Hilton implementou o GlobalEnglish Corporate Learning Service™ em escala internacional e pôde notar uma melhoria significativa na produtividade e desempenho.

A tática

A Hilton International determinou que o ensino de inglês online seria a melhor solução. “Sabíamos que nosso sucesso dependeria da qualidade de um produto superior que pudesse ser percebido como acolhedor e fácil de ser usado,” disse Rosie Hollis, vice-presidente de Recursos Humanos—Oriente Médio/Pacífico Asiático para a Hilton International. “Uma solução online nos daria também a oportunidade de saber quem está sendo treinado, o que estão aprendendo, além da possibilidade de demonstrar o impacto do programa no aprendizado dos funcionários dentro da organização e em toda a rede.”

A Hilton International estabeleceu os seguintes objetivos para o programa de treinamento de inglês:

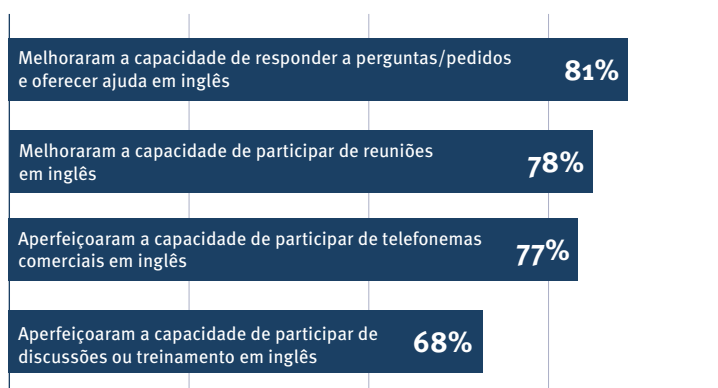
- Maximizar o potencial do negócio global da rede Hilton, permitindo que membros de alto potencial da equipe dessem sua contribuição ao negócio, independentemente das fronteiras geográficas.
- Apoiar o esforço de diversidade da força de trabalho da rede Hilton e treinar pessoal local para operar seus hotéis.
- Implantar um programa de ensino de inglês personalizado para satisfazer os vários níveis de conhecimento em inglês e maximizar o investimento no aprendizado, e ao mesmo tempo, fazer com que todos os participantes cheguem a um nível consistente de proficiência no decorrer do programa.
- Criar áreas de eficiência em toda a organização mundial e gerir custos.

Após cuidadosa busca, a Hilton International optou pela GlobalEnglish. “O GlobalEnglish Corporate Learning Service tem de longe a melhor funcionalidade e navegação. É altamente interativo e o suporte é excelente. Estamos também impressionados com o serviço GlobalEnglish pois ensina todos os conhecimentos necessários de inglês: leitura, redação, compreensão e fala,” acrescentou Guthrie.

Os resultados

A Hilton International obteve excelentes resultados com o programa GlobalEnglish. Após usar o GlobalEnglish Corporate Learning Service™ por menos de um ano, 92% dos participantes relataram que já tinham aplicado o que aprenderam em suas funções.

A maioria dos alunos da Hilton International relataram uma melhora no desempenho no trabalho. No total, 71% dos funcionários da Hilton International puderam ganhar mais de uma hora por semana por conta da melhora em seus conhecimentos de inglês:



Os gerentes também dizem que os funcionários que usam o serviço GlobalEnglish aprimoraram o desempenho nestas áreas chave:

- Lidar com clientes
- Conduzir negociações
- Interagir com a equipe administrativa
- Participar de reuniões
- Ler e redigir emails
- Falar ao telefone

“A GlobalEnglish Corporation é um provedor especial de e-learning, no sentido de que compreendeu os desafios de gerir uma empresa global e forneceu as soluções que estão nos ajudando a aprimorar nossa equipe, nossa cultura, e em última análise, nossa vantagem competitiva,” disse Guthrie.