

"ريادة الضيافة الفاخرة: أفضل إدارة للضيافة الراقية"

المدة: 5 يوم

اللغة: ar

كود الكورس: IND15 - 139

هدف الكورس

بنهاية هذه الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:

- تحديد الخصائص الرئيسية للضيافة الفاخرة وسلوك الضيوف.
- تطبيق معايير التميز في الخدمة عبر العمليات الفاخرة.
- تخصيص الخدمات وخلق تجارب لا تُنسى للضيوف المهمين.
- بناء ثقافة خدمة قوية تعتمد على السرية والاهتمام بالتفاصيل.
- إدارة أداء الموظفين لتلبية توقعات الفخامة.
- الحفاظ على الاتساق في هوية العلامة التجارية ونقاط التواصل مع الضيوف.

- التكيف مع توقعات المسافرين الفاخرة المتطورة.
- قيادة الابتكار والتحسين المستمر في التجارب الفاخرة.

الجمهور

هذه الدورة مثالية لـ:

- مديري الفنادق والتنفيذيين في المنشآت الفاخرة.
- مديري تجربة الضيوف وخدمات الكونسيرج.
- المحترفين في مجال الضيافة الذين يسعون لدخول قطاع الفخامة.
- مديري المكاتب الأمامية والأغذية والمشروبات في الفنادق أو المنتجعات الراقية.
- المالكين والمستثمرين في العلامات التجارية الفندقية الفاخرة أو البوتيك.
- مستشاري العلامات التجارية والعمليات في السياحة الراقية.

منهجية التدريب

تستخدم الدورة التعلم التفاعلي ودراسات الحالة من العلامات التجارية العالمية الرائدة وورش العمل العملية في تصميم الخدمات. سيقوم المشاركون بالتفكير في بيئات خدماتهم الخاصة، والمشاركة في مناقشات جماعية، واستعراض قصص النجاح والتحديات في مجال الضيافة الفاخرة. ستتيح أنشطة لعب الأدوار ومحاكاة الخدمة للمتعلمين ممارسة التميز في التفاعل مع الضيوف والاهتمام بالتفاصيل.

الملخص

يُعرّف قطاع الضيافة الفاخرة ليس فقط من خلال المرافق الراقية، بل من خلال الخدمة الاستثنائية، والتجارب الشخصية، والاهتمام الدقيق بالتفاصيل. يتطلب إدارة العمليات الفاخرة فهماً متقدماً لتوقعات الضيوف، وسرد العلامة التجارية، والعناصر الدقيقة التي تميز الخدمة الجيدة عن التجارب التي لا تُنسى.

يوفر هذا الدورة نهجاً منظماً لإدارة الأعمال الفندقية الراقية، ويغطي مجالات رئيسية مثل معايير الخدمة الفاخرة، وتخصيص

تجربة الضيوف، وثقافة الفريق، والعلامة التجارية، والابتكار. من خلال أمثلة واقعية وتعلم تفاعلي، سيكتسب المشاركون المهارات القيادية والتشغيلية اللازمة لتجاوز توقعات العملاء المميزين والحفاظ على مكانة العلامة التجارية في سوق عالمي تنافسي.

محتوى الكورس والمخطط الزمني

Section 1: Understanding Luxury in Hospitality

- What defines luxury? Key principles and guest expectations.
- Evolution of the luxury travel market.
- Emotional drivers behind high-end guest behavior.
- Psychological aspects of luxury service and value perception.
- Types of luxury properties: boutique, branded, experiential.
- Differences between premium and ultra-luxury markets.
- Case study: Defining moments in luxury guest journeys.

Section 2: Service Excellence and Personalization

- The golden rules of luxury service delivery.
- Personalization vs standardization in service encounters.
- Anticipating needs and reading non-verbal guest cues.
- Delivering “invisible” service with maximum impact.
- Crafting unforgettable guest experiences: from welcome to farewell.
- Training staff to handle VIPs and high-profile clients.
- Case study: Exceptional service recovery in luxury hotels.

Section 3: Leading People and Luxury Service Culture

- Hiring and retaining top-tier service talent.
- Building a culture of pride, precision, and care.
- Empowering teams to go beyond expectations.
- Staff etiquette, grooming, and behavior standards.
- Leading by example: the manager’s role in daily excellence.
- Continuous training and feedback systems in luxury hotels.
- Aligning team goals with brand identity.

Section 4: Brand Identity and Guest Experience Consistency

- Creating a luxury hospitality brand story.
- Translating brand values into sensory guest experiences.
- Managing guest expectations across all touchpoints.
- Luxury design, ambiance, and the art of subtle branding.
- Ensuring consistency in multi-property operations.
- Guest feedback loops and proactive brand refinement.
- Case study: Iconic luxury brands and their service DNA.

Section 5: Innovation and Future Trends in Luxury Hospitality

- Redefining luxury: wellness, sustainability, and experience-driven travel.
- Digital transformation in luxury: tech without losing the human touch.
- Sustainable luxury: green practices with elegance.
- Curating bespoke, local, and immersive experiences.
- Using data to personalize services without intruding.
- Adapting to the new generation of luxury travelers.
- Future-proofing luxury hospitality businesses.

تفاصيل الشهادة

عند إتمام هذه الدورة التدريبية بنجاح، سيحصل المشاركون على شهادة إتمام التدريب من Holistique Training. وبالنسبة للذين يحضرون ويكملون الدورة التدريبية عبر الإنترنت، سيتم تزويدهم بشهادة إلكترونية (e-Certificate) من Holistique Training.

شهادات Holistique Training وخدمة اعتماد التطوير المهني (BAC) معتمدة من المجلس البريطاني للتقييم ISO 29993. وISO 21001 وISO 9001 كما أنها معتمدة وفق معايير التطوير المهني المستمر (CPD).

لهذه الدورة من خلال شهاداتنا، وستظهر هذه النقاط على شهادة إتمام (CPD) يتم منح نقاط التطوير المهني المستمر واحدة عن كل ساعة CPD يتم منح نقطة CPD، ووفقًا لمعايير خدمة اعتماد Holistique Training. التدريب من لأي دورة واحدة نقدمها حاليًا CPD حضور في الدورة. ويمكن المطالبة بحد أقصى قدره 50 نقطة.

التصنيفات

الترفيه والضيافة والرياضة, القيادة والإدارة, الجودة والإنتاجية

مقالات ذات صلة



The Evolution Of The Hospitality Industry: Trends & Innovations

The hospitality industry is undergoing significant transformations driven by emerging trends, technological advancements, and changing consumer expectations. This blog post examines the future of hospitality, highlighting trends like personalisation, sustainability, and the impact of AI and ML. It also discusses the crucial role of hospitality specialists in navigating this evolving