



сервис

розовая

Ланна Камиллина

книга

класса

менеджера

ЛЮКС

Ланна Камилина

**Сервис класса люкс.
Розовая книга менеджера**

«Альпина Диджитал»

2020

Камилина Л.

Сервис класса люкс. Розовая книга менеджера / Л. Камилина —
«Альпина Диджитал», 2020

ISBN 978-5-9614-3938-0

Сервис класса люкс – это нечто большее, чем просто услуга, это возвышенность мысли, утонченность чувств, красота исполнения. Ланна Камилина около 20 лет работает в сервисном обслуживании и почти половину из них – управляющим арт-менеджером и тренером персонала. В изящной форме она рассказывает об особенностях работы в этом бизнесе, о конфликтах и перспективах, об искусстве создания атмосферы изысканности и умении продавать мечту.

ISBN 978-5-9614-3938-0

© Камилина Л., 2020
© Альпина Диджитал, 2020

Содержание

Книга посвящается	6
Слова признательности	7
От автора	8
Причинность	9
Желание	12
Конец ознакомительного фрагмента.	15

Ланна Камилина

Сервис класса люкс.

Розовая книга менеджера

Редактор *Н. Барановская*

Технический редактор *А. Бохенек*

Корректор *Е. Алешина*

Компьютерная верстка *Е. Захарова*

Художник макета *М. Соколова*

© Камилина Ланна, 2005.

© Камилина Ланна, обложка, дизайн-макет, 2005.

© Оформление. ООО «Альпина Бизнес Букс», 2005.

Все права защищены. Данная электронная книга предназначена исключительно для частного использования в личных (некоммерческих) целях. Электронная книга, ее части, фрагменты и элементы, включая текст, изображения и иное, не подлежат копированию и любому другому использованию без разрешения правообладателя. В частности, запрещено такое использование, в результате которого электронная книга, ее часть, фрагмент или элемент станут доступными ограниченному или неопределенному кругу лиц, в том числе посредством сети интернет, независимо от того, будет предоставляться доступ за плату или безвозмездно.

Копирование, воспроизведение и иное использование электронной книги, ее частей, фрагментов и элементов, выходящее за пределы частного использования в личных (некоммерческих) целях, без согласия правообладателя является незаконным и влечет уголовную, административную и гражданскую ответственность.



Книга посвящается

Тем, чьи амбиции находятся в области своей профессии, тем, кто хочет развить свои способности и достичь высокого мастерства в любимом деле. Она написана для тех, кто нуждается в новом взгляде на сервисную политику и хочет работать в местах класса люкс, для тех, кто любит дарить и ухаживать.

Она адресована тем, кому хотелось бы научиться легко пользоваться услугами высокого обслуживания и кто хочет стать еще лучше, сделать свою жизнь радостнее и помогать в этом другим.

Слова признательности

Я благодарна всем моим учителям, которые с любовью передавали свои знания.

Моему любимому мужу за увлекательный путь вместе.

Спасибо сотрудникам салона красоты «Ланна Камилина».

Моим друзьям и партнерам, с которыми я непременно выпью бокал шампанского и разделю свою радость.

Ю. Б. Гиппенрейтер, Шив Чарану Сингху, Карте Сингху.

Всем, идущим к простой истине через работу души и разума.

Всем, кто делает мир красивым!

С любовью, Ланна

От автора

Книга «*Сервис класса люкс*» написана легким и доступным языком, тезисы, приведенные в ней, звучат, как простые мантры. После каждой мысли сохраняется пространство, как воздух, разделяющий мгновения, позволяющие осмыслить и прочувствовать настоящее. Текст рекомендуется читать не спеша, с паузами, с неким погружением и «*отработкой*» заданий. Для кого-то все покажется легким и понятным. А кому-то смысл некоторых фраз откроется после повторных прочтений. Может быть, через некоторое время. Каждый из нас найдет свой смысл. Вы можете начинать свое чтение с любой главы, потому что в каждой из них есть взаимосвязь с остальными. Все взаимосвязано.

Книга может стать «*настольной*», хотя я бы написала «*постельной*», потому что чаще всего я читаю книги в постели. Эта книга может дать силу и спокойствие, уверенность и гармонию в мыслях и действиях. Кому-то она даст знания хороших манер и умение не только оказывать услуги класса люкс, а и умение ими изящно пользоваться. А кому-то придаст дополнительную уверенность в проявлениях уже имеющихся знаний. Для кого-то она станет «*розовой книгой менеджера*» – менеджера компании или менеджера своей жизни.

Добро пожаловать в красоту и удовольствие атмосферы сервиса класса люкс!

Ланна Камилина

Причинность

Когда я написала эту книгу, мне исполнилось 35 лет, 18 из них я посвятила бизнесу сервисного обслуживания, и вот уже 8 лет работаю управляющим арт-менеджером и тренером персонала класса *люкс*. В последнее время я готовлю не только сотрудников по работе с клиентами, но и менеджеров по управлению персоналом. Я комбинирую корпоративные тренинги с персональными, что позволяет постоянно развивать личные способности каждого.

Свои наблюдения, познания, достижения мне захотелось сделать открытыми и полезными для многих. Поначалу моих партнеров смущало, не воспользуются ли этой информацией конкуренты по бизнесу? Но после мы решили, что нужно больше беспокоиться об общей ситуации сервисной политики в России и о развитии мотиваций для *нового уровня* обслуживания.

Мотивации развиваются. Ими теперь становятся не только *чаевые*, но и ответственное представление корпоративной философии. На первый план выходит формирование новых правил культуры общения людей. Ведь от того, как общаются во время обслуживания, зависит настроение клиентов, которое последовательным образом передается и другим людям. Так, мотивацией нового поколения людей сервиса, кто выбрал своей профессией соприкосновение с человеком, становится особая гуманная ответственность за психологический и эмоциональный настрой социума.

Движение к гармонии и красоте общения соприкосновенно с движением к *самосовершенствованию*. И так образуется волшебная связь взаимответственности всего того, что происходит внутри нас и вокруг во всем мире.

Всегда существует повышенная требовательность к тому, за что мы платим. Сейчас в России наступил тот момент, когда качество покупаемого продукта нас устраивает, а вот сопровождающее обслуживание еще не всегда удачно. Скорость появления высококлассных брендов выше, чем скорость приобретения новых навыков их высокопрофессионально представлять. Профессионализм в этом виде сервиса повысил бы потребительский спрос в России, а пока из-за отсутствия высокого и приятного уровня обслуживания многие покупают дорогие вещи в иностранных магазинах, обогащая экономику других стран, где техника демонстраций и продаж возведена в церемонию погружения в атмосферу роскоши и возвышения покупателей.

Исторически складывалось так, что сервисное обслуживание в России зависело от количества оставляемых клиентом денег. «*Сколько оставили – на столько в следующий раз обслужим!*» Хороших мест было не так много, как сегодня, и состоятельные клиенты «*покупали*» персональное обслуживание и повышенное внимание к своей персоне. Такая традиция в обслуживании появилась в России под влиянием Ближнего Востока. Так, в восточной культуре «*чаевые*» называют «*бакиши*», о сумме которого с гостем не стесняются торговаться.

Это опасное изменение в сознании работников сферы обслуживания России последние десять лет распространилось и во все престижные места мира. Примером может послужить симпатичное французское местечко *Courchevel*, стабильность высокого обслуживания которого пострадала от экстраординарных чаевых гостей из России. Теперь не менее обеспеченные гости тех мест лишены должного и постоянного внимания со стороны персонала, так как по-прежнему оставляют чаевых столько, сколько принято для людей высшего общества. Правильно поданные чаевые считаются проявлением вежливости и определяют уровень цивилизации. Хорошие традиции, к сожалению, можно легко испортить.

Манера «*покупать*» чаевыми персональное обслуживание ведет к тому, что менеджеры и владельцы компаний не могут найти более «*выгодных*» мотиваций для своих сотрудников. Приходится «*портиться*» дальше, потому что в Европе не так просто уволить сотрудника, даже который стал служить не компании в целом, а «*временному хозяину*». Плохие привычки и

манеры некоторых богатых людей из России наносят серьезный урон общей сервисной политике класса люкс во всем мире.

От этого иногда страдают финансово и сами люди из России, и все, говорящие на русском языке. Так, например, как только работники престижных заведений слышат русскую речь, они настойчиво начинают предлагать только самое дорогое. Но все самое дорогое – это еще не *гарантия* хорошего вкуса. В ресторанах высокой категории в Европе может оказаться, что, например, бутылка вина из карты вин «*Chateau Margaux Grand Cru Classe*» 1997 года за 450 евро непременно отсутствует. Ее наличие могут скрыть от русскоговорящих посетителей. Будет предложено только «*Chateau Margaux 1er Grand Cru Classe*» 1988 года за 1200 евро. Таким образом, общение на русском языке стало стоить дорого. Иногда даже слишком. Но, кто формирует привычки, именно тот и способен их изменить.

В Японии, Стране восходящего солнца, где каждый житель в силу традиционного мышления убежден, что всякий должен выполнять свою работу наилучшим способом, благодарность в виде чаевых воспринимается как оскорбление.

В истории Англии слово «*tips*» (чаевые) образовалось от сокращенного «*to insure promptness*», что означает «*чтобы обеспечить быстроту*». Записочку с такими словами джентльмен XVIII века передавал хозяину трактира вместе с монеткой, стимулирующей его внимательность.

В царской России степень гостеприимства и теплых отношений в высоких кругах определялась «*распитием вместе чаю*». Слово «*на чайные*» появилось, как теплое отношение к тому, кто приятен, но с кем пить чай «*по уровню не положено*».

Во Франции во времена правления королей этот способ благодарности назывался «*douceur*», то есть нежность, сладость. Дополнит понимание еще перевод подобных этому слов: «*doue*» – одаренный и «*douer*» – одарять.

Разве можно купить теплое отношение и продолжительное чувство радости? Эти чувства можно только подарить или быть ими одаренными.

Россия – богатая страна. И когда-то она была богата привычками и манерами богатых людей. Привычки говорят о материальном состоянии, а манеры – о его происхождении.

Всем современным состоятельным людям я хочу пожелать добавить к своему портмоне еще немного обаяния. Освободиться от власти денег и научиться располагать к себе людей, чтобы они запоминали лично гостя и симпатизировали ему, а не оставляемой им сумме. Красивые манеры и естественная доброжелательность притягивают и покоряют.

Этой книгой мне хочется обогатить представление людей о бизнесе сервисного обслуживания и, может быть, изменить понимание своей работы его представителей, относясь к ней, как к исполнению некой *миссии* хорошего настроения, создания благоприятной атмосферы в обществе.

Идеи в книге помогут тем, кто только начинает работать в этом бизнесе, и профессионалам, которые хотят развиваться и понимать тайны успеха в жизни и бизнесе. С помощью них можно развить собственные мысли и стать более уверенными в своих действиях.

Пусть выполнение трудовых обязанностей будет подобно основному блюду, а общение с клиентами станет самым приятным и драгоценным десертом!

Большая часть книги посвящена осознанию наших чувств и умению ими пользоваться. Осознанию того, кем мы являемся, нравится ли нам то, что мы делаем, и как можно это изменить.

Можно открывать много красивых мест и делать большие инвестиции. Но настоящий успех любого предприятия зависит от истинной цели его создания и от людей, которые создают атмосферу, историю места. Удача в деле находится в прямой зависимости от инвестиций чувств и интеллекта, от инвестиций любви и разума. От желания воплотить свою мечту.

Западные менеджеры могут научить российский персонал технике обслуживания, формированию полномочий и ответственности. Вместе с тем им довольно сложно понять и тем более правильно скорректировать профессиональную лексику и жесты. Для этого нужно знать психологические и исторические предпосылки взаимоотношений между людьми, сложившихся в стране в течение столетий. Любая корпоративная «*религия*» формируется изнутри, а не из внешних приобретений, подобию и соответствий. Из иностранных менеджеров и ведущих специалистов работать с российским персоналом могут только те, кто любит Россию и все, что с нею связано. Иначе даже стоимость контракта не заставит здесь надолго задержаться. Россия – для людей новой формации.

Качество услуг меняется с ростом внутреннего менеджмента, который способен взять все самое лучшее из культуры разных стран и создать свой новый, обаятельный, неповторимый и одухотворенный сервис.

Россия – особенная страна по месторасположению и развитию, где сохраняется восточная мудрость с тонким языком жестов и европейская свободная демонстрация манер. Понять ее и себя могут помочь путешествия по всему миру. Это место с особым шармом, искренним обаянием и теплым радушием, которые проникают внутрь и всецело захватывают. После более близкого знакомства и приближения к ней и ее людям понимаешь *силу природы* или в переводе, как говорят французы, *la force de la nature*.

Сервис уровня класса люкс в России в ближайшие десятилетия превратится в новую совершенную модель обслуживания. Эта модель сейчас создается *на основе* лучших примеров сервиса всех стран.

Перемены в России происходят параллельно изменению мышления и желаний людей. Мы изменяем качество жизни своими потребностями.

Современный люкс становится поистине космополитическим явлением. Новые «*люксовые*» качества формируются с новым изяществом.

Люкс – это возвышенность мысли, утонченность чувств, красота исполнения.

Мы рождаемся с внутренним стремлением к совершенству. Мы все нуждаемся в хорошем качестве жизни и общения. Надеюсь, что книга поможет понять, как мы сами можем изменить и создать собой то пространство, в котором все становится лучше.

Все зависит от нас!

Эта фраза струится шелковой лентой по строчкам всей книги, обвивая слова и придавая им легкость понимания.

Все зависит от нас.

Желание

Конечно, легко приобрести игривую, непринужденную манеру общения, когда в обществе есть привычки здороваться друг с другом, заходя в лифт, придерживать дверь, улыбаясь перед последующим входящим со словами «*пожалуйста*», «*прошу Вас*» и слышать в ответ «*спасибо*» или «*благодарю Вас*». Когда можно покупать свежие круассаны, булочки, прессу перед завтраком и мило поболтать с продавщицей об утреннем солнышке или о его отсутствии. Когда завязываются простые и теплые, ни к чему не обязывающие отношения людей. Когда можно получать радость от простого общения. И не важно, какие они, те, кто встречаются на нашем пути.

Важно, какие мы. Важно, как мы реагируем и воспринимаем жизнь. Жизнь, которая создана для нас.

Только *желание* как естественная природная необходимость окружать себя приятным обществом наделяет нас правом выбора или создания именно того внутреннего экологического климата, в котором проявляются своей красотой наши лучшие качества.

Желание попасть в хорошее общество – ничто иное как желание создать через себя то окружение, в котором мы нуждаемся. Пара фраз ни о чем, комплимент, откровенность первой мысли, пришедшей неожиданно, является *движением* к красивой жизни, которую мы создаем сами внутри себя.

Пришло время ответить себе на три вопроса:

Желаете ли Вы жить красивой жизнью?

Желаете ли Вы окружить себя жизнью класса люкс?

Желаете ли Вы развить и возвысить свои способности, чтобы уметь создавать и влиять на сервис услуг?

Если трижды ответили «да», то продолжайте сохранять *желание* читать дальше.

Посвящение времени для себя на некоторое время полезно для внутреннего комфорта и гармонии. Это подарок. Побывать наедине с собой, чтобы ощутить значимость своей жизни и желаний. Чтобы соединиться со своей внутренней силой и окрепнуть, чтобы стать способным осуществить свои желания.

Поток информации и ритм, в котором мы живем, отвлекают наше внимание от того, что происходит именно сейчас, в данную минуту, которая моментально пройдет. *Она есть, и вот ее уже нет.* Мы не замечаем того, что, может быть, сейчас для нас самое *важное*. Мы либо думаем о будущем, либо вспоминаем вчерашний день. И неожиданно замечаем, что время пролетает быстро и мы не успеваем сделать чего-то главного для себя, о чем в глубине души тайно мечтаем.

Нас отвлекают или мы так легко отвлекаемся из опасения что-нибудь пропустить мимо себя? Что именно мы боимся упустить? Если мы знаем это, то не потратить ли для поиска или обладания *этим* свое время?

Мы *сами* знаем, что нам нужно, для того чтобы быть счастливыми и использовать способности, с которыми мы появились на свет.

Все самое важное придет к нам именно в тот момент, когда мы будем готовы принять *это*. И путь от одного *важного* к новому *важному* – это некая *репетиция* способностей, как удачным образом воспользоваться предстоящей возможностью.

Все вокруг наилучшим способом создано для нас, и этим нужно удачно пользоваться. *Этому*, не отвлекаясь на сомнения и лень, сравнения и осуждения, возобновляя внимательность, учатся во все периоды своей жизни.

Стремящиеся к переменам чаще ищут изменения извне. И, как правило, их там не находят. Все самое полезное и необходимое оказывается всегда рядом. Нужно только обратить на это внимание и воспользоваться им.

Все в нас самих. И очищая климат своих мыслей и внутреннюю экологию чувств, мы освежаем новыми красками и звуками мир вокруг себя. Картина мира меняется от внутренней проекции на нее.

Наши мысли и чувства, хозяевами которых мы являемся, могут изменить представление о том, что происходит в реальности. Что мы думаем, то и есть на самом деле.

Человек, делающий что-либо с основной идеей или высоким смыслом, за что бы он ни взялся, все с ним происходит красиво. Идея его питает и дает уверенность. Все остальное – моменты удовольствия при достижении цели.

Цените каждую минуту жизни. Осознавайте себя здесь и сейчас. От того, что и как мы делаем в настоящий момент, зависит наше будущее. Важно не только *что* мы делаем, но и *то как* мы это делаем. От этого зависит *качество* нашего будущего.

Первое условие быть счастливыми и притягивать к себе удачу – это всегда улыбаться. И это *основное условие* сохранения и развития состояния счастья. Это маленькая хитрость, с помощью которой мы можем обмануть свой мозг.

Улыбкой мы запускаем ему информацию о том, *что все хорошо*. И тогда он, верный компьютер и секьюрити наших мыслей, больше не проявляет настойчивую заботу и опасение за нас в виде мыслей о предосторожности и защите. Он дает нам полную свободу смело начинать думать, позволяет свободно мечтать, активно проявлять все свои несравненные качества. Он успокаивается. И мы можем быть такими, какими *нам* хочется.

Человек, делающий что-либо
с основной идеей или
высоким смыслом,
за что бы он ни взялся,
все с ним происходит *красиво*.

Улыбайтесь!

Улыбка – лучшее украшение и подтверждение уверенности.

Улыбка – это направление мыслей к радости и спокойствию, это начало *управления* своими возможностями.

Нужно осмелиться преодолеть свои опасения, вступить в неизвестность, пройти через нее, чтобы понять, что жизнь продолжается. А может быть, *начинается* снова, с нового пространства и будет еще увлекательнее!

И мы начинаем совершать такие поступки и делать жесты благородства, от которых сами испытываем удовольствие.

Мозг должен быть нашим союзником, а не превращать нас в своего исполнительного раба, отправляя нам информацию о страхах. Мы самостоятельно и ответственно выбираем, о чем нам думать: о плохом или хорошем. Мы сами признаем для себя, кто господин.

Позитивность мысли наполняет нас положительной энергией, дающей силы делать что-нибудь хорошее для себя и других. То, что совершенным способом создано внутри нас, должно дариться свободно всем с любовью. Это – как быть проводником прекрасного, что создает природа, чем владеют люди.

Отдавая хорошие эмоции и энергию, мы *увеличиваем* резервуар для получения новых позитивных чувств и мыслей.

Человек, научившийся выбирать направление и качество мыслей, имеет силу качественно менять и развивать свою жизнь.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.