



Tom F. e Shane A. receberam serviços inadequados de um hotel no sudoeste dos Estados Unidos e decidiram criar uma representação de *slides* no PowerPoint como forma de liberarem suas frustrações. A intenção foi abrir um canal para a crônica do "tratamento ruim" que receberam em um hotel Doubletree Inn quando estavam em viagem de negócios. Os dois enviaram a apresentação a dois gerentes

do hotel, a dois clientes da cidade em que fica o hotel e à sogra de Shane. No intervalo de um mês, a apresentação – intitulada "Seu hotel é muito ruim" – havia circulado em todo o planeta. Em consequência disso, os consultores de Seattle receberam mais de 9 mil mensagens, oriundas dos seis continentes, e a experiência virou reportagem do jornal *USA Today*.

O problema começou naquela madrugada de novembro, quando os dois homens, com sua chegada atrasada ao hotel (que pertence à rede Hilton) em função de um voo também atrasado, entraram na recepção às duas horas da manhã com uma confirmação de reserva e uma garantia de cartão de crédito para atrasos. Infelizmente, o hotel estava cheio e os quartos reservados haviam sido oferecidos a outros hóspedes, poucas horas antes. Mesmo desapontados, os dois compreenderam a situação. "Essas coisas acontecem, e não esperamos milagres", lembra Tom. Porém, como portador de um cartão VIP Gold Hilton HHonors que havia acumulado 100 mil milhas de viagem de negócios no ano anterior, Tom e seu companheiro de viagem Shane esperavam por um pedido de desculpas e uma solução imediata do recepcionista da noite, que mais tarde chamariam de "porteiro noturno Mike". Em vez disso, tal como afirmam na apresentação, eles receberam "insolência somada a insulto" e, por fim, dois quartos para fumantes em uma "espelunca" de um hotel, vários quilômetros distante (e 15 minutos mais longe) da área da cidade em que eles teriam uma reunião na mesma manhã.

Quando os dois viajantes decepcionados voltaram a Seattle, eles detalharam suas frustrações por meio de gráficos e análises estatísticas. ("A chance de morrer em uma banheira é de 1 em 10.455, de ganhar na loteria britânica é de 1 em 13.983.816. A chance de voltarmos ao Doubletree: menor que as outras.") Após os dois terem criado e enviado a apresentação de *slides* por e-mail aos gerentes do hotel, eles encorajaram as três outras pessoas a quem enviaram a mensagem a "compartilharem com alguns de seus amigos",

imaginando que poucos viajantes receberiam a apresentação. Em vez disso, a resposta "foi além de nossos maiores sonhos", disse Tom. Com o passar do tempo, diversas reportagens sobre o assunto apareceram no *The Wall Street Journal*, na revista *Forbes*, na rede de TV MSNBC e na *Travel Weekly* – sem a participação dos dois – com base em uma página de perguntas e respostas que os dois haviam criado devido às indagações que recebiam sobre a experiência com o hotel.

Tom e Shane receberam centenas de pedidos de escolas de administração e de empresas do setor de hotelaria para que permitissem a utilização da apresentação como exemplo de "serviço ao cliente que saiu completamente errado". Além do apoio de pessoas que simpatizaram com eles, o Hilton ofereceu uma estada de duas noites grátis em qualquer hotel da rede. Tom e Shane recusaram a oferta em troca de uma doação de \$1.000 a uma instituição de caridade local, a Toys for Tots, e encorajaram seus "fãs" a fazerem o mesmo em situações semelhantes àquela que presenciaram. A gerência do hotel também apresentou a eles uma lista de ações para melhorar o treinamento dos funcionários e as políticas de reservas. Todas essas atitudes ocorreram simplesmente porque dois homens documentaram suas frustrações e as disponibilizaram a alguns amigos via Internet!

Fonte: L. Bly, "Online Complaint about Bad Hotel Scores Bull's-eye", *USA Today*, January 4, 2002, p.D6. © 2002 Gannett. Todos os direitos reservados. Reproduzido com permissão e proteção da Lei de Direitos Autorais dos Estados Unidos. É vedada a impressão, cópia, redistribuição ou retransmissão deste conteúdo sem autorização expressa e por escrito.