

Τ. Ε. Ι ΠΑΤΡΩΝ

ΣΧΟΛΗ: ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

ΤΜΗΜΑ: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ: ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ FRONT OFFICE

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: κ. ΚΑΠΕΡΩΝΗ ΜΑΡΙΑ

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑΣ: ΣΟΥΛΟΥ ΜΑΡΙΑ

ΠΑΤΡΑ 2008

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ:

<u>1.</u>	ΠΕΡΙΛΗΨΗ	ΣΕΛ. 3
<u>2.</u>	ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΤΜΗΜΑ ΤΟΥ FRONT OFFICE	ΣΕΛ. 6
<u>3.</u>	ΠΡΟΛΟΓΟΣ	ΣΕΛ.8
<u>4.</u>	ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ	ΣΕΛ. 10
<u>5.</u>	ΥΠΟΔΟΧΗ	ΣΕΛ. 11
<u>6.</u>	ΤΜΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ ΤΗΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ	ΣΕΛ. 12
<u>7.</u>	ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΘΕ ΤΜΗΜΑΤΟΣ	ΣΕΛ. 16
<u>8.</u>	ΧΩΡΟΤΑΞΙΚΗ ΔΙΑΤΑΞΗ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ	ΣΕΛ. 21
<u>9.</u>	ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ	ΣΕΛ. 22
<u>10.</u>	ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΥΠΟΔΟΧΗΣ	ΣΕΛ. 24
<u>11.</u>	ΠΡΟΣΩΝΤΑ ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΥ ΥΠΟΔΟΧΗΣ	ΣΕΛ. 27
<u>12.</u>	ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΤΗΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ	ΣΕΛ. 28
<u>13.</u>	ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ	ΣΕΛ. 30
<u>14.</u>	ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΚΑΘΗΚΟΝΤΩΝ	ΣΕΛ. 31
<u>15.</u>	ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΜΟΣ ΠΟΥ ΔΙΔΕΤΑΙ ΣΤΟ ΠΕΛΑΤΗ Η ΣΤΗ ΚΡΑΤΗΣΗ ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΠΛΗΡΩΜΗΣ ΤΟΥ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ	ΣΕΛ. 47
<u>16.</u>	ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΓΚΗ ΤΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ	ΣΕΛ. 48
<u>17.</u>	ΕΛΚΥΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΘΕΣΗΣ	ΣΕΛ. 53
<u>18.</u>	ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ - ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΟΝΤΑΣ ΠΑΡΑΠΟΝΑ	ΣΕΛ. 54
<u>19.</u>	ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ ΜΕ ΤΑ ΥΠΟΛΟΙΠΑ ΤΜΗΜΑΤΑ	ΣΕΛ. 59
<u>20.</u>	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΣΕΛ.61 ΣΕΛ.63
<u>21</u>	ΠΗΓΕΣ	ΣΕΛ.78

ΠΕΡΙΛΗΨΗ:

Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, των οποίων η επιχειρηματική δραστηριότητα βασίζεται στη παροχή υπηρεσιών διαμονής, επικεντρώνουν το ενδιαφέρον τους και καθορίζουν σαν στόχο τους την απόλυτη ικανοποίηση των πελατών τους από την φιλοξενία που θα τους παρέχουν.

Για το λόγο αυτό, το τμήμα της υποδοχής θεωρείται τμήμα στρατηγικής σημασίας, αφού μέσα από την οργάνωση και τη λειτουργία του, επιχειρείται η επίτευξη του στόχου « επιτυχής διαμονή ».

Οι βασικότεροι στόχοι του τμήματος υποδοχής αλλά και ολόκληρης της ξενοδοχειακής επιχείρησης είναι:

- Ø Η μέγιστη δυνατή διαθεσιμότητα των δωματίων, και
- Ø Η πλήρης εξυπηρέτηση των πελατών της ξενοδοχειακής μονάδας.

Συχνά λέγεται ότι η υποδοχή είναι το ξενοδοχείο, διότι:

- Ø Είναι η υπηρεσία με την οποία έρχεται σε επαφή ο πελάτης
- Ø Είναι το κέντρο πληροφόρησης του πελάτη κατά την διάρκεια της διαμονής του και
- Ø Είναι το τελευταίο σημείο από το οποίο αναχωρεί ο πελάτης.

Ο χώρος όπου λειτουργούν οι υπηρεσίες υποδοχής, πρέπει να βρίσκεται μετά την κεντρική είσοδο στο χωλ του ξενοδοχείου, σε σημείο εμφανές, ώστε να ανευρίσκεται πολύ εύκολα από τον κάθε εισερχόμενο.

Επίσης, να είναι πολυτελής και εντυπωσιακά διακοσμημένος.

Για την άρτια εξυπηρέτηση των πελατών, η υποδοχή, πρέπει να διαθέτει τα παρακάτω τμήματα:

- Ø Υποδοχής
- Ø Πληροφοριών και αλληλογραφίας
- Ø Κρατήσεων
- Ø Τήρηση λογαριασμών πελατών
- Ø Ταμείου
- Ø Τηλεφωνικού κέντρου.

Η σύνθεση του προσωπικού που πλαισιώνει τις υπηρεσίες της υποδοχής, εξαρτάται από την δυναμικότητα του ξενοδοχείου, την κατηγορία του, ή τον τύπο του καταλύματος. Ένας άλλος αστάθμητος παράγοντας, για ορισμένες τουριστικές περιοχές, είναι η κίνηση της τουριστικής σεζόν.

Οι εργαζόμενοι αντανakλούνε την εικόνα του ξενοδοχείου, μέσα από την δική τους εμφάνιση και συμπεριφορά.

Ένας υπάλληλος υποδοχής επιλέγεται για τις γνώσεις του, για τις επαγγελματικές του ικανότητες και για την κοινωνική του συμπεριφορά. Όμως, δεν είναι απαραίτητο να διαθέτει και καλό γούστο σε ότι αφορά τις ενδυματολογικές του απόψεις και προτιμήσεις.

Οι ξενοδόχοι, οι οποίοι έχουν αντιληφθεί πόσες σημαντικές είναι οι επιδράσεις που μπορεί να έχει στους πελάτες η εξωτερική εμφάνιση των υπαλλήλων τους, αναλαμβάνουν οι ίδιοι ή αναθέτουν σε ειδικούς την επιμέλεια τους και τους παρέχουν και ειδικές στολές.

Το επιθυμητό αποτέλεσμα όμως, επηρεάζεται από την ψυχολογική διάθεση των υπαλλήλων οι οποίοι πρέπει να αισθάνονται όμορφοι, αξιοπρεπείς και να νιώθουν άνετα μέσα στις φορεσιές τους.

Ένα απαραίτητο στοιχείο, ειδικά για τους νέους υπαλλήλους που προσλαμβάνονται στην υποδοχή, είναι, να αναλώνουν ένα χρονικό διάστημα για ενημέρωση και εκπαίδευση στα καθήκοντα της θέσης για την οποία προσλήφθηκαν. Εκτός από τους νέους υπαλλήλους στην υποδοχή, προγράμματα εκπαίδευσης καλούνται να παρακολουθούν όλοι οι εργαζόμενοι στο τμήμα και ένας βασικός λόγος που επιβάλλεται αυτό είναι η εφαρμογή νέων μεθόδων και τεχνικών δεξιοτήτων, οι οποίες στοχεύουν στη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών από το τμήμα.

Τα ξενοδοχεία είναι σύνθετες επιχειρήσεις που χωρίζονται σε ξεχωριστά λειτουργικά τμήματα.

Τα τμήματα αυτά έρχονται καθημερινά σε επαφή το ένα με το άλλο, επιπλέον αποσπούν από την υποδοχή απαραίτητες πληροφορίες.

Ορισμένα από τα τμήματα που συνεργάζεται η υποδοχή είναι:

- ∅ Το τμήμα marketing και πωλήσεις
- ∅ Το τμήμα ορόφων
- ∅ Τα τρόφιμα και τα ποτά
- ∅ Μπανκέ , και
- ∅ Ασφάλεια.



ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΤΜΗΜΑ ΤΟΥ FRONT OFFICE:

Τα πανδοχεία αρχικά διέθεταν χώρο υποδοχής. Όταν έφθαναν οι ταξιδιώτες μπορούσαν να βρουν τον πανδοχέα στην ταβέρνα του πανδοχείου, και εκεί να κλείσουν τη συμφωνία παραμονής τους, να πληρώσουν και να ξαναβρουν τον πανδοχέα στην περίπτωση που προέκυπτε κάποια ανάγκη.

Στη συνέχεια πρώτα τα ελβετικά ξενοδοχεία διαμόρφωσαν έναν ειδικό χώρο υποδοχής πελατών, ο οποίος ήταν επιφορτισμένος και με το έργο διαχείρισης υπνοδωματίων.

Η εξέλιξη των μεθόδων των ελβετικών ξενοδοχείων κατέληξε σε ένα σύστημα προσαρμοσμένο στο αυξημένο μέγεθος των ξενοδοχειακών μονάδων. Η υποδοχή επιφορτίστηκε με ένα σύνολο σοβαρών για ένα ξενοδοχείο καθηκόντων, όπως:

- Ø Οι κρατήσεις των δωματίων.
- Ø Η υποδοχή των αφικνούμενων πελατών.
- Ø Η παρακολούθηση της κίνησης των παραμενόντων πελατών.
- Ø Η τήρηση ενός συστήματος παρακολούθησης των λογαριασμών των πελατών.
- Ø Η ενημέρωση των τμημάτων ορόφων, μαγειρείου και εστιατορίου για την προβλεπόμενη κίνηση πελατών.
- Ø Η διαχείριση των κλειδιών των δωματίων πελατών.
- Ø Η ενημέρωση αστυνομικών δελτίων παρακολούθησης της κίνησης των πελατών.
- Ø Η ενημέρωση βιβλίων και στοιχείων φορολογίας.
- Ø Η είσπραξη των οφειλών των αναχωρούντων πελατών.
- Ø Η πληροφόρηση των πελατών.
- Ø Η φύλαξη μηνυμάτων από και για τους πελάτες.
- Ø Η φύλαξη τιμαλφών των πελατών.
- Ø Η εξυπηρέτηση των πελατών σε διάφορα θέματα, όπως κρατήσεις εισιτηρίων, ενοικιάσεις αυτοκινήτων, κλήσεις ταξί, αγορά εφημερίδων ή τσιγάρων, κ λ. π.
- Ø Η τηλεφωνική εξυπηρέτηση των πελατών.

- Ø Η παρακολούθηση της κίνησης προς και από τα δωμάτια. Το front office αποτελεί το κεντρικότερο τμήμα των ξενοδοχείων και λύνει μεγάλο αριθμό από τα οργανωτικά τους προβλήματα.



ΠΡΟΛΟΓΟΣ :

Στις, ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, αλλά και σε κάθε άλλης μορφής τουριστικό κατάλυμα, η οργανωτική δομή και η αποτελεσματική λειτουργία του τμήματος υποδοχής τους έχει αναδειχθεί σε κύριο και καθοριστικό παράγοντα επιτυχίας.

Η αποδοτική οργάνωση της διάθεσης των προσφερόμενων υπηρεσιών, σε συνδυασμό με την άψογη συμπεριφορά του στελεχιακού δυναμικού της υποδοχής, αποτελούν το σημαντικότερο περιτύλιγμα του προϊόντος που παρέχουν οι τουριστικές επιχειρήσεις διαμονής. Η παραδοσιακή μορφή οργάνωσης της υποδοχής βρίσκεται σε μια κρίσιμη καμπή μετεξέλιξής της, με στόχο την προσαρμογή της στις σύγχρονες τεχνολογικές ανάγκες και στις νέες αντιλήψεις και επιθυμίες της πελατείας.

Ο έντονος ανταγωνισμός, οι διαρκώς αυξανόμενες απαιτήσεις των πελατών για βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών και η εισβολή της ηλεκτρονικής τεχνολογίας στο χώρο της τουριστικής βιομηχανίας είναι μερικοί από τους λόγους που αναγκάζουν τους ξενοδόχους να εκσυγχρονίσουν τα τμήματα υποδοχής, ώστε να εναρμονιστούν και να ανταποκριθούν στα νέα δεδομένα της ζήτησης.

Η μαγεία που είχαν τα ταξίδια στις προηγούμενες δεκαετίες, έχει παρέλθει οριστικά. Το μοντέλο του τουρίστα που προγραμματίζει τις ετήσιες καλοκαιρινές διακοπές του από την αρχή του έτους, συγκεντρώνοντας πληροφορίες και διαφημιστικά φυλλάδια για τον τόπο προορισμού του, τείνει να εξαλειφθεί στις μέρες μας.

Σήμερα παρέχονται ευκαιρίες για ταξίδια σε εκατομμύρια ανθρώπους, πολύ συχνότερα από ότι πριν μερικά χρόνια , οι οποίοι μπορούν εύκολα και σύντομα να έχουν ένα πλήθος πληροφοριών για κάθε περιοχή του πλανήτη, ενώ εξίσου εύκολα μπορούν να την επισκεφτούν. Η τηλεόραση, τα διεθνή κέντρα πληροφοριών, το διαδίκτυο του Internet, τα σύγχρονα αεροπλάνα και πλοία, καθώς και οι μεγάλοι αυτοκινητόδρομοι, διατίθενται στην υπηρεσία του τουρίστα, μέσα σε μία ανταγωνιστική αγορά που μειώνει το κόστος μετακίνησης και διαμονής.

Επί πλέον, οι τουρίστες σήμερα διαθέτουν μεγαλύτερη εμπειρία σε ότι αφορά την ποιότητα υπηρεσιών που τους παρέχεται, ενώ ταυτόχρονα έχουν το πλεονέκτημα της σύγκρισης, που τους κάνει να είναι ιδιαίτερα απαιτητικοί.

Ο πελάτης που διαμένει σε κάποιο ξενοδοχείο απαιτεί το προϊόν που αγοράζει να είναι διαφορετικό από αυτό που αγοράζουν οι άλλοι. Ενοχλείται όταν τον αντιμετωπίζουν σαν νούμερο δωματίου ή σαν ένα μέλος κάποιου group και επιθυμεί να του συμπεριφέρονται σαν ιδιαίτερης σπουδαιότητας προσωπικότητα.

Απαιτεί γρήγορη εξυπηρέτηση σε όλες τις φάσεις διαμονής του (κράτηση, άφιξη, παραμονή και αναχώρηση).

Αναζητά την παραδοσιακή αυθόρμητη φιλοξενία και όχι την ψυχρή επαγγελματική ευγένεια. Για τους παραπάνω λόγους, οι ξενοδόχοι και τα διοικητικά στελέχη τους αντιλήφθηκαν την αναγκαιότητα να μεταλλάξουν τις εμπειρικές μεθόδους που μέχρι σήμερα εφάρμοζαν στην οργάνωση και λειτουργία του τμήματος υποδοχής, σε συστήματα ορθολογικά δομημένα πάνω σε τεχνολογικές και τεχνικές δεξιότητες και πρακτικές, οι οποίες επιφέρουν αύξηση της αποτελεσματικότητάς του.



]

Παράλληλα αναζητούν κατάλληλα και άρτια εκπαιδευμένα άτομα τα οποία θα ανταποκριθούν επάξια στις αυξημένες απαιτήσεις τους.

ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ :

Οι ξενοδοχειακές και παραξενοδοχειακές επιχειρήσεις καταλυμάτων, όπως ξενοδοχεία, μοτέλ, κάμπινγκ, τουριστικοί οικισμοί, ενοικιαζόμενα δωμάτια, επιπλωμένα διαμερίσματα κ. α., των οποίων η επιχειρηματική δραστηριότητα βασίζεται κατά μέγιστο βαθμό στην παροχή υπηρεσιών διαμονής, επικεντρώνουν το ενδιαφέρον τους και καθορίζουν σαν στόχο τους την απόλυτη ικανοποίηση των πελατών τους από την φιλοξενία που θα τους παρασχεθεί. Για το λόγο αυτό, το τμήμα της υποδοχής θεωρείται τμήμα στρατηγικής σημασίας, για κάθε μια από τις προαναφερθείσες τουριστικές επιχειρήσεις, αφού κυρίως μέσα από την οργάνωση και τη λειτουργία αυτού του τμήματος, επιχειρείται η επίτευξη του στόχου «επιτυχής διαμονή».

Οι βασικότεροι στόχοι του τμήματος υποδοχής αλλά και ολόκληρης της ξενοδοχειακής επιχείρησης είναι:

- Ø Η μέγιστη δυνατή διαθεσιμότητα των δωματίων και
- Ø Η πλήρης εξυπηρέτηση των πελατών της ξενοδοχειακής μονάδας

Οι μέθοδοι υλοποίησης των στόχων αυτών εντάσσονται σε ένα σύστημα οργάνωσης του τμήματος, που τον καθορισμό του επηρεάζουν παράγοντες , όπως το μέγεθος και η κατηγορία του ξενοδοχείου, το είδος της πελατείας στην οποία απευθύνεται, η διάρκεια λειτουργίας της, το πλήθος των προσφερόμενων υπηρεσιών, το επίπεδο κατάρτισης και εκπαίδευσης του στελεχιακού δυναμικού της και η πολιτική που ακολουθεί η επιχείρηση. Βασική προϋπόθεση για την αποτελεσματικότητα του τμήματος, είναι ο συντονισμός του με τα υπόλοιπα τμήματα του ξενοδοχείου. Ο τρόπος με τον οποίο αυτός θα επιτευχθεί, περιλαμβάνεται ανάμεσα στις κύριες προτεραιότητες της διοίκησης του τμήματος.

Είναι πασιφανές ότι τη μεγαλύτερη ευθύνη για την εξυπηρέτηση των πελατών την επωμίζεται η υποδοχή, αφού από αυτήν αρχίζει και σε αυτήν «κλείνει» ο κύκλος διαμονής του πελάτη, που έχει σαν συνέπεια την καλή ή όχι ανάμνηση που θα πάρει μαζί του από αυτή του την εμπειρία.

ΥΠΟΔΟΧΗ :

Δεν πρέπει να δώσουμε υπερβολική έμφαση στην σπουδαιότητα της Reception, σε βάρος των άλλων υπηρεσιών της μονάδας διαμονής.

Μπορούμε όμως να πούμε ότι η υποδοχή είναι το νευρικό κέντρο του ξενοδοχείου, ότι είναι σημείο επαφής ή η σύνδεση μεταξύ πελάτη και καταλύματος. Συχνά λέγεται ότι η υποδοχή είναι το ξενοδοχείο, διότι:

- Ø Είναι η υπηρεσία με την οποία έρχεται σε επαφή ο πελάτης
- Ø Είναι το κέντρο πληροφόρησης του πελάτη κατά την διάρκεια της διαμονής του και
- Ø Είναι το τελευταίο σημείο από το οποίο αναχωρεί ο πελάτης.

Οι πρώτες εντυπώσεις είναι πολύ σπουδαίες. Εάν ο πελάτης αρχίζει την παραμονή του στο ξενοδοχείο με ευχάριστη διάθεση, λόγω ευγενικής συμπεριφοράς και καλών υπηρεσιών της υποδοχής, οι πιθανότητες είναι εξαιρετικές ότι θα διατεθεί ευνοϊκά και προς τις άλλες υπηρεσίες, αλλά εάν η υποδοχή κάνει λάθη, καθυστερεί ή είναι αδιάφορη, η συνέπεια αυτής της συμπεριφοράς της θα αποβεί σε βάρος όλης της μονάδας.

Ο χώρος όπου λειτουργούν οι υπηρεσίες υποδοχής, πρέπει να βρίσκεται σε ειδικά διασκευασμένη θέση, αμέσως μετά την κεντρική είσοδο στο χωλ του ξενοδοχείου, σε σημείο εμφανές ώστε να ανευρίσκεται πολύ εύκολα από τον κάθε εισερχόμενο, χωρίς να χρειάζεται αυτός να αναζητά τον αρμόδιο που θα τον υποδεχθεί, να είναι δε καλαίσθητα, πολυτελώς και εντυπωσιακά διακοσμημένος.

Ένας δεύτερος λόγος της θέσης της Reception στο κεντρικό χωλ είναι, να έχει την δυνατότητα εύκολα το προσωπικό να ελέγχει συνεχώς κάθε κίνηση των εισερχομένων και εξερχόμενων πελατών και επισκεπτών.

ΤΜΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ :

Για την άρτια εξυπηρέτηση πελατών, η υπηρεσία της υποδοχής ενός καλά οργανωμένου καταλύματος, πρέπει να διαθέτει τα παρακάτω τμήματα (γραφεία):

- Ø Υποδοχής (άφιξης και αναχώρησης πελατών)
- Ø Πληροφοριών και αλληλογραφίας
- Ø Κρατήσεων
- Ø Τήρησης λογαριασμών πελατών
- Ø Ταμείου
- Ø Τηλεφωνικού κέντρου, ΤΕΛΕΞ και / ή FAX

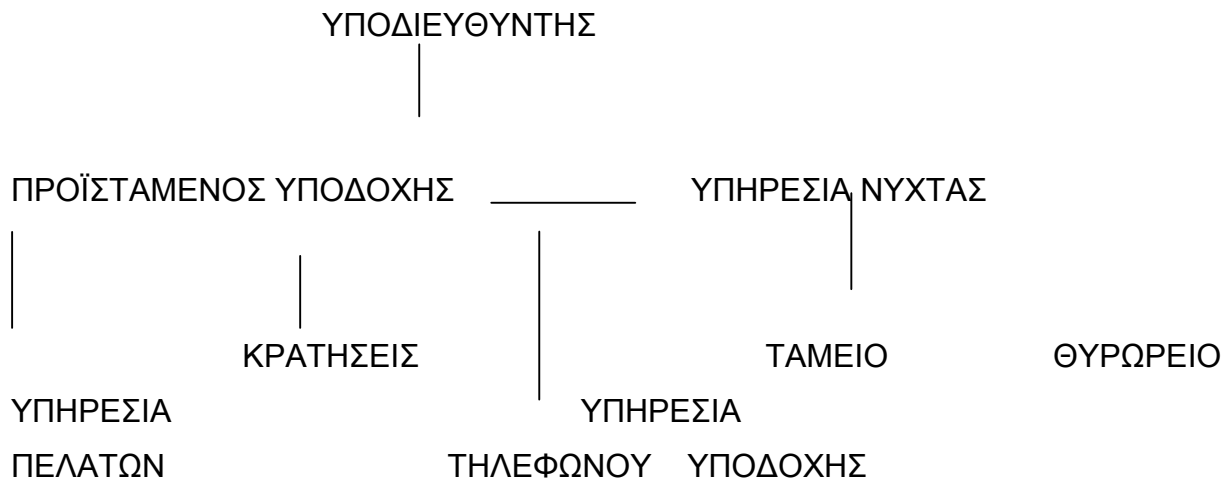
Κάθε τμήμα ξεχωριστά αναλαμβάνει αρμοδιότητες για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών.

- Ø Υποδέχεται τους πελάτες.
- Ø Πουλάει δωμάτια αλλά και ένα μεγάλο μέρος των προϊόντων του F&B Department, που είναι τα γεύματα.
- Ø Τηρεί και ενημερώνει τους λογαριασμούς των πελατών.
- Ø Φροντίζει για την άνετη παραμονή τους στο ξενοδοχείο.
- Ø Παρέχει πληροφορίες και εξυπηρετήσεις στους πελάτες.
- Ø Φροντίζει για την ασφάλειά τους.
- Ø Καταχωρεί τα έσοδα του ξενοδοχείου σε λογιστικά βιβλία.
- Ø Ενημερώνει και συντονίζει όλα τα υπόλοιπα τμήματα του ξενοδοχείου με πληροφορίες και προβλέψεις σχετικά με την πληρότητα του ξενοδοχείου σε τακτα χρονικά διαστήματα.
- Ø Εκδίδει reports και διάφορα στατιστικά δελτία.
- Ø Ακούει τα παράπονα των πελατών και φροντίζει για την εξάλειψή τους.

Η διάταξη των παραπάνω γραφείων μέσα στον χώρο της Υπηρεσίας Υποδοχής, γίνεται ανάλογα με το εμβαδόν και το σχήμα του χώρου, αλλά οπωσδήποτε πρώτα είναι τοποθετημένη η κυρίως υποδοχή (αφίξεις – αναχωρήσεις πελατών, οι πληροφορίες και το ταμείο) απαραίτητως δε πρέπει να αναγράφεται σε εμφανές σημείο η λέξη **υποδοχή** και η ξενική της έκφραση **reception**.

Η σύνθεση του προσωπικού που πλαισιώνει τις υπηρεσίες της υποδοχής, εξαρτάται από τη δυναμικότητα του ξενοδοχείου, την κατηγορία του, ή τον τύπο του καταλύματος και την οργανωτική αυτού. Ένας άλλος αστάθμητος παράγοντας, για ορισμένες τουριστικές περιοχές, είναι η κίνηση της τουριστικής σεζόν.

ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΥΠΟΔΟΧΗΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΙΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΗΣ



Πριν αναφερθούμε στις αρμοδιότητες του κάθε τμήματος επιβάλετε να γνωρίζουμε τι προετοιμασίες πρέπει να έχει κάνει το front office για την έναρξη λειτουργίας της ξενοδοχειακής μονάδας.

1. Να έχει φτιάξει τιμοκαταλόγους με τιμές για μεμονωμένους πελάτες.
2. Κατάσταση στην οποία να φαίνονται τα πρακτορεία με τα οποία το ξενοδοχείο έχει allotment. Τι allotment έχει αναλυτικά το καθένα, release periods, εκπτώσεις, τρόπο πληρωμή, τιμές.
3. Να έχει φτιάξει τις ενημερωτικές πινακίδες για τους πελάτες με τις τιμές και να έχει τοποθετηθεί η κάθε μία στο αντίστοιχο δωμάτιο που αναγράφεται πάνω της.
4. Να γνωρίζει τα ωράρια λειτουργίας των άλλων τμημάτων και να έχει συντάξει πίνακα μαζί και με άλλες χρήσιμες πληροφορίες για τους πελάτες που να είναι αναρτημένος στον πίνακα ανακοινώσεων.
5. Να φροντίζει να υπάρχει απόθεμα όλων των εντύπων και των βιβλίων που θα χρησιμοποιηθούν στο τμήμα.
6. Να έχουν θεωρηθεί όλα τα βιβλία και έντυπα που χρειάζονται θεώρηση από την Οικονομική Υπηρεσία(εφορία), το Αστυνομικό τμήμα.

7. Να έχει φτιάξει τιμοκαταλόγους για τα διάφορα facilities του ξενοδοχείου, όπως sports,καρέκλες πλαζ, χρήση internet,κτλ.
8. Να είναι εφοδιασμένο με πληροφοριακό υλικό όπως έντυπα ωραρίων μεταφορικών μέσων και διαφόρων πολιτιστικών και καλλιτεχνικών εκδηλώσεων της περιοχής.
9. Να έχει προμηθευτεί την απαραίτητη γραφική ύλη.
- 10.Να έχει καταρτίσει πίνακα με τις πιστωτικές κάρτες που αποδέχεται το ξενοδοχείο και το πιστωτικό όριο της κάθε μία από αυτές.
- 11.Να γνωρίζει τις χρεώσεις και τα τέλη τηλεφώνου,telex,fax.
- 12.Να υπάρχουν εφεδρικά κλειδιά όλων των δωματίων και των βοηθητικών χώρων καθώς και τα αντίστοιχα κλειδιά safe box των δωματίων.

ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΘΕ ΤΜΗΜΑΤΟΣ :

Το τμήμα Υποδοχής έχει σαν κύρια καθήκοντα :

- Ø Την πώληση των δωματίων σε πελάτες που ζητούν κατάλυμα ή σε πελάτες που έχουν κρατήσει δωμάτια.
- Ø Την πληροφόρηση των πελατών για τις τιμές και τις υπηρεσίες που προσφέρει η μονάδα.
- Ø Την απαραίτητη τυπική διαδικασία άφιξης και αναχώρησης, όπως η κράτηση των στοιχείων του πελάτη, η εγγραφή του στα διάφορα βιβλία του ξενοδοχείου, η έκδοση δελτίου άφιξης, αναχώρησης ή αλλαγής δωματίου, όπως και την ενημέρωση όλων των κλάδων εκμετάλλευσης για την κάθε άφιξη και αναχώρηση.
- Ø Την διεκπεραίωση της αλληλογραφίας ή την φύλαξη των μηνυμάτων του πελάτη.
- Ø Την διαφύλαξη των χρημάτων του πελάτη
- Ø Την φύλαξη των κλειδιών των δωματίων
- Ø Την διεκπεραίωση και ικανοποίηση των επιθυμιών και παραγγελιών των πελατών, εφόσον είναι στα πλαίσια των υποχρεώσεων ή της δυνατότητας του ξενοδοχείου

Το τμήμα πληροφοριών και αλληλογραφίας του ξενοδοχείου με τους πελάτες :

Το τμήμα αυτό είναι πολύ βασικό και όσο καλύτερα λειτουργεί τόσο περισσότερο ανεβάζει την στάθμη υπηρεσιών που προσφέρει η μονάδα.

Ο πελάτης τις περισσότερες φορές είναι ξένος προς τον τόπο και ή έρχεται για διακοπές ή για να διεκπεραιώσει υποθέσεις του.

Και στις δύο περιπτώσεις, ελπίζει στην βοήθεια και στην πληροφόρηση του ξενοδοχείου, για να περάσει όσο το δυνατόν ευχάριστα και καλύτερα ή για να τελειώσει πιο άνετα τις δουλειές του. Αυτό είναι μια προσφορά που θα θυμάται πάντα ο πελάτης και θα τον κάνει να ξεχάσει τις μικρές ατέλειες κατά την διαμονή του.

Στο τμήμα της πληροφόρησης επιλέγονται στελέχη ικανά, με γνώση ξένων γλωσσών και με μόρφωση ώστε να είναι σε θέση:

Να δίνουν σωστές απαντήσεις στις ερωτήσεις τις σχετικές με δρομολόγια , ταξίδια, σημεία ενδιαφέροντος της περιοχής, ώρες λειτουργίας τραπεζών ή κρατικών υπηρεσιών, τις διευθύνσεις αυτών

Να διευκολύνουν τον πελάτη για την ψυχαγωγία του (κλείσιμο θέσεων σε φεστιβάλ- θέατρα κ. λ. π) ή στις αγορές που θέλει να κάνει από τον τόπο.

Η αλληλογραφία :

Πολύ συχνά ο πελάτης για να διαλέξει το ξενοδοχείο που θα περάσει τις διακοπές του ή που θα μείνει για να τελειώσει τις δουλειές του, απευθύνει επιστολές σε διάφορα ξενοδοχεία και από τις απαντήσεις που θα λάβει αποφασίζει σε ποιο θα καταλήξει.

Κάθε γράμμα υποψηφίου πελάτη καταλήγει με την παράκληση: **«περιμένω γράμμα σας»**.

Οι μονάδες που έχουν υπολογίσει σωστά την αξία ενός γράμματος υποψηφίου πελάτη και εκείνου που στέλνουν σαν απάντηση, διαθέτουν ειδικό τμήμα αλληλογραφίας όχι τυπικής, αλλά εκείνης που δημιουργεί την ιδιαίτερη ανθρώπινη επαφή, προς την πολύμορφη και απαιτητική πελατεία.

Μια σωστή απάντηση, ανοίγει τις πόρτες του ξενοδοχείου σε νέους κόσμους και προδιαθέτει τον πελάτη ευχάριστα.

Το τμήμα κράτησης δωματίων :

Το τμήμα αυτό συνήθως βρίσκεται εγκατεστημένο σε έναν χώρο γραφείου πίσω από το τμήμα υποδοχής. Δέχεται τις κρατήσεις των πελατών, όπως και αν γίνονται αυτές, γραπτά, τηλεφωνικά, προφορικά, με fax ή ηλεκτρονικό ταχυδρομείο.

Σκοπός του τμήματος είναι να γίνουν τόσες κρατήσεις, ώστε το ξενοδοχείο να έχει νοικιασμένα όλα τα δωμάτια του όλη τη διάρκεια της λειτουργίας του. Το τμήμα κρατήσεων τηρεί την πολιτική κρατήσεων, η οποία διαμορφώνεται από τους παρακάτω παράγοντες:

- Ø Από την αναλογία πρακτορειακής και μη πελατείας που θέλουμε να διατηρήσουμε στο ξενοδοχείο.
- Ø Από κενά δωμάτια που επιθυμεί να διατηρεί η διοίκηση για V. I. P. Αφίξεις.
- Ø Από τις κρατήσεις allotment.
- Ø Από την προβλεπόμενη κίνηση allotment.
- Ø Από το επιτρεπτό ποσοστό overbooking.

Το τμήμα τηρήσεως λογαριασμών των πελατών :

Το τμήμα αυτό είναι εκείνο που κρατά και ενημερώνει συνεχώς τους λογαριασμούς των πελατών με τις μεθόδους που θα δούμε παρακάτω, ώστε ότι ώρα ζητηθεί ο λογαριασμός να είναι έτοιμος και σωστός, χωρίς λάθη και προσθήκες ή παραλήψεις.

Το τμήμα ταμείου :

Είναι αυτό που διακανονίζει και τακτοποιεί τις οικονομικές υποχρεώσεις και ανάγκες του πελάτη.

Συγκεκριμένα: εξοφλεί τους λογαριασμούς και εξαργυρώνει ξένα νομίσματα ή ταξιδιωτικές επιταγές, διευκολύνοντας έτσι τον πελάτη, ώστε να μη χρειάζεται να πηγαίνει στις Τράπεζες κάθε φορά που χρειάζεται μετρητά.

Οι εισπράξεις του τμήματος συνήθως προέρχονται από τις εξής αιτίες:

- Ø Εξόφληση λογαριασμού απευθείας από τον πελάτη.
- Ø Καταβολή από τον πελάτη ποσού έναντι λογαριασμού.
- Ø Λήψη εμβάσματος για εξόφληση λογαριασμού ή έναντι αυτού.
- Ø Λήψη προκαταβολής.
- Ø Παραλαβή των ημερήσιων εισπράξεων των τμημάτων.

Το τμήμα του τηλεφωνικού κέντρου και Telex ή Fax :

Το τηλεφωνικό κέντρο είναι η πρώτη επαφή των πελατών με το ξενοδοχείο. Οι υπάλληλοι του τμήματος αυτού έχουν τον προορισμό και την υποχρέωση να δημιουργήσουν μια πρώτη καλή εντύπωση στον πελάτη υποδεχόμενοι αυτόν τηλεφωνικά.

Αληθεύει ότι μια πρώτη θετική ή αρνητική επαφή πελάτη με το ξενοδοχείο που γίνεται με το τηλέφωνο θα επηρεάσει ανάλογα και την μελλοντική του διαμονή σε αυτό.

Οι υπάλληλοι του τμήματος αυτού πρέπει να επιλέγονται προσεκτικά γιατί η υπηρεσία του τηλεφωνικού κέντρου απαιτεί:

- § Ηθικά προσόντα όπως υπομονή, ευγένεια, πραότητα
- § Φυσικά προσόντα όπως αντοχή, γερά νεύρα, αρμονική φωνή.
- § Επίκτητα προσόντα όπως μόρφωση, καλλιέργεια, γλωσσομάθεια.
- § Επίσης η καλή μνήμη είναι απαραίτητη.

Εξυπηρετεί τον πελάτη από την άφιξη μέχρι την αναχώρησή του με το να δέχεται τα μηνύματα και τα τηλεφωνήματά του, να τον συνδέει με τα διάφορα τηλέφωνα που θέλει να επικοινωνήσει, να διαβιβάζει με το τηλέφωνο τα τηλεγραφήματα του, και με το Telex ή Fax διάφορα κείμενα, προς την κατεύθυνση που επιθυμεί.

Εξίσου σημαντικό είναι να τηρεί μία σειρά προτεραιότητας στις κλήσεις των εξωτερικών γραμμών, των κλήσεων από δωμάτια ή από κάποιο άλλο τμήμα του ξενοδοχείου.



ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΘΥΡΩΡΙΟΥ

- Ø Αρχιθυρωρός
- Ø Β΄ θυρωρός
- Ø Επί της αλληλογραφίας
- Ø Αντικαταστάτης των άλλων
- Ø Νυχτοθυρωρός
- Ø Βοηθός νυχτοθυρωρού
- Ø Νυχτοφύλακας
- Ø Υπεύθυνος πάρκινγκ
- Ø Οδηγός, εξωτερικός υπάλληλος
- Ø Πορτιέρης της εξωτερικής πόρτας
- Ø Υπάλληλοι συνεργείου, .όταν αυτό αποτελεί τμήμα του ξενοδοχείου
- Ø Βοηθητικός υπάλληλος για εξωτερικές εργασίες
- Ø Βοηθητικός υπάλληλος για εσωτερικές μικροεργασίες
- Ø Μεταφορείς αποσκευών
- Ø Υπάλληλος γκαρνταρόμπας
- Ø Τηλεφωνητές

ΧΩΡΟΤΑΞΙΚΗ ΔΙΑΤΑΞΗ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ :

Ο χώρος μέσα στον οποίο αναπτύσσονται οι δραστηριότητες του τμήματος υποδοχής, πρέπει να είναι ο πιο περίοπτος, μετά την είσοδο του ξενοδοχείου στην αίθουσα υποδοχής των πελατών. Η απόφαση για την επιλογή της θέσης της υποδοχής, επηρεάζεται από το στόχο που αυτή εξυπηρετεί. Δηλαδή, να είναι εύκολα διακριτή και προσπελάσιμη από τους πελάτες και επισκέπτες του ξενοδοχείου και παράλληλα, να επιτρέπει τη δυνατότητα ελέγχου από τους εργαζόμενους σε αυτήν, τόσο της εισόδου του ξενοδοχείου όσο και των εισόδων που οδηγούν στα υπνοδωμάτια των πελατών(σκάλες και ανελκυστήρες).

Την εξωτερική εμφάνιση του τμήματος πρέπει να την διακρίνει η καλαισθησία στη διακόσμηση και η δημιουργία αίσθησης οικείου και ήσυχου περιβάλλοντος. Με άλλα λόγια, πρέπει να συγκεντρώνει όλα εκείνα τα στοιχεία που απαιτούνται, για το σχηματισμό άριστης εντύπωσης για το ξενοδοχείο από τους πελάτες και επισκέπτες.

Το γεγονός ότι το τμήμα υποδοχής είναι αυτό με το οποίο ο πελάτης έρχεται σε επαφή με το ξενοδοχείο, δηλαδή η κρίσιμη χρονική στιγμή που δημιουργείται η «πρώτη εντύπωση», από την οποία εξαρτάται σε ένα μεγάλο ποσοστό ο βαθμός εκτίμησης του πελάτη για την ξενοδοχειακή μονάδα, αιτιολογεί τη σημασία που δίνεται στην εικόνα του τμήματος.

Την παραπάνω άποψη ενισχύει και το γεγονός ότι από την υποδοχή ο πελάτης θα αποκομίσει την τελευταία ανάμνηση η οποία θα επισφραγίσει θετικά ή αρνητικά την άποψή του για το ξενοδοχείο, αφού το τμήμα υποδοχής είναι αρμόδιο και για τις τελευταίες διαδικασίες πριν από την αναχώρησή του (τακτοποίηση του λογαριασμού του).

ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ :

Η υποδοχή και τα υπο - τμήματα της, για την σωστή λειτουργία τους και την άριστη εξυπηρέτηση των πελατών έχουν ανάγκη από την υποστήριξη ενός εξοπλισμού κατάλληλου για αυτή τη δουλειά.

Ο εξοπλισμός του τμήματος της Υποδοχής αποτελείται από:

- Ø Πάγκος εργασίας
- Ø Ντουλάπια, με ράφια και συρτάρια
- Ø Ταμειακή μηχανή
- Ø Μικροφωνική εγκατάσταση – εγκαταστάσεις μουσικής
- Ø Καρτελοθήκες (guest history card)
- Ø Θυρίδες ασφάλειας
- Ø Ξενοδοχειακό πρόγραμμα Ηλεκτρονικού Υπολογιστή ON LINE με όλα τα τμήματα του ξενοδοχείου. Πάντα η κεντρική μονάδα Η/Υ βρίσκεται στο Back Office της υποδοχής.
- Ø Θυρίδες κλειδιών δωματίων – θυρίδα αλληλογραφίας δωματίου
- Ø Θυρίδες χωρισμένες κατά αριθμό δωματίου στις οποίες τοποθετούνται οι αποδείξεις των διαφόρων καταναλώσεων- EXTRAS που κάνουν οι πελάτες στα τμήματα του ξενοδοχείου.
- Ø Αριθμομηχανές
- Ø Μηχανήματα αυτόματης χρέωσης πιστωτικών καρτών συνδεδεμένο on line με την Τράπεζα.
- Ø Τηλεφωνικό κέντρο.
- Ø Πίνακας ανάρτησης τιμών συναλλάγματος.
- Ø Telex- fax- photocopy machine

ΒΙΒΛΙΟ ΥΠΟΔΟΧΗΣ

Το βιβλίο υποδοχής είναι ένα σημαντικό Λογιστικό βιβλίο της επιχείρησης , στο οποίο καταχωρείται καθημερινά όλη η κίνηση του ξενοδοχείου, αφίξεις, αναχωρήσεις, με τα αντίστοιχα ποσά χρεώσεως των συμφωνηθέντων και με το καθημερινό του κλείσιμο παρέχει χρησιμότερες πληροφορίες στη Διεύθυνση του ξενοδοχείου, όπως σύνολο ατόμων και από αυτά πόσα είναι με συμφωνία ΒΒ, ΗΒ, σύνολο εσόδων του ξενοδοχείου με ανάλυση σε δωμάτια, πρωινά, γεύματα.

Το βιβλίο αυτό φέρει αρίθμηση σελίδων και θεώρηση της Οικονομικής Εφορίας, εφόσον οι εγγραφές σε αυτό γίνονται σύμφωνα με τα οριζόμενα στον Κώδικα Φορολογικών Στοιχείων .

Οι εγγραφές καθημερινά περνιούνται έχοντας ανοιχτό το Βιβλίο σε δύο σελίδες και στην αριστερή και στη δεξιά σελίδα αναγράφεται η ίδια ημερομηνία.

Η αριστερή σελίδα φέρει τον τίτλο ΑΦΙΞΕΙΣ, ενώ οι δεξιά τον τίτλο ΑΝΑΧΩΡΗΣΕΙΣ.

Πρέπει να προβλέπονται τόσες στήλες όσα είναι και τα παρακάτω στοιχεία που πρέπει να εγγραφούν σε αυτές

- ✓ Πρακτορείο
- ✓ Αριθμός δωματίου
- ✓ Αριθμός λογαριασμού
- ✓ Όνομα πελάτη
- ✓ Εθνικότητα
- ✓ Σύνολο ατόμων
- ✓ Όροι συμφωνίας
- ✓ Σύνολο συμφωνηθέντων
- ✓ Δωμάτιο
- ✓ Πρωινά
- ✓ Γεύματα
- ✓ Ημερομηνία αναχώρησης
- ✓ Ημερομηνία αφίξεως
- ✓ Παρατηρήσεις

ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ FRONT OFFICE

Τηλεφωνική εγκατάσταση
Μικροφωνική εγκατάσταση
Μεγαφωνική εγκατάσταση
Ηλεκτρονική εγκατάσταση
Ηλεκτρονική και υδραυλική εγκατάσταση
Πίνακας ελέγχου συστήματος πυροπροστασίας

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΥΠΟΔΟΧΗΣ :

Ο αριθμός του προσωπικού που πλαισιώνει τις υπηρεσίες της υποδοχής, εξαρτάται από την δυναμικότητα του ξενοδοχείου, την κατηγορία του, ή τον τύπο του καταλύματος και την οργάνωση αυτού. Τα μικρότερα καταλύματα χρειάζονται τουλάχιστον τρεις υπαλλήλους, που αλλάζουν υπηρεσία(βάρδια) κάθε 8/ωρο ο καθένας. Αυτοί οι τρεις υπάλληλοι των μικρών ξενοδοχείων είναι υποχρεωμένοι να διεκπεραιώνουν όλες τις παραπάνω υπηρεσίες της υποδοχής, γιατί η σωστή οργάνωση δεν είναι μόνο υποχρέωση των μεγάλων μονάδων, αλλά και καθήκον των μικρών μονάδων διαμονής.

Στα μεγάλα ξενοδοχεία οι υπηρεσίες της υποδοχής είναι πλαισιωμένες από ξεχωριστό υπάλληλο για το κάθε τμήμα και μάλιστα μερικά από αυτά και με περισσότερους από έναν, που εργάζονται κάτω από την επίβλεψη του προϊσταμένου της υποδοχής.

Οι υπάλληλοι αυτοί κατά την διεθνή ορολογία είναι:

- Ø Υπάλληλος αφίξεων, αναχωρήσεων
- Ø Υπάλληλος τήρησης λογαριασμών πελατών
- Ø Υπάλληλος κρατήσεων
- Ø Ταμίας
- Ø Τηλεφωνητής
- Ø Θυρωρός και
- Ø Νυχτερινός υπάλληλος.

Όλοι οι υπάλληλοι του ξενοδοχείου και ιδιαίτερα της υποδοχής πρέπει να διακατέχονται από κάποια προσόντα τα οποία μπορούμε να ομαδοποιήσουμε στις εξής κατηγορίες:

Φυσικά χαρίσματα

Προσεγμένη και καθαρή εμφάνιση
Μαλλιά καλοχτενισμένα
Ρούχα πεντακάθαρα και σιδερωμένα
Παπούτσια γυαλισμένα
Νύχια καθαρά και περιποιημένα
Καταπολέμηση δυσσομίας αναπνοής και σώματος
Αυθόρμητο χαμόγελο
Καλή άρθρωση λόγου
Ανθεκτικότητα στη κούραση και την ορθοστασία
Καλή κατάσταση υγείας
Αρτιμέλεια

Ψυχικά χαρίσματα

Καλοσύνη, ευγένεια και σεβασμό προς τον συνάνθρωπο ιδιαίτερα προς τους ηλικιωμένους και τα άτομα με ειδικές ανάγκες
Υπομονή και ηρεμία
Διακριτικότητα
Διπλωματία
Συνεχή διάθεση για εξυπηρέτηση

Πνευματικά χαρίσματα

Καλή μνήμη

Γρήγορη αντίληψη

Γνώση ξένων γλωσσών

Ικανότητα προσαρμογής σε νέες καταστάσεις και αλλαγές

Ικανότητα να διακρίνει τις ψυχικές διαθέσεις των πελατών

Εγκυκλοπαιδική και κοινωνική μόρφωση

Τα παραπάνω χαρακτηριστικά συντελούν σε μία άψογη συμπεριφορά του υπαλλήλου υποδοχής προς τους πελάτες, γιατί ο πελάτης μπορεί να μην γνωρίζει το τεχνικό μέρος της δουλειάς αλλά είναι πάντοτε σε θέση να ξεχωρίσει την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών και να την χαρακτηρίσει αναλόγως. όταν δε μιλάμε για ποιότητα υπηρεσιών αυτή είναι συνυφασμένη με την ικανοποίηση των πελατών και ποιότητα είναι το προϊόν πώλησης να μην είναι μικρότερο σε αξία από τα χρήματα που πλήρωσε για την αγορά του.

ΠΡΟΣΟΝΤΑ ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΥ ΥΠΟΔΟΧΗΣ :

Ο προϊστάμενος της υποδοχής, εκτός των γενικών προσόντων που πρέπει να έχει κάθε ξενοδοχοϋπάλληλος, πρέπει να έχει και Διοικητικές ικανότητες, κύρος και επιβολή, γιατί αυτός συνήθως είναι στην δεύτερη θέση μετά τον Διευθυντή της μονάδας.

Αναλυτικότερα:

- Ø Να είναι με σωστή επαγγελματική κατάρτιση
- Ø Να γνωρίζει ξένες γλώσσες
- Ø Να διαθέτει ανάλογη πείρα
- Ø Να γνωρίζει ξενοδοχειακή αλληλογραφία
- Ø Να γνωρίζει την ξενοδοχειακή εθιμοτυπία.

Τα ίδια ειδικά προσόντα πρέπει να έχουν και οι συνεργάτες του Προϊσταμένου στην υπηρεσία υποδοχής γιατί σε περίπτωση απουσίας του, ο καθένας από αυτούς πρέπει στη βάρδια του να τον αντικαθιστά ή να ενεργεί για όλα τα τμήματα.

ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΤΗΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ :

Η επιμελημένη και καλαίσθητη εμφάνιση των υπαλλήλων υποδοχής, σε συνδυασμό με την άψογη συμπεριφορά τους προς τους πελάτες, αντικατοπτρίζει την ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών της ξενοδοχειακής μονάδας. Οι εργαζόμενοι , αντανakλούν την εικόνα του ξενοδοχείου, μέσα από τη δική τους εμφάνιση και συμπεριφορά. Ένας απεριποίητος και ατημέλητος υπάλληλος στην υποδοχή, δημιουργεί ενδοιασμούς και ερωτηματικά για τη διαμονή του πελάτη.

Αντίθετα, μια ευχάριστη εικόνα που δημιουργείται στον πελάτη κατά την επαφή του με το προσωπικό της υποδοχής θα επηρεάσει ευνοϊκά την τελική εικόνα για το σύνολο της ξενοδοχειακής επιχείρησης.

Ένας υπάλληλος της υποδοχής επιλέγεται για τις γνώσεις του και τις επαγγελματικές του ικανότητες, όμως δεν είναι απαραίτητο να διαθέτει και καλό γούστο σε ότι αφορά στις ενδυματολογικές του απόψεις και προτιμήσεις. Οι ξενοδόχοι οι οποίοι έχουν αντιληφθεί πόσο σημαντικές είναι οι επιδράσεις που μπορεί να έχει στους πελάτες η εξωτερική εμφάνιση των υπαλλήλων τους, αναλαμβάνουν οι ίδιοι ή αναθέτουν σε ειδικούς την επιμέλειά τους. Η επιλογή μιας συγκεκριμένης ενδυμασίας για κάθε κατηγορία υπαλλήλων, είναι η αποτελεσματικότερη αντιμετώπιση για μια ολοκληρωμένη αισθητικά εικόνα του τμήματος υποδοχής. Το μέγεθος του ξενοδοχείου, η αρχιτεκτονική του, η κατηγορία και το είδος της πελατείας, είναι μερικά από τα βασικότερα στοιχεία τα οποία οδηγούν στον προσδιορισμό του τύπου ενδυμασίας των υπαλλήλων.

Στις μικρές ξενοδοχειακές μονάδες δεν συναντάται ένας συγκεκριμένος τύπος ενδυμασίας στους υπαλλήλους υποδοχής, όμως επιβάλλεται η εξωτερική τους εμφάνιση να προσδίδει καθαρή και αξιοπρεπή εικόνα. Στις μεσαίες και μεγάλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, η χρήση στολών για τους υπαλλήλους υποδοχής είναι πλέον θεσμός.

Έκδηλη εξάλλου είναι η προσπάθεια πολλών ξενοδοχείων, κυρίως των αστικών κέντρων, να καθιερωθούν και να γίνουν ελκυστικότερα, προβάλλοντας ένα ιδιαίτερο προσωπικό στίλ μέσω των στολών των υπαλλήλων τους. Πράγματι, η διαφοροποίηση της ξενοδοχειακής επιχείρησης που επιτυγχάνεται από την κατάλληλη επιλογή των στολών του προσωπικού της, εκτιμάται από τους πελάτες σαν δείγμα ποιότητας και σοβαρό στοιχείο επαγγελματισμού.

Μερικά από τα βασικά κριτήρια για την επιλογή στολών, είναι η ποιότητα, η αισθητική τους και η πρακτικότητα στην εργασία των υπαλλήλων.

Η ποιότητα των υφασμάτων πρέπει να είναι άριστη και να εξασφαλίζει τις απαραίτητες προδιαγραφές σε ότι αφορά την αντοχή τους. Η αισθητική, είναι ίσως ο βασικότερος παράγοντας για την επιλογή των στολών και πρέπει να εναρμονίζεται με την γενική εικόνα και το σχεδιασμό της ξενοδοχειακής μονάδας αλλά και το είδος της πελατείας.

Το επιθυμητό αποτέλεσμα όμως, επηρεάζεται κύρια από την ψυχολογική διάθεση των υπαλλήλων, οι οποίοι πρέπει να αισθάνονται όμορφοι, αξιοπρεπείς και να νιώθουν άνετα μέσα στις φορεσιές τους. Τέλος, πρέπει να επισημανθεί ότι τα ξενοδοχεία που έχουν θεσμοθετήσει την επαγγελματική ενδυμασία για τους υπαλλήλους υποδοχής, επιβάλλεται να έχουν εναλλακτικές προτάσεις ενδυμασιών για κάθε ώρα. Για παράδειγμα, η ενδυμασία των υπαλλήλων που εργάζονται το πρωί, πρέπει να είναι λιγότερο «αυστηρή» από την αντίστοιχη των υπαλλήλων της απογευματινής βάρδιας, που μπορεί να είσαι περισσότερο επίσημη. Είναι αυτονόητο, ότι ανάλογες στολές προτείνονται και για κάθε εποχή του χρόνου.

ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ :

Το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό γνώρισμα της ξενοδοχειακής επιχείρησης, αλλά και κάθε άλλης μορφής καταλύματος, είναι η παροχή φιλοξενίας στους πελάτες της.

Είναι φυσική συνέπεια, το ενδιαφέρον και η προσοχή των ξενοδόχων, να επικεντρώνονται στην όσο το δυνατό καλύτερη προσφορά αυτής της φιλοξενίας.

Μια ποικιλία από υλικά και άυλα αγαθά και υπηρεσίες συνθέτουν και προσδιορίζουν τον όρο «φιλοξενία», ο οποίος αποκτά διαφορετική σημασία για κάθε ξενοδοχειακή μονάδα, αλλά και για κάθε πελάτη. Η αντίληψη για το βαθμό ποιότητας της φιλοξενίας δύσκολα μπορεί να προσδιορισθεί από τις διοικήσεις των ξενοδοχείων. Το βασικότερο όμως στοιχείο της θεωρείται η φιλική υποδοχή του πελάτη, η οποία πρέπει να ταυτίζεται με αυτή ενός καλού οικοδεσπότη. Η κατάλληλη εκπαίδευση του στελεχιακού δυναμικού της υποδοχής, σε συνδυασμό με τη σωστή καθοδήγηση και ενθάρρυνση με ανάλογα κίνητρα, συμβάλλει αποτελεσματικά στη δημιουργία σχέσης «φιλοξενούμενου – πελάτη» και «οικοδεσπότη – υπαλλήλου».

Η επιλογή και η πρόσληψη των υπαλλήλων στην υποδοχή γίνεται με γνώμονα την προσωπικότητά τους, την κοινωνική τους συμπεριφορά, την εμπειρία και τις εκπαιδευτικές και τεχνικές γνώσεις που αυτοί διαθέτουν στον τομέα υποδοχής και φιλοξενίας των πελατών.

Οι ικανότητες και οι γνώσεις που απαιτούνται από τους εργαζομένους στην υποδοχή, είναι ανάλογες με την ποιότητα της φιλοξενίας και των υπηρεσιών που το ξενοδοχείο έχει προκαθορίσει να παρέχει στους πελάτες του.

Σε ένα ξενοδοχείο υψηλής κατηγορίας επιλέγονται υπάλληλοι με ανάλογες ικανότητες και προσόντα. Αντίθετα, σε ξενοδοχεία μικρότερης κατηγορίας, όπου ο βαθμός της προσφερόμενης φιλοξενίας και ο αριθμός των παρεχόμενων υπηρεσιών είναι σε περιορισμένη κλίμακα, ανάλογες είναι και οι ικανότητες των υπαλλήλων της υποδοχής.

ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΚΑΘΗΚΟΝΤΩΝ :

Οι υπάλληλοι της υποδοχής μπορεί να είναι αποδοτικοί στην εργασία τους μόνο όταν γνωρίζουν επακριβώς τα καθήκοντα, τις ευθύνες τους και τις υποχρεώσεις που έχουν. Ο προσδιορισμός των καθηκόντων δημιουργεί τις απαιτήσεις της θέσης που ο υπάλληλος καταλαμβάνει στην οργανωτική δομή του τμήματος, επισημαίνοντας ταυτόχρονα τα τυπικά και ουσιαστικά προσόντα που πρέπει να διαθέτει.

Η περιγραφή των καθηκόντων είναι μια γραπτή αναφορά, η οποία περιλαμβάνει αναλυτικά τα στάδια και τη διαδικασία για κάθε εργασία.

Μια αποτελεσματική μορφή περιγραφής καθηκόντων, είναι αυτή που παρέχει δυνατότητα στους υπαλλήλους να εργαστούν αποδοτικά, δίνοντάς τους όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις της θέσης τους, χωρίς όμως να εξουδετερώνει την ικανότητα ανάληψης πρωτοβουλιών, όταν αυτό επιβάλλεται.

Η περιγραφή των καθηκόντων μπορεί να τροποποιείται ή να αναπροσαρμόζεται, κάθε φορά που απαιτείται να εφαρμοστούν νέες τεχνικές και μέθοδοι στην οργάνωση και λειτουργία του τμήματος ή όταν αυτή αποδειχθεί αναποτελεσματική.

Στα ξενοδοχεία που το τμήμα υποδοχής είναι διαχωρισμένο σε πολλούς τομείς εργασίας, με συγκεκριμένες αρμοδιότητες στον καθένα, τα σχέδια περιγραφής καθηκόντων είναι ενσωματωμένα σε μορφή εγχειριδίου, που διανέμεται σε όλους τους υπαλλήλους της υποδοχής, οι οποίοι οφείλουν να το μελετήσουν. Έτσι, κάθε υπάλληλος αποκτά μια σφαιρική εικόνα για τη λειτουργία και οργάνωση της υποδοχής και αντιλαμβάνεται το βαθμό της συμμετοχής του και την ευθύνη που αυτός έχει στην αποδοτικότητα του τμήματος.

Επιπλέον, παρέχεται η ευχέρεια στον προϊστάμενο του τμήματος να μετακινήσει έναν υπάλληλο από ένα τομέα σε κάποιο άλλο, όταν αυτό κρίνεται αναγκαίο, χωρίς να δημιουργηθεί πρόβλημα.

Οι υπάλληλοι όπως των κρατήσεων μπορούν να ενισχύσουν τους συναδέλφους τους στο Front Desk σε ώρες υψηλής κίνησης, όταν αυτοί γνωρίζουν τη διαδικασία άφιξης και αναχώρησης.

Κρατήσεις

Οι ζητήσεις ή οι εντολές για κρατήσεις δωματίων φθάνουν στο ξενοδοχείο με όλα τα διαθέσιμα σε αυτό μέσα επικοινωνίας, τηλέφωνο, telefax, telex ή με γράμμα, με τα ειδικά έντυπα πρακτορείων voucher ή με computers μέσω modem. Ακόμη η ζήτηση μπορεί να γίνει κατόπιν επισκέψεως του ίδιου του ενδιαφερόμενου στο ξενοδοχείο.

Το ξενοδοχείο ανάλογα με τη διαθεσιμότητα δωματίων αποδέχεται ή αρνείται την κράτηση.

Στην περίπτωση που δεν μπορούμε να αποδεχτούμε μία κράτηση θα πρέπει να είμαστε πολύ ευγενικοί στο τρόπο απαντήσεως μας, να εκφράσουμε στον ενδιαφερόμενο τη λύπη μας για την αδυναμία μας να τον εξυπηρετήσουμε, του, να του προτείνουμε μία άλλη κοντινή χρονική περίοδο που έχουμε διαθέσιμα δωμάτια στο ξενοδοχείο ή να τον βοηθήσουμε υποδεικνύοντάς του κάποιο άλλο ξενοδοχείο, που ξέρουμε ότι έχει ελεύθερα δωμάτια.

Στην περίπτωση που θα δεχθούμε την κράτηση θα ενεργήσουμε κάθε φορά ανάλογα με τον τρόπο που θα έχει φθάσει η κράτηση στο ξενοδοχείο.

1. ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΟΣ

Συμπληρώνουμε δελτίο κρατήσεως, με όλα τα απαραίτητα στοιχεία, που μας χρειάζονται για μια κράτηση:

- ✓ Ονοματεπώνυμο πελάτη
- ✓ Ονοματεπώνυμο υπεύθυνου υπαλλήλου(όταν πρόκειται για κράτηση από πρακτορείο ή εταιρία)
- ✓ Είδος, τύπος και πλήθος δωματίων
- ✓ Ημερομηνία και ώρα άφιξης και αναχώρησης
- ✓ Όροι συμφωνίας
- ✓ Συμφωνηθείσα τιμή
- ✓ Αριθμός τηλεφώνου του πελάτη
- ✓ Ποσόν προκαταβολής που ζητήθηκε και προθεσμία για την αποστολή της
- ✓ Από ποιόν θα εξοφληθεί ο λογαριασμός του πελάτη

- ✓ Λοιπές χρήσιμες λεπτομέρειες όπως συγκεκριμένος αριθμός δωματίου ή ορόφου που ζητιέται από τον πελάτη, νεόνυμφοι, v.i.p s , παλιός πελάτης, χορτοφάγος κ. α.
- ✓ Ημερομηνία που έγινε η κράτηση, ώρα, υπογραφή υπαλλήλου που έκανε την κράτηση.

Η ζήτηση κράτησης από τηλεφώνου μπορεί να προέρχεται είτε από μεμονωμένο πελάτη ή από πρακτορείο με το οποίο το ξενοδοχείο έχει Allotment.

Προκαταβολή πρέπει να ζητάει το ξενοδοχείο σε κρατήσεις μεμονωμένων πελατών, για να περιορίζει στο ελάχιστο τους “no shows” και να μη ζημιώνει η επιχείρηση.

Πολλές φορές ο χρόνος, που μεσολαβεί από την κράτηση μέχρι την άφιξη του πελάτη, είναι πολύ μικρός και δεν μπορούμε να ζητήσουμε προκαταβολή, σε αυτή τη περίπτωση θα πρέπει να συμφωνήσουμε με τον πελάτη για την ώρα άφιξης του στο ξενοδοχείο, πέραν της οποίας το δωμάτιο μπορεί να διατεθεί σε άλλο πελάτη.

2, Με TELEX- TELEFAX

Απάντηση του ξενοδοχείου για την αποδοχή ή μη της κράτησης την ίδια μέρα και με το ίδιο συνήθως μέσον. Αν είναι μια δύσκολη περίοδος και χρειαζόμαστε κάποιο χρόνο για να μελετήσουμε τα πλάνα κρατήσεων μας, τότε απαντάμε την ίδια μέρα και γνωρίζουμε στον ενδιαφερόμενο την ημερομηνία, που θα είμαστε σε θέση να δώσουμε μία οριστική απάντηση.

3, ΜΕ ΓΡΑΜΜΑ

Απάντηση του ξενοδοχείου στο γράμμα το αργότερο εντός τριών ημερών από την λήξη του. Ακολουθούμε στην απάντηση μας όλους τους κανόνες της ξενοδοχειακής αλληλογραφίας δηλαδή ακρίβεια, σαφήνεια, απλότητα, ευγένεια, όχι περιττά λόγια, ορθογραφία, καλή σύνταξη και τέλος σωστή διάταξη του κειμένου στο χαρτί.

4, ΜΕ ΤΗΛΕΓΡΑΦΗΜΑ

Απαντάμε την ίδια μέρα με τηλεγράφημα. Αν χρησιμοποιήθηκε ξενοδοχειακός τηλεγραφικός κώδικας, θα απαντήσουμε κι εμείς με τον ίδιο κώδικα.

5.ΜΕ VOUCHER- ROOMING LIST

Προερχόμενα από τα γραφεία ταξιδιών, που δεν έχουνε μαζί τους allotment.

Γίνεται συνήθως ζήτηση της κράτησης δωματίου πρώτα από τα παραπάνω αναφερόμενα μέσα και στη συνέχεια το γραφείο στέλνει voucher εις διπλούν ή τριπλούν. Συμπληρώνουμε την ημερομηνία παραλαβής, υπογράφουμε ένα ή περισσότερα αντίγραφα από αυτά, αφού βάλουμε τη σφραγίδα του ξενοδοχείου τα στέλνουμε στη διεύθυνση του γραφείου για επικύρωση της κράτησης.

Προερχόμενα από γραφεία ταξιδιών, που έχουμε μαζί τους allotment.

Στέλνονται στο ξενοδοχείο πριν να λήξει η release period. Ένα αντίγραφο από αυτά επιστρέφουμε στη διεύθυνση του γραφείου, αφού το υπογράψουμε και γράψουμε επάνω την ημερομηνία παραλαβής. Πριν να το επιστρέψουμε, έχουμε ελέγξει αν όλα τα στοιχεία που αναφέρονται σε αυτά συμφωνούν με τους αντίστοιχους όρους του υπάρχοντος μεταξύ ξενοδοχείου και γραφείου συμβολαίου κι αν το πλήθος των δωματίων δεν ξεπερνάει εκείνο του allotment.

6,ΜΕ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ

Ο τρόπος αυτός εφαρμόζεται σε αλυσίδες μεγάλων ξενοδοχείων και σε μεγάλα ταξιδιωτικά γραφεία.

Ένας κεντρικός ηλεκτρονικός υπολογιστής, στα κεντρικά γραφεία μιας μεγάλης αλυσίδας ξενοδοχείων, δέχεται την κρατήσεις για όλα τα ξενοδοχεία της

ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΦΙΞΟ – ΑΝΑΧΩΡΗΣΕΙΣ ΤΗΣ ΗΜΕΡΑΣ

Με βάση το Δελτίο Προβλεπόμενης κινήσεως η πρωινή βάρδια προετοιμάζει το πλάνο δωματίων κατά τρόπον που να απεικονίζει η προβλεπόμενη κίνηση της ημέρας καθώς και τα κενά δωμάτια της ημέρας.

Στη συνέχεια προετοιμάζει τις registration cards για τις αναμενόμενες αφίξεις συμπληρώνοντάς τες με όσα στοιχεία υπάρχουν στην αλληλογραφία κρατήσεως και τις ταξινομεί κατά τρόπο που να τις βρίσκει εύκολα με την άφιξη του πελάτη.

Όταν ο πελάτης είναι Πρακτορειακός και το πρακτορείο έχει αναλάβει να εξοφλήσει το λογαριασμό των συμφωνηθέντων του πελάτη, δε θα αναγράφουμε ποτέ πάνω στη κάρτα τη συμφωνηθείσα τιμή, αντίθετα, αν ο πελάτης είναι Μεμονωμένος όχι μόνο θα πρέπει να αναγράψουμε την τιμή, αλλά οφείλουμε να την αναφέρουμε κατά την εγγραφή του πελάτη στο front desk και να του αναλύσουμε τι συμπεριλαμβάνεται σε αυτή.

Ο υπεύθυνος της βάρδιας θα πρέπει να είναι σε συνεχή επαφή με την Προϊσταμένη των ορόφων, να την ενημερώνει για τις αναχωρήσεις που πραγματοποιήθηκαν, τα δωμάτια που χρειάζεται κατά προτεραιότητα να ετοιμαστούν. Εάν για κάποιο λόγο δεν ενημερώθηκε για την κατάσταση ενός δωματίου και ο πελάτης έχει ήδη αφιχθεί στο ξενοδοχείο καλύτερα να τον αφήσει πέντε λεπτά να περιμένει, παρά να τον στείλει σε ένα δωμάτιο ατακτοποιητό.

Η πρώτη εντύπωση του πελάτη για την οργάνωση του ξενοδοχείου δεν θα είναι καθόλου καλή.

Σε μεγάλα ξενοδοχεία η ενημέρωση αυτή γίνεται μέσω η / υ.

Βήμα προς βήμα οι ενέργειες που γίνονται από τους υπαλλήλους της υποδοχής από τη στιγμή της εμφανίσεως μιας προβλεπόμενης άφιξης πελάτη στην είσοδο του ξενοδοχείου μέχρι τη στιγμή εγκαταστάσεώς του στο δωμάτιο.

- ✓ Ο εξωτερικός θυρωρός θα υποδεχθεί τον πελάτη στο χώρο έξω από την κεντρική είσοδο του ξενοδοχείου, θα του ανοίξει την πόρτα του αυτοκινήτου ή θα τον βοηθήσει να κατέβει από το λεωφορείο, αν δεν είναι κοντά στην είσοδο ο groom, φροντίζει να τον ειδοποιήσει για να μεταφέρει τις αποσκευές.
- ✓ Στην υποδοχή που θα κατευθυνθεί ο πελάτης καλωσορίζεται εγκάρδια από το receptionist και αν είναι σίγουρος περί ποίας αφίξεως είναι , τον προσφωνεί με το όνομα του.
- ✓ Ζητάει ευγενικά από τους πελάτες Διαβατήρια ή ταυτότητες.
- ✓ Συμπληρώνει όσα στοιχεία λείπουν από τα registration card, σιγουρεύεται για τους όρους που έχουν συμφωνηθεί κατά την κράτηση και τον παρακαλεί να καταγράψει την κάρτα.
- ✓ Αν υπάρχει κάποιο μήνυμα ή αλληλογραφία για τον πελάτη θα βρίσκεται στις θυρίδες των κλειδιών, στον αριθμό δωματίου που ο receptionist θα γυρέψει και το αντίστοιχο κλειδί, για να συνοδέψει τον πελάτη στο δωμάτιο του. Παραδίδει στον πελάτη την αλληλογραφία ή τα μηνύματα.

Βγαίνοντας ο receptionist έξω από το το desk, παίρνει μία θέση δεξιά ή αριστερά από τον πελάτη και αν οι κυρίες ιδιαίτερα κρατούν μικροαποσκευές, ζητάει ευγενικά να τις βοηθήσει.

Ο υπάλληλος θα πρέπει να γνωρίζει καλά τη θέση του δωματίου και να μην πηγαίνει ψάχνοντας ή το χειρότερο να οδηγεί τους πελάτες σε λάθος όροφο.

Φθάνοντας έξω από τη θύρα του δωματίου, ξεκλειδώνει, προηγείται των πελατών για να ανάψει τα φώτα, τις κουρτίνες και τα εξώφυλλα, τους δείχνει τη θέα του δωματίου και άλλες ανέσεις και ευκολίες του δωματίου όπως air – condition κ. α

Βεβαιώνεται ότι ο πελάτης μένει ικανοποιημένος από το δωμάτιο και αποχωρεί αφού τους ευχηθεί καλή διαμονή.

- ✓ Μετά την συνοδεία του πελάτη θα ελέγξει ο receptionist αν στάλθηκαν ήδη οι αποσκευές στο δωμάτιο του.
- ✓ Ενημερώνει το πλάνο δωματίων, για να δείχνει ότι ο πελάτης είναι διαμένων.

ΑΦΙΞΗ GROUP

Η προετοιμασία του Front Desk για άφιξη ενός group εξαρτάται από τον αριθμό των ατόμων του. Οι ίδιες διατυπώσεις που χρειάζονται για την άφιξη ενός μεμονωμένου πελάτη, χρειάζονται και για ένα group.

Ο πελάτης είναι συνήθως ταλαιπωρημένος από το ταξίδι και εύκολα εκνευρίζεται και δυσαρεστείται, αν πρόκειται να περιμένει για αρκετό διάστημα ορθός στην υποδοχή μέχρι που να έλθει η σειρά της εγγραφής του.

Θα πρέπει λοιπόν το προσωπικό κατά τέτοιο τρόπο τη δουλειά του, ώστε και οι διατυπώσεις να γίνουν σωστά και οι πελάτες να φύγουν όσο γίνεται πιο γρήγορα από το χώρο της Υποδοχής.

Ανάπτυξη διαφόρων προγραμματισμένων ενεργειών για την υποδοχή ενός group

Δίνουμε στον αντιπρόσωπο του πρακτορείου τα registration cards συμπληρωμένα με τα στοιχεία της κράτησης και τον αριθμό δωματίου που θα πάρει με την άφιξη του ο πελάτης. Διανέμονται από τον Αντιπρόσωπο στους πελάτες κατά την άφιξη τους στον σταθμό του μέσου μεταφοράς τους, με την παράκληση να συμπληρώσουν σε αυτή την διεύθυνση κατοικίας τους και να υπογράψουν .

Με την άφιξή τους οι πελάτες στο ξενοδοχείο θα παραδώσουν τη registration card μαζί με τα διαβατήρια τους, ο δε υπάλληλος της υποδοχής θα τους δώσει το κλειδί του δωματίου και τα καρτελάκια αποσκευών, όσες θα είναι και οι αποσκευές τους. Ο υπάλληλος εύχεται καλή διαμονή στο πελάτη και του λέει σε ποιον όροφο είναι το δωμάτιο του.

ΑΠΡΟΒΛΕΠΤΗ ΑΦΙΞΗ

Είναι η στιγμή που ο υπάλληλος θα παίξει το σπουδαιότερο κομμάτι του ρόλου του. Όταν έχουμε κενά δωμάτια πρέπει να κάνουμε τα πάντα για να τα νοικιάσουμε. Όταν κάποιος ταξιδιώτης μπει στο ξενοδοχείο για να ρωτήσει αν έχουμε ελεύθερα δωμάτια, θα προσπαθήσουμε να τον κρατήσουμε. Για να το καταφέρουμε αυτό θα πρέπει να γνωρίζουμε δύο πράγματα

- ✓ Το προϊόν που πουλάμε και
- ✓ Την ψυχολογία του πελάτη

ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΤΟΥ FRONT OFFICE ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΗ ΚΙΝΗΣΗ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ

1 ΦΑΣΗ

Για κάθε μήνα λειτουργία του ξενοδοχείου από ένα μήνα πριν ο προϊστάμενος της υποδοχής ενημερώνει τα άλλα τμήματα του ξενοδοχείου για την προβλεπόμενη κίνηση του μηνός.

Την ίδια ενημέρωση κάνει στη συνέχεια και για κάθε εβδομάδα του μήνα μία πάλι εβδομάδα πριν.

Ενημερώνει για την πληρότητα του ξενοδοχείου κατά ημέρα, σημειώνει δε ιδιαίτερα τις ημερομηνίες που έχουν προγραμματισθεί να γίνουν εξαιρετικές εκδηλώσεις, όπως συνέδρια, δεξιώσεις, εκθέσεις έργων τέχνης κ. α.

2 ΦΑΣΗ

Ανελλιπώς κάθε ημέρα η υποδοχή συντάσσει δελτίο προβλεπόμενης κινήσεως για την επόμενη μέρα και με αυτό ενημερώνει τα τμήματα για τις αφίξεις, αναχωρήσεις, αλλαγές και δύναμη ημέρας αναλυτικά σε αριθμό ατόμων που θα είναι Room breakfast, Half board, Full board κ. λ. π.



ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΗ ΤΩΝ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ

- ✓ Στο ημερολόγιο
- ✓ Στο πλάνο κρατήσεων
- ✓ Στο μητρώο πελατών
- ✓ Στο πλάνο παρακολούθησης των Allotments

ΗΜΕΡΟΛΟΓΙΟ (βιβλίο κρατήσεων)

Το βιβλίο αυτό καλείται ημερολόγιο γιατί κάθε σελίδα ή φύλλο του αντιστοιχεί και μια μέρα του έτους.

Τα φύλλα του είναι έντυπα με κατάλληλη γραμμογράφηση για να καταγράψουμε σε αυτά όλα τα στοιχεία της κράτησης.

Χρησιμότητα του ημερολογίου

- ✓ Με το κοίταγμα και μόνο της σελίδας του βιβλίου σε κάποια ημερομηνία πληροφορούμεθα για το πλήθος των αφίξεων κατ την ημέρα αυτή και προετοιμάζουμε ανάλογα το τμήμα της υποδοχής για την προβλεπόμενη κίνηση.
- ✓ Μπορούμε να δώσουμε ή να πάρουμε αμέσως πληροφορίες για κάποια κράτηση, χωρίς να χρειασθεί να ψάχνουμε την αλληλογραφία κρατήσεως στους φακέλους
- ✓ Η αντιγραφή της κράτησης και στο ημερολόγιο είναι μία επιπλέον ασφάλεια για το τμήμα, στην περίπτωση που η αλληλογραφία χαθεί ή τοποθετηθεί σε λάθος φάκελο και δε θα βρεθεί στην δυσάρεστη θέση, να παρουσιασθεί πελάτης με κράτηση και να μην έχει προετοιμασθεί για την άφιξή του.

ΜΗΤΡΩΟ ΠΕΛΑΤΩΝ

Είναι ένα αλφαβητικό ευρετήριο των πελατών, που έχουν μείνει τουλάχιστον μια φορά στο ξενοδοχείο. Ενημερώνεται συνεχώς και μπορεί να θεωρηθεί ένα πολύτιμο βοήθημα μνήμης για χρήση των υπαλλήλων της υποδοχής των ξενοδοχείων, που ζητούν να εξασφαλίσουν στην πελατεία τους μια παροχή υπηρεσιών φροντισμένη και προσωπική.

Από τι αποτελείται το μητρώο πελατών

- ✓ Από καρτελλοθήκες με χωρίσματα, που φέρουν αλφαβητικό ευρετήριο
- ✓ Από κάρτες μικρών συνήθως διαστάσεων

Χρησιμότητα του μητρώου

- ✓ Όταν σας ζητούν μία κράτηση δωματίου θα θέλατε να γνωρίζετε,
- ✓ Εάν ο πελάτης έχει μείνει και άλλη φορά στο ξενοδοχείο,
- ✓ Εάν ναι, πότε και πόσες φορές ,
- ✓ Εάν πρόκειται για έναν καλό πελάτη ή για κάποιον που δεν θα έπρεπε να ξαναπάρτε, λόγω φερεγγυότητας, κακής συμπεριφοράς κ. λ. π .
- ✓ Εάν συνήθως του προσφέρεται λουλούδια, φρούτα, κρασί ή σαμπάνια,
- ✓ Ποιες είναι οι επιθυμίες του πελάτη ή οι προτιμήσεις του σε ότι αφορά το δωμάτιο, το τραπέζι κ. α.
- ✓ Εάν συνηθίζετε να του χορηγείτε κάποια έκπτωση και τι ποσοστό,
- ✓ Εάν στο παρελθόν έχει παραπονεθεί για κάτι και δεν πρέπει να επαναληφθεί αυτό,
- ✓ Εάν κάνει μικρή ή μεγάλη κατανάλωση στα τμήματα,
- ✓ Εκτός αυτών έχετε ανάγκη από μία λίστα με διευθύνσεις των πελατών σας για να τους στείλετε μια ευχετήρια κάρτα τα Χριστούγεννα, τον Καινούργιο χρόνο κ .λ .π

Τι συμπληρώνουμε πάνω στην κάρτα

Γενικές πληροφορίες που γράφονται κατά την πρώτη άφιξη

Επώνυμο, όνομα, διεύθυνση κατοικίας, αριθμός διαβατηρίου ή ταυτότητας, ημερομηνία αφίξεως – αναχωρήσεως.

Πληροφορίες που αλλάζουν με κάθε άφιξη

Ημερομηνία άφιξης – αναχώρησης , αριθμός δωματίου, αριθμός ατόμων, συμφωνηθείσα τιμή.

Ειδικές πληροφορίες

- ✓ Προτίμηση δωματίου
- ✓ Παράπονα
- ✓ Έκπτωση
- ✓ Προσφορά φρούτων, λουλουδιών κατά την άφιξη
- ✓ Διάφορες σημειώσεις όπως V. I .P

Φτιάχνουμε μια κάρτα για κάθε νέο πελάτη. Δεν φτιάχνουμε για σύζυγο και παιδιά που συνοδεύονται.

Ταξινομούμε τις κάρτες στο αρχείο με αλφαβητική σειρά

Όταν η παλιά γεμίσει, συμπληρώνουμε καινούργια

Για πελάτες που μένουν στο ίδιο δωμάτιο, αλλά έχουν διαφορετικό όνομα θα συμπληρώσουμε δύο κάρτες.

Αρχείο μητρώου

Το αρχείο του μητρώου πελατών χωρίζεται σε τρία τμήματα.

2. Στο τμήμα που περιέχει τις κάρτες όλων των πελατών που έχουν μείνει στο ξενοδοχείο κατά τα τελευταία πέντε χρόνια.
3. Στο τμήμα που περιέχει τις κάρτες των πελατών, που έχουν κάνει κράτηση και αναμένονται να φθάσουν στο ξενοδοχείο και
4. Στο τμήμα που περιέχει τις κάρτες των πελατών που είναι ήδη στο ξενοδοχείο

Έλεγχος και ξεκαθάρισμα του αρχείου

Σε περίοδο που δεν υπάρχει πολλή δουλειά, συνήθως ο ασκούμενος σε μία υποδοχή τσεκάρει το αρχείο για να διαπιστώσει αν οι κάρτες είναι ταξινομημένες με αλφαβητική σειρά. Όσες κάρτες πελατών βρίσκει, που έμειναν μία και μόνη φορά στο ξενοδοχείο, έχουν δε περάσει πέντε χρόνια από την αναχώρησή τους, μπορεί να τις πετάξει.

Ορισμένα ξενοδοχεία πριν να τις πετάξουν, στέλνουν διαφημιστικό υλικό στην διεύθυνση του πελάτη και γράμμα, που να τον πληροφορεί για ανακαινίσεις που έγιναν στο ξενοδοχείο στο χρονικό διάστημα των πέντε ετών.

ΠΛΑΝΑ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ

Σκοπός του κάθε υπευθύνου κρατήσεων θα πρέπει να είναι, για όσους μήνες λειτουργεί το ξενοδοχείο, να επιτυγχάνει το μέγιστο ποσοστό πληρότητας δωματίων. Η επιτυχία του παραπάνω σκοπού εξαρτάται κατά μέγιστο λόγο από τη μέθοδο που χρησιμοποιεί ο υπεύθυνος κρατήσεων για την παρακολούθηση των κρατήσεων και κατά πόσο η μέθοδος αυτή είναι ικανή σε κάθε στιγμή να του προσφέρει γρήγορα και με σιγουριά την παρακάτω πληροφορία

Πόσα δωμάτια είναι ήδη νοικιασμένα ή διαφορετικά πόσα δωμάτια υπάρχουν διαθέσιμα για ενοικίαση, σε κάθε στιγμή που θα ζητηθεί και για οποιοδήποτε χρονικό διάστημα, που το ξενοδοχείο θα είναι σε λειτουργία.

Για ένα μικρό ξενοδοχείο η μέθοδος που χρησιμοποιείται για την παρακολούθηση των κρατήσεων είναι συνήθως απλή και εύκολη και κατά συνέπεια και η ετοιμότητα του υπευθύνου κρατήσεων, για να απαντήσει σε διάφορες ζητήσεις κρατήσεων είναι σε ένα ικανοποιητικό βαθμό.

Είδη πλάνων κρατήσεων

Τα πλάνα κρατήσεων διακρίνονται ανάλογα με τη μέθοδο που χρησιμοποιείται για την ενημέρωσή τους σε:

- ✓ Πλάνο κρατήσεων σε κάθε όροφο και αριθμό δωματίου
- ✓ Πλάνο κρατήσεων σε κάθε κατηγορία δωματίων
- ✓ Πλάνο κρατήσεων αριθμητικό.

Μερικές χρήσιμες πληροφορίες για την ενημέρωση του πλάνου κρατήσεων για κάθε όροφο και αριθμό δωματίου

1. Οι εγγραφές των κρατήσεων θα πρέπει να γίνονται back to back, για να μην δημιουργούνται πολλά μικρά κενά μεταξύ των δωματίων και δεν μπορούμε εύκολα να δούμε τη διαθεσιμότητα των ελεύθερων δωματίων.
2. Στο γραφικό πλάνο οι εγγραφές θα πρέπει να γίνονται πάντοτε με μολύβι, για να μπορούμε να κάνουμε αλλαγές πάνω στο πλάνο.
3. Εάν κάποιος πελάτης δεν πρέπει να μετακινηθεί από το δωμάτιο που περάσαμε την κράτηση του, γράφουμε δίπλα από το όνομα του τα διακριτικά (D. N. A.) , που σημαίνουν μην το αλλάξετε.

ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΜΕ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ

Τροποποιήσεις – αλλαγές

Όταν ένας πελάτης επιθυμεί να τροποποιήσει την κράτηση του ο υπάλληλος της υποδοχής χρειάζεται απαραίτητα:

Να γνωρίζει την ημερομηνία άφιξης της αρχικής κράτησης του πελάτη, γιατί πρέπει να βγάλει την αλληλογραφία από φάκελο κρατήσεων .

Εάν η τροποποίηση είναι δυνατή και ο χρόνος το επιτρέπει να γράψει

Ένα γράμμα με επιβεβαίωση της τροποποίησης

Στη συνέχεια να σημειώσει την τροποποίηση

Στο πλάνο κρατήσεων

1. Στην agenda
2. Στο μητρώο πελατών
3. Στο πλάνο παρακολουθήσεως των allotments

Την τροποποίηση της κράτησης την έχουμε σημειώσει πάνω στο δελτίο κράτησης

Αν ο πελάτης είναι Πρακτορειακός η τροποποίηση επικυρώνεται με voucher

ΑΚΥΡΩΣΕΙΣ

Μία ακύρωση κρατήσεως σπάνια δίνει χαρά, ιδίως όταν φθάνει την τελευταία στιγμή. Παρόλα αυτά είναι αγένεια να αντιμετωπίσουμε τον πελάτη με κακή διάθεση ή με ενοχλημένο ύφος, θα πρέπει να μιλήσουμε πολύ ευγενικά κι ακόμη να του πούμε ότι λυπούμεθα που δε θα μας δοθεί η ευχαρίστηση να τον υποδεχθούμε.

Μία ακύρωση γνωστοποιείται στο ξενοδοχείο με ένα από τα μέσα ή τους τρόπους που αναφέραμε και στις κρατήσεις, σημειώνεται δε σε ένα ειδικό έντυπο ή πάνω σε ένα δελτίο κρατήσεως, αφού γράψουμε τη λέξη “cancellation”

Η Cancellation form τοποθετείται πάνω από την αλληλογραφία της αρχικής κράτησης, καρφιστώνεται μαζί και φυλάγονται στο φάκελο των ακυρώσεων, που είναι και αυτός μέρος του αρχείου της υποδοχής. Ο φάκελος των ακυρώσεων έχει ένθετο αλφαβητικό ευρετήριο και για την τοποθέτηση της αλληλογραφίας οδηγούμαστε από το αρχικό γράμμα του επωνύμου του πελάτη ή του ονόματος του πρακτορείου.

Αν ο πελάτης είναι πρακτορειακός η ακύρωση επικυρώνεται με Cancellation voucher.

NO SHOWS

Ονομάζεται έτσι ο πελάτης- μεμονωμένοι ή πρακτορειακοί – οι οποίοι αν και είχαν κράτηση, κατά την ημέρα της αφίξεώς που δεν παρουσιάστηκαν στο ξενοδοχείο ούτε ακύρωσαν ή αφίχθηκαν την επόμενη μέρα.

WAITING LIST

Όταν σε μία χρονική περίοδο δεν υπάρχουν ελεύθερα δωμάτια στο ξενοδοχείο σωστό είναι

να τηρούμε μία λίστα αναμονής και να ρωτάμε τον όποιο ενδιαφερόμενο για μία κράτηση, αν θέλει να εγγραφεί σε αυτή. Σε περίπτωση που παρουσιασθεί μία ακύρωση, διαλέγουμε έναν πελάτη όχι κατά σειράς προτεραιότητας, αλλά ανάλογα με το χρονικό διάστημα του κενού, που μας παρουσιάστηκε με την ακύρωση κι εκείνου της ζήτησης.

ΠΡΟΣΩΡΙΝΗ

Λέγεται έτσι μία κράτηση που δεν είναι επικυρωμένη ούτε από τον πελάτη ούτε από το ξενοδοχείο.

OVERBOOKING

Όταν το ξενοδοχείο κάνει κρατήσεις για περισσότερα δωμάτια από όσα είναι η δυναμικότητα του, τότε έχει κάνει overbooking.

Όταν το overbooking είναι μικρό, σε σχέση πάντοτε με τη δυναμικότητα του ξενοδοχείου, τότε έχουμε πολλές πιθανότητες να το ισοσκελίσουμε με τις πιθανές ακυρώσεις που θα παρουσιαστούν, όταν όμως είναι μεγάλο, δύσκολα ξεπερνιέται.

Όσο όμως κι αν τακτοποιήσουμε τους πελάτες μας κατά τον καλύτερο τρόπο και σε καλύτερο ακόμη και από το δικό μας ξενοδοχείο, οι δυσαρέσκεις δε λείπουν ποτέ και το overbooking έχει τότε όχι μόνο άσχημες επιπτώσεις στο ξενοδοχείο ειδικά, αλλά και στον ελληνικό Τουρισμό γενικότερα.

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΜΟΣ ΠΟΥ ΔΙΔΕΤΑΙ ΣΤΟ ΠΕΛΑΤΗ Η ΣΤΗΝ ΚΡΑΤΗΣΗ ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΠΛΗΡΩΜΗΣ ΤΟΥ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ

ΜΕΜΟΝΩΜΕΝΟΣ

Η κράτηση έχει γίνει από ιδιώτη και εξοφλεί ο ίδιος τον λογαριασμό του

Η κράτηση έχει γίνει από πρακτορείο, το οποίο όμως δεν αναλαμβάνει την εξόφληση του λογαριασμού του και είναι μεσολαβητής μόνο για την κράτηση. Ο λογαριασμός εξοφλείται εξ ολοκλήρου από τον πελάτη, το δε πρακτορείο δικαιούται μία προμήθεια, η οποία συνήθως κυμαίνεται σε ποσοστό από 8 – 12% επί της συμφωνηθείσης τιμής του Arrangement του πελάτη και για όσες μέρες μείνει στο ξενοδοχείο .

ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑΚΟΣ

Λέγεται ο πελάτης του οποίου η κράτηση έγινε μέσω Πρακτορείου με voucher – rooming list, το πρακτορείο δεν αναλαμβάνει την εξόφληση του λογαριασμού του πελάτη για το Arrangement.

Στην σπάνια περίπτωση που το πρακτορείο αναλαμβάνει και την εξόφληση του λογαριασμού των extras, τότε η κράτηση λέγεται full credit.

Για να μπορέσουμε να εισπράξουμε το ποσό που εμφανίζεται στο λογαριασμό του πελάτη, θα πρέπει οπωσδήποτε κατά την άφιξή του στο ξενοδοχείο να του ζητήσουμε αντίγραφο της κρατήσεως τους.

Οι τιμές που προσφέρονται στα πρακτορεία από τα ξενοδοχεία είναι συνήθως οι τιμές του τιμοκαταλόγου για μεμονωμένους πελάτες και πάνω σε αυτές καθορίζουν και το ποσοστό προμηθείας τους.

Αν το ξενοδοχείο προσφέρει στο πρακτορείο τιμή μικρότερη του τιμοκαταλόγου και τη χαρακτηρίσει ως net , τότε το πρακτορείο γνωρίζει ότι δε δικαιούται να ζητήσει προμήθεια.



ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΓΚΗ ΤΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ :

Είναι γεγονός ότι η σημερινή ξενοδοχεία είναι Βιομηχανία με θεωρητική και πρακτική εφαρμογή, που η εύρυθμη λειτουργία της και η αντιμετώπιση των προβλημάτων της χρειάζεται στελέχη με θεωρητική και πρακτική κατάρτιση σε όλα τα επίπεδα, από τον διευθυντή μέχρι και τον κατώτερο υπάλληλο.

Η εποχή που ο ξενοδόχος συνεργάτης εργαζόταν περισσότερο με τα χέρια και λιγότερο με τη διάνοηση ή έλυνε χωρίς προγραμματισμό, εμπειρικά και κατά περίπτωση κάθε πρόβλημα, πρέπει να θεωρείται οριστικά ξεπερασμένη.

Η σημερινή μορφή τουριστικών επιχειρήσεων διαμονής(ξενοδοχεία, Μοτέλ, Μπαγκαλούς, ξενώνες κ. λ. π.) απαιτεί λειτουργία και παροχή υπηρεσιών σε επίπεδο που να ανταποκρίνεται και να προσαρμόζεται στη σημερινή μορφή ζωής του σύγχρονου ανθρώπου.

Για να επιτευχθεί ο στόχος αυτός, το προσωπικό μιας σημερινής τουριστικής επιχείρησης πρέπει να είναι του ίδιου μορφωτικού και πολιτιστικού επιπέδου, ανεξάρτητα από την ειδικότητα και από το πόστο όπου εργάζεται, διότι η σωστή παροχή υπηρεσιών στον πελάτη επιτυγχάνεται μόνο με την απόλυτη και αλυσιδωτή συνεργασία του διευθυντή με τους υπαλλήλους του.

Στον Ελληνικό χώρο η σωστή ξενοδοχειακή και τουριστική εκπαίδευση είναι επιτακτική ανάγκη διότι ο τουρισμός την τελευταία δεκαετία πραγματοποιεί μεγάλα βήματα αλλά και μετά την είσοδό μας στην ΕΟΚ άρχισε η ελεύθερη διακίνηση των εργαζομένων από χώρα σε χώρα και θα πρέπει τα τουριστικά στελέχη και οι τουριστικές μας επιχειρήσεις να ανταποκρίνονται και να αντέχουν στον ανταγωνισμό των ξένων που έρχονται να εργασθούν στη χώρα μας.

Βασικό και αποφασιστικό ρόλο για την επιτυχημένη οργάνωση μιας τουριστικής επιχείρησης διαμονής, παίζει η σωστή θεωρητική και πρακτική εκπαίδευση στις λειτουργίες του τμήματος της υποδοχής.

Ας μη ξεχνάμε ότι το ξενοδοχείο είναι μια επιχείρηση προσφοράς υπηρεσιών που η επιτυχία της εξαρτάται πολύ περισσότερο από την οργάνωσή του και το έμπυχο υλικό, παρά από τις ωραίες αίθουσες ή τις πολυτελείς εγκαταστάσεις.

Αρχίζοντας λοιπόν ας καθιερώσουμε σαν πρώτο κανόνα ότι επιτυχημένη υποδοχή σημαίνει εξυπηρέτηση με χαμόγελο, προθυμία, ευγένεια, υπομονή και αξιοπρέπεια, από τον υπάλληλο προς τον πελάτη.



ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ ΥΠΟΔΟΧΗΣ :

Οι νέοι υπάλληλοι που προσλαμβάνονται στην υποδοχή, αναλώνουν ένα χρονικό διάστημα για ενημέρωση και εκπαίδευση στα καθήκοντα της θέσης για την οποία προσλήφθηκαν. Η διάρκεια αυτού του χρόνου εξαρτάται από το μέγεθος, την κατηγορία και τον τρόπο οργάνωσης του ξενοδοχείου.

Η γνωριμία και η εξοικείωση, τόσο με το χώρο της υποδοχής όσο και με τους υπόλοιπους χώρους του ξενοδοχείου, κρίνεται απαραίτητη, για να αποκτήσει ο νεοπροσληφθείς υπάλληλος σαφή εικόνα των υπηρεσιών που παρέχει το ξενοδοχείο.

Μια σειρά από πληροφορίες που αφορούν στο βαθμό ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών, καθώς και κάποιες τεχνικές λεπτομέρειες στον τρόπο εκτέλεσης των καθηκόντων του, συντελούν στη σύντομη ένταξη του νέου υπάλληλου στην ομάδα των συναδέλφων του. Επίσης, τον βοηθούν να φθάσει στο βαθμό αποδοτικότητας που απαιτεί η διοίκηση του ξενοδοχείου

Μερικές από τις πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται στους νέους υπαλλήλους είναι:

- Ø Οι υπηρεσίες που παρέχονται από το τμήμα και το ξενοδοχείο γενικότερα
- Ø Το είδος της πελατείας
- Ø Οι κατηγορίες των δωματίων και οι τιμές τους
- Ø Ο τρόπος με τον οποίο σχετίζεται η δική τους εργασία με την εργασία των συναδέλφων τους και τη λειτουργία των άλλων τμημάτων
- Ø Ο τρόπος οργάνωσης του τμήματος
- Ø Ποιο μηχανικό εξοπλισμό θα χειρίζονται.

Εκτός από τους νεοπροσληφθέντες υπαλλήλους στην υποδοχή, προγράμματα εκπαίδευσης καλούνται να παρακολουθούν όλοι οι εργαζόμενοι στο τμήμα.

Ένας βασικός λόγος που επιβάλλει τη διοργάνωση τέτοιων προγραμμάτων είναι η εφαρμογή νέων μεθόδων και τεχνικών δεξιοτήτων οι οποίες στοχεύουν στη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών από το τμήμα.

Ένας άλλος λόγος που το προσωπικό της υποδοχής πρέπει να εκπαιδευτεί είναι όταν το τμήμα εξοπλίζεται με σύγχρονα μηχανήματα (ηλεκτρονικό υπολογιστή, αυτόματο τηλεφωνικό κέντρο) ή όταν αντικαθίσταται ο ήδη υπάρχον ηλεκτρονικός εξοπλισμός με άλλον.

Το περιεχόμενο των εκπαιδευτικών προγραμμάτων, που συχνά επαναλαμβάνονται για τους υπαλλήλους της υποδοχής, αφορά στη συμπεριφορά των υπαλλήλων προς τους πελάτες, στην απόκτηση ικανοτήτων επικοινωνίας μέσω τηλεφώνου, στις τεχνικές δεξιότητες πώλησης δωματίων, προσωπικά και από το τηλέφωνο, στην εκμάθηση ξένων γλωσσών, στην προσωπική εμφάνισή τους κ. α.

Μέσα από αυτά τα εκπαιδευτικά προγράμματα, οι υπάλληλοι της υποδοχής πρέπει να παρακινούνται να αναλαμβάνουν ατομικές πρωτοβουλίες στον τομέα τους, οι οποίες όμως δεν θα αποκλίνουν από τον επιδιωκόμενο στόχο της ξενοδοχειακής επιχείρησης, που είναι η πλήρης ικανοποίηση του πελάτη.

Πολλές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, συνήθως αυτές που ανήκουν σε υψηλή κατηγορία, πιστεύουν ότι η καλύτερη μέθοδος εκπαίδευσης του προσωπικού υποδοχής είναι αυτή που εξασφαλίζει την τυποποίηση τόσο των παρεχόμενων υπηρεσιών όσο και της συμπεριφοράς των υπαλλήλων προς τους πελάτες.

Για το σκοπό αυτό δίνουν στους υπαλλήλους γραπτές οδηγίες, στις οποίες περιγράφονται με κάθε λεπτομέρεια οι κινήσεις και η συμπεριφορά που πρέπει να ακολουθούν σε κάθε περίπτωση. Επίσης, τους προτείνουν να χρησιμοποιούν συγκεκριμένες φράσεις «κλισέ». Εύγλωττο είναι το παρακάτω παράδειγμα γραπτής οδηγίας προς τον υπάλληλο υποδοχής, για τον τρόπο καλωσορίσματος πελάτη:

«καλημέρα σας, πως μπορώ να σας εξυπηρετήσω;» (Χαμόγελο!!!!!!!)

η παραπάνω αντίληψη και πρακτική, για τυποποίηση των υπηρεσιών της υποδοχής και της συμπεριφοράς των υπαλλήλων, υιοθετείται από πολλά ξενοδοχεία για πολλά χρόνια. Όμως υπάρχει μεγάλη αμφισβήτηση για την αποτελεσματικότητά της εκ μέρους της πελατείας τους, η οποία αντιλαμβάνεται αμέσως την προσποιητή συμπεριφορά από την έμφυτη και, φυσικά, προτιμά την δεύτερη.

Πρέπει να γίνει κατανοητό από τους εκπαιδευτές, ότι ο τρόπος εκπαίδευσης της συμπεριφοράς των υπαλλήλων, δεν μπορεί να είναι ίδιος με αυτόν που ακολουθείται για την εκπαίδευση τους στο μηχανικό εξοπλισμό της υποδοχής.

Επομένως, οι τυποποιημένες πρακτικές συμπεριφοράς των υπαλλήλων υποδοχής, είναι επίπλαστες και ανακόλουθες με την έννοια της πηγαίας φιλοξενίας που τα ξενοδοχεία επιδιώκουν να παρέχουν στους πελάτες τους.

Ο σχεδιασμός και το περιεχόμενο των υπηρεσιών του ξενοδοχείου είναι προσανατολισμένα στην προσέλκυση πελατών.

Κάθε πελάτης, όμως, είναι μια ξεχωριστή προσωπικότητα με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά στοιχεία και κοινωνική συμπεριφορά και πρέπει να αντιμετωπίζεται ανάλογα από τους υπαλλήλους υποδοχής. Έχοντας υπόψη ότι οι ανάγκες και οι απαιτήσεις των πελατών σε ότι αφορά στην παρεχόμενη φιλοξενία μεταβάλλονται διαρκώς, οι υπάλληλοι που μπορούν να παίρνουν πρωτοβουλίες είναι ιδιαίτερα χρήσιμοι και αποδοτικοί στην υποδοχή.

Επιπλέον, οι υπάλληλοι της υποδοχής πρέπει να έχουν αυξημένη αντίληψη και ικανότητα να παρουσιάζουν και να προσαρμόζουν τις προσφερόμενες υπηρεσίες, στις ανάγκες και τις επιθυμίες του κάθε πελάτη.

Η απόκτηση τέτοιων υπαλλήλων, προϋποθέτει ιδιαίτερη προσοχή κατά την επιλογή και πρόσληψη του προσωπικού και τρόπους αμοιβής τους ανάλογους με την αποδοτικότητά τους.

ΕΛΚΥΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΘΕΣΗΣ :

Η υποδοχή ενός ξενοδοχείου μπορεί αρχικά να είναι ελκυστική στους πιθανούς υπαλλήλους, εξαιτίας των εικόνων που μας έχουν περάσει μέσα από την τηλεόραση και τις ταινίες, όπου ο υπάλληλος ζητάει από τον πελάτη να υπογράψει σε ένα βιβλίο, του δίνει ένα κλειδί και μετά ανακατεύεται σε διάφορες ενδιαφέρουσες καταστάσεις. Αν και η πραγματικότητα αποδεικνύει ότι η δουλειά δεν μοιάζει με ταινίες, η θέση εξακολουθεί να είναι ελκυστική κατά πολλούς τρόπους. Οι υπάλληλοι της υποδοχής είναι στο κέντρο των δραστηριοτήτων και επειδή υπάρχουν χιλιάδες πράγματα να κάνουν, η ώρα περνάει πολύ γρήγορα. Υπάρχει μια λογική οργάνωση του εργασιακού προγράμματος, αφού το ξενοδοχείο λειτουργεί 24ώρες το εικοσιτετράωρο, με αποτέλεσμα να είναι εφικτό για τους υπαλλήλους που έχουν οικογένεια ή άλλες υποχρεώσεις να αλλάξουν τις βάρδιες τους με τους άλλους συναδέλφους.

Μέσα από την έννοια της εξουσιοδότησης, οι υπάλληλοι αυτοί νιώθουν αρκετά σημαντικοί, αφού τους επιτρέπεται να λάβουν ουσιαστικές αποφάσεις προκειμένου να εξομαλύνουν το οποιοδήποτε πρόβλημα των πελατών.

Ο μισθός, τα επιδόματα και οι πιθανότητες που υπάρχουν για επαγγελματική εξέλιξη είναι επίσης ελκυστικά

ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ :

Το προσωπικό της υποδοχής αντιμετωπίζει έναν μεγάλο αριθμό προβλημάτων, κυρίως επειδή βρίσκονται στο επίκεντρο των δραστηριοτήτων. Αυτό σημαίνει ότι λαμβάνουν όλα τα παράπονα και τις απαιτήσεις των πελατών, ενώ παράλληλα η διοίκηση απαιτεί την άριστη εκτέλεση της εργασίας τους.

Πρόσφατα, υπήρχε μία επιστολή στη στήλη “Dear Abby” από έναν υπάλληλο υποδοχής που παραπονιόταν ότι οι πελάτες έχουν συχνά παράλογες απαιτήσεις, όπως το ξεβούλωμα μιας λεκάνης στην τουαλέτα, τη ρύθμιση της τηλεόρασης ή του Air Condition, την προμήθεια περισσότερων πετσετών ή ενός έξτρα κρεβατιού, την αλλαγή μιας λάμπας, το άνοιγμα του αυτοκινήτου τους ενώ έχουν ξεχάσει μέσα τα κλειδιά τους, και πολλά άλλα. Προφανώς, ο υπάλληλος αυτός δεν είχε κατανοήσει καλά την εργασία του, ούτε ότι ο πελάτης είναι πιθανό να ζητήσει τέτοια «παράλογα» πράγματα από έναν υπάλληλο υποδοχής.

Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι η παροχή υπηρεσιών είναι μία πολυσύνθετη έννοια. Αυτό ισχύει περισσότερο για τους υπαλλήλους υποδοχής. Μερικοί από τους παράγοντες που συνεισφέρουν στην πολυσύνθετη φύση της παροχής υπηρεσιών από την υποδοχή ενός ξενοδοχείου, είναι:

- **Αυτονομία:** η έκταση στην οποία οι εργαζόμενοι είναι μόνοι τους και μπορούν να εργαστούν χωρίς την άμεση επίβλεψη επιπλέον έμπειρου προσωπικού.
- **Χρόνος επαφής:** η έκταση και ο αριθμός των επαφών ανάμεσα σε έναν υπάλληλο και τον πελάτη, που αυξάνει την πιθανότητα προβλημάτων.
- **Γνώση και συμμετοχή του πελάτη:** η έκταση στην οποία ο πελάτης αναμένεται να γνωρίζει τι θα ζητήσει προκειμένου να παραλάβει την υπηρεσία που επιθυμεί.
- **Ομαδικότητα:** η έκταση στην οποία οι άλλοι εργαζόμενοι μπορεί να αποφύγουν κάποιες ευθύνες, φορτώνοντας έτσι τους συναδέλφους τους στην υποδοχή.
- **Επαναπληροφόρηση:** η έκταση στην οποία οι εργαζόμενοι λαμβάνουν χρήσιμες και έγκαιρες πληροφορίες από τους πελάτες ή την διοίκηση ώστε να βελτιώσουν κάποια κατάσταση.

- **Ανακριβείς προδιαγραφές:** η έκταση στην οποία οι εργαζόμενοι είναι προετοιμασμένοι να αντιμετωπίσουν τα απρόοπτα, μέσα από γνωστές πρακτικές και εφαρμογές.
- **Παρεμβολές:** η έκταση στη οποία ένα έργο περιλαμβάνει πολλές επιμέρους εργασίες που πρέπει να γίνουν όλες ταυτόχρονα, προκαλώντας έτσι άγχος και κακή εξυπηρέτηση.
- **Επαναληπτικότητα:** η έκταση στην οποία ένας εργαζόμενος πρέπει να επαναλάβει την ίδια εργασία ξανά και ξανά, καταλήγοντας έτσι σε μια πιθανή έλλειψη του στοιχείου της ευγένειας.
- **Σοβαρότητα έργου:** η έκταση στην οποία μια απόφαση μπορεί να επηρεάσει δραστικά τη ζωή ενός άλλου ανθρώπου.



Επιπρόσθετα στα παραπάνω θέματα, μπορεί να αναπτυχθεί και ένας πόλεμος για περαιτέρω έλεγχο της επαφής ανάμεσα στους πελάτες και τους υπαλλήλους. Στην περίπτωση των ξενοδοχείων, το ταξιδιωτικό κοινό γίνεται ολοένα και πιο μορφωμένο και πιο απαιτητικό. Κατέχουν περισσότερη γνώση μέσα από τις αναφορές των μέσων ενημέρωσης. Αποκτούν πρακτική γνώση μέσα από τις έντονες ταξιδιωτικές τους εμπειρίες. Το απλό γεγονός ότι ο πληθυσμός «γκριζάρει» ενώ το προσωπικό εξυπηρέτησης τείνει να ανήκει στις νεαρές ηλικίες δημιουργεί μια ασυμφωνία ανάμεσα στην προσφορά και τη ζήτηση της εξυπηρέτησης.

Την ίδια στιγμή, η ξενοδοχειακή βιομηχανία προσπαθεί να μειώσει την εργασιακή εξάντληση μέσα από τον αυτοματισμό και την οργανωτική συρρίκνωση, πράγμα που από μόνο του τείνει να μειώσει την προσωπική εξυπηρέτηση του πελάτη.

Υπάρχει επίσης και το θέμα της ικανοποίησης, τόσο από την πλευρά του πελάτη όσο και από την πλευρά του εργαζόμενου.



ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΟΝΤΑΣ ΠΑΡΑΠΟΝΑ

Όλοι οι ξενοδοχοϋπάλληλοι συχνά αντιμετωπίζουν παράπονα πελατών, πολύ περισσότερο οι υπάλληλοι της υποδοχής. Σχεδόν όμως πάντα εξαρτάται από αυτούς, το πως θα καθησυχάσουν το πελάτη και όχι μόνο να τον εξυπηρετήσουν, αλλά να ξεχαστεί και το θέμα.

Αρκετές φορές άδικο έχει ο πελάτης. Από τον υπάλληλο της υποδοχής εξαρτάται να σταματήσει το θέμα ευθύς αμέσως και με τον καλύτερο τρόπο κάνοντας πάντα μια προσπάθεια να υπερασπιστεί το ξενοδοχείο. Ιδού ορισμένες συμβουλές για το πως αντιμετωπίζονται καταστάσεις σαν και αυτές και που σχεδόν πάντα μας βγάζουν από τη δύσκολη θέση που τυχόν θα βρισκόμαστε.

1, μη μαλώνετε

Κερδίζεις ένα καβγά, χάνεις ένα φίλο, λείπει μια παροιμία.

2, άκουσε

Άκουσε τον πελάτη με ιδιαίτερη προσοχή και μη ξεχνάς ότι νιώθει καλύτερα, όταν σου λέει το παράπνο του. Επίσης δεν πρέπει να τον διακόπτουμε, γιατί το μόνο που κερδίζουμε είναι να παρατείνουμε την φασαρία.

3, ευγένεια

Να είσαι ευγενικός με τον πελάτη, έστω και τα παράπνο του δεν έχουν σχέση με το ξενοδοχείο αλλά οφείλονται σε άλλους λόγους.

4, εξήγησε

Εξήγησε του με το καλύτερο τρόπο και όσο πιο απλά γίνεται από που προήλθε το λάθος, χωρίς να του ζητάς πολλές φορές συγνώμη.

5, ενέργησε

Πάρε σημειώσεις σε ένα χαρτί , κάνε κάτι και φρόντισε αμέσως να τον εξυπηρετήσεις. Εάν δεν ενεργήσεις σωστά, τότε η επιχείρηση κινδυνεύει να χάσει ένα πελάτη και ίσως και άλλους φίλους και γνωστούς του πελάτες και να μην τους έχεις στο μέλλον

6,ευχαριστησέτον

Ευχαριστούμε τον πελάτη που έκανε γνωστό το παράπονο του στο ξενοδοχείο.

7,εξυπηρετησέτον

Εάν δεν μπορείς εσύ να τον εξυπηρετήσεις, μετέφερε το πρόβλημα του στον προϊστάμενο σου.

ΚΑΙ ΜΗΝ ΞΕΧΝΑΣ

Ο πελάτης έχει πάντα δίκιο

Πρέπει να μάθουμε στις περιπτώσεις αυτές να ενεργούμε σύμφωνα με τις επιθυμίες που θα είχαμε οι ίδιοι εάν ήμασταν πελάτες.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ ΜΕ ΤΑ ΥΠΟΛΟΙΠΑ ΤΜΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ :

Τα ξενοδοχεία είναι σύνθετες επιχειρήσεις που χωρίζονται σε ξεχωριστά λειτουργικά τμήματα.

Τα τμήματα αυτά έρχονται καθημερινά σε επαφή το ένα με το άλλο για να προσφέρουν μια ποιοτική εμπειρία για τον πελάτη, επιπλέον αποσπούν από την υποδοχή απαραίτητες πληροφορίες.

Marketing και πωλήσεις :

Ιστορικό πελατών , κρατήσεις, πρώτες εντυπώσεις, μετάδοση μηνυμάτων, πληροφορίες λειτουργίας πελατών.

Όροφοι :

Κατάσταση δωματίων, υπολογισμός δωματίων, θέματα ασφαλείας



Τρόφιμα και ποτά :

Μετάδοση μηνυμάτων, ακριβείς πληροφορίες voucher, προβλέψεις δωματίων και εξοφλήσεις



Μπανκέ :

Πληροφορίες για τις προγραμματισμένες εκδηλώσεις, διαδικασία εξόφλησης χρεώσεων για τους πελάτες των εκδηλώσεων

Έλεγχος :

Καθημερινή περίληψη των οικονομικών συναλλαγών, οικονομικά στοιχεία χρεώσεων και καθολικά πιστωτικών καρτών

Ασφάλεια :

Πυρασφάλεια, πληροφορίες έκτακτης επικοινωνίας, επιθεώρηση των ανησυχιών των πελατών

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ :

1. Πιστεύετε πως το τμήμα της Υποδοχής, είναι το πιο σημαντικό από όλα τα υπόλοιπα τμήματα μέσα σε μία ξενοδοχειακή μονάδα;
2. Ποια θεωρείτε πως είναι τα προσόντα που πρέπει να έχει ο υπεύθυνος τμήματος Υποδοχής;
3. Για τη θέση του υπεύθυνου τμήματος Υποδοχής προτιμάται:
 - Ø Απόφοιτο τουριστικών σχολών
 - Ø Δεν έχει σημασία αρκεί ο υποψήφιος να πληροί κάποιες προϋποθέσεις
4. Κυρίως ποίου μέσου γίνεται η εύρεση εργαζομένων για το τμήμα Υποδοχής;
 - Ø Αγγελίες εφημερίδων
 - Ø Ιδιωτικά γραφεία
 - Ø Τοπικά γραφεία ευρέσεως εργασίας (ΟΑΕΔ)
 - Ø Μέσω των ήδη εργαζομένων
 - Ø Internet
5. Ποια πρέπει να είναι η σωστή εμφάνιση του προσωπικού της Υποδοχής;
6. Συμφωνείτε με την άποψη πως η συμπεριφορά των υπαλλήλων υποδοχής, πρέπει να είναι τυποποιημένη προς τους πελάτες;
7. Θεωρείτε πως οι υπάλληλοι της υποδοχής χρειάζονται να φοράνε μία συγκεκριμένη στολή ή να επιλέγουν μόνοι τους την ενδυμασία τους;
8. Πιστεύετε πως το προσωπικό της Υποδοχής είναι καλό να παίρνει πρωτοβουλίες για την επίλυση κάποιων προβλημάτων που θα παρουσιάζονται κατά τη διάρκεια της εργασίας τους;

9. Γιατί πιστεύετε πως το τμήμα της Υποδοχής είναι από τα πιο ελκυστικά τμήματα στο ξενοδοχείο;

10. Με ποια τμήματα συνεργάζεται άμεσα το τμήμα Υποδοχής;

- Ορόφων
- Προσωπικού
- Λογιστήριο
- Τμήμα αγοράς
- Τμήμα συντήρησης
- Πλυντήριο
- Ασφάλεια
- Αποθήκες
- Εστιατόριο
- Κουζίνα
- Τμήμα διαφήμισης

11. Τη γνώμη έχετε για τον έλεγχο που ασκείται στο προσωπικό, πρέπει να είναι διαρκής κατά την ώρα της εργασίας του ή πρέπει να γίνεται με ποιο διακριτικό τρόπο;

12. Υπάρχει κάποια περίοδος που αυξάνεται τα άτομα του προσωπικού σας;

13. Υπάρχει κάποιο τμήμα καινούριο ή κάποια νέα μέθοδος εργασίας μέσα στο ξενοδοχείο;

14. Παρακαλώ καταγράψτε τη δομή προσωπικού του τμήματος υποδοχής ξεκινώντας από τον πιο υψηλόβαθμο.

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ :

ΕΡΩΤΗΣΗ 1

Πιστεύεται πως το τμήμα της Υποδοχής, είναι το πιο σημαντικό από όλα τα υπόλοιπα μέσα σε μία ξενοδοχειακή μονάδα;

BYZANTINO HOTEL :

Ναι, το τμήμα της υποδοχής είναι το πιο σημαντικό σε μία ξενοδοχειακή μονάδα γιατί είναι αυτό που σχηματίζει την πρώτη εντύπωση στο πελάτη εφόσον είναι το πρώτο που έρχεται σε επαφή μαζί του.

ACROPOLE HOTEL :

Όχι, το τμήμα ορόφων είναι πιο σημαντικό γιατί το βασικό προϊόν που προσφέρουμε είναι τα δωμάτια με όλα τα επακόλουθα όπως σωστή προετοιμασία και να είναι πάντα στην ώρα της.

MEDITERRANEE HOTEL :

Ναι, το τμήμα αυτό είναι το σημαντικότερο γιατί από αυτό εξαρτάται αν ο πελάτης θα φύγει με μια σωστή εικόνα για το ξενοδοχείο. Είναι το αρμόδιο τμήμα για να συντονίζει όλα τα υπόλοιπα για τις επιθυμίες του και τα τυχόν παράπονα του, ώστε να προσπαθήσουν για το καλύτερο αποτέλεσμα.

PRIMAROLIA HOTEL :

Ναι, είναι το πιο σημαντικό τμήμα στο ξενοδοχείο γιατί σχηματίζει την πρώτη και την τελευταία εντύπωση στο πελάτη.

ΕΡΩΤΗΣΗ 2

Ποια θεωρείτε πως είναι τα προσόντα που πρέπει να έχει ο υπεύθυνος τμήματος Υποδοχής;

BYZANTINO HOTEL :

Ένας υπεύθυνος τμήματος υποδοχής πρέπει να έχει εμπειρία και καλή συμπεριφορά στους πελάτες και στο προσωπικό του.

ACROPOLE HOTEL :

Απαραίτητο προσόν είναι να έχει σπουδάσει στα Α. Τ. Ε. Ι. Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων, να γνωρίζει ξένες γλώσσες, να μπορεί να συνεργαστεί με πολλά άτομα και να είναι ευγενικός.

MEDITERRANEE HOTEL :

Σπουδαίος παράγοντας είναι να έχει εμπειρία, να γνωρίζει ξένες γλώσσες, καθώς επίσης ένα αξιόλογο προσόν είναι να έχει γνωριμίες με ταξιδιωτικά γραφεία.

PRIMAROLIA HOTEL :

Τα απαιτούμενα προσόντα είναι οι εξειδικευμένες γνώσεις, να υπάρχει ευγένεια και προθυμία για το καλύτερο της επιχείρησης.

ΕΡΩΤΗΣΗ 3:

Για τη θέση υπεύθυνου τμήματος υποδοχής προτιμάται:

- Ø Απόφοιτο τουριστικών σχολών
- Ø Δεν έχει σημασία αρκεί ο υποψήφιος να πληροί κάποιες προϋποθέσεις

BYZANTINO HOTEL :

Απόφοιτο τουριστικών σχολών.

ACROPOLE HOTEL :

Απόφοιτο τουριστικών σχολών.

MEDITERRANEE HOTEL :

Απόφοιτο τουριστικών σχολών.

PRIMAROLIA HOTEL :

Δεν έχει σημασία αρκεί ο υποψήφιος να πληροί κάποιες προϋποθέσεις.

ΕΡΩΤΗΣΗ 4

Κυρίως ποίου μέσου γίνεται η εύρεση εργαζομένων για το τμήμα υποδοχής;

BYZANTINO HOTEL :

Η εύρεση εργαζομένων για το τμήμα Υποδοχής γίνεται μέσω των ήδη εργαζομένων, από βιογραφικά και από τα Α. Τ. Ε. Ι.

ACROPOLE HOTEL :

Η εύρεση προσωπικού γίνεται από βιογραφικά και από τα Α. Τ. Ε. Ι.

MEDITERRANEE HOTEL :

Για την εύρεση αξιόπιστου προσωπικού διαλέγουμε τις αγγελίες εφημερίδων και τα τοπικά γραφεία ευρέσεως εργασίας (Ο. Α. Ε. Δ.).

PRIMAROLIA HOTEL :

Προτιμούνται τα τοπικά γραφεία ευρέσεως εργασίας και οι αγγελίες εφημερίδων.

ΕΡΩΤΗΣΗ 5

Ποια πρέπει να είναι η σωστή εμφάνιση του προσωπικού Υποδοχής;

BYZANTINO HOTEL :

Η καθαριότητα και το χαμόγελο είναι τα κυριότερα στοιχεία που απαιτούνται για την σωστή εμφάνιση του προσωπικού.

ACROPOLE HOTEL :

Το προσωπικό της Υποδοχής πρέπει να το διακρίνει η ευπρέπεια, η καθαριότητα και η ευγένεια.

MEDITERRANEE HOTEL :

Για μια επιτυχημένη εμφάνιση, το προσωπικό πρέπει να έχει ευχέρεια λόγου, να είναι ετοιμόλογο, καθαρό και να έχει μία όμορφη εμφάνιση.

PRIMAROLIA HOTEL :

Η ευγένεια, η προθυμία και η περιποίηση πρέπει να είναι απαραίτητη προϋπόθεση για το προσωπικό της υποδοχής.

ΕΡΩΤΗΣΗ 6

Συμφωνείτε με την άποψη πως η συμπεριφορά των υπαλλήλων της Υποδοχής πρέπει να είναι τυποποιημένη προς τους πελάτες;

BYZANTINO HOTEL :

Όχι, αυτή η άποψη είναι λάθος γιατί ο κάθε πελάτης έχει ξεχωριστή προσωπικότητα και για αυτό χρειάζεται ιδιαίτερη επικοινωνία μαζί του.

ACROPOLE HOTEL :

Ναι, πρέπει να συμπεριφερόμαστε με τον ίδιο τρόπο σε όλους τους πελάτες. Ορισμένες φορές όμως δεν γίνεται και αυτό γιατί υπάρχουν κάποιοι πελάτες που έρχονται χρόνια στο ξενοδοχείο και είναι λογικό επακόλουθο να έχει δημιουργηθεί μία πιο στενή επικοινωνία.

MEDITERRANEE HOTEL :

Ναι, πρέπει σε όλους τους πελάτες να έχουμε την ίδια συμπεριφορά, ανεξάρτητα από τις μέρες διαμονής τους ή τα χρήματα που θα αφήσει στο ξενοδοχείο ή την ηλικία. Σεβόμαστε όλους τους πελάτες που μας προτίμησαν.

PRIMAROLIA HOTEL :

Ο κάθε πελάτης έχει ένα δικό του τρόπο επικοινωνίας και δεν είναι λογικό να μπορούμε να συμπεριφερόμαστε σε όλους το ίδιο.

ΕΡΩΤΗΣΗ 7

Θεωρείτε πως οι υπάλληλοι της υποδοχής χρειάζονται να φοράνε μία συγκεκριμένη στολή ή να επιλέγουν μόνοι τους την ενδυμασία τους;

BYZANTINO HOTEL :

Οι υπάλληλοι της Υποδοχής πρέπει να φοράνε μία συγκεκριμένη στολή για να ξεχωρίζουν από τους πελάτες. Επίσης, η στολή δίνει ένα κύρος στην επιχείρηση.

ACROPOLE HOTEL :

Οι υπάλληλοι της Υποδοχής πρέπει να φοράνε μία συγκεκριμένη στολή για να είναι ομοιόμορφη η εμφάνιση τους.

MEDITERRANEE HOTEL :

Όλοι οι υπάλληλοι πρέπει να φοράνε μία συγκεκριμένη στολή γιατί είναι και αυτό ένας σημαντικός παράγοντας για την σωστή εμφάνιση της επιχείρησης.

PRIMAROLIA HOTEL :

Αν οι υπάλληλοι έχουν την ικανότητα και τις γνώσεις να διαλέγουν σωστή ενδυμασία από μόνοι τους, δεν είναι απαραίτητη η στολή.

ΕΡΩΤΗΣΗ 8

Πιστεύετε πως το προσωπικό της Υποδοχής είναι καλό να παίρνει πρωτοβουλίες για την επίλυση κάποιων προβλημάτων που θα παρουσιάζονται κατά τη διάρκεια της εργασίας τους;

BYZANTINO HOTEL :

Ναι, χρειάζεται το προσωπικό να παίρνει κάποιες πρωτοβουλίες την ώρα της εργασίας του, αλλά μόνο όταν απουσιάζουν οι υπεύθυνοι.

ACROPOLE HOTEL :

Ναι, οπωσδήποτε το προσωπικό πρέπει να έχει την ικανότητα αυτή.

MEDITERRANEE HOTEL :

Είναι απαραίτητο να παίρνει πρωτοβουλίες το προσωπικό την ώρα εργασίας του αλλά ορισμένες φορές όταν έχει δημιουργηθεί κάποιο πολύ σοβαρό πρόβλημα, είναι προτιμότερο να ζητάει βοήθεια από κάποιον ανώτερο του.

PRIMAROLIA HOTEL :

Το προσωπικό πρέπει να παίρνει πρωτοβουλίες αλλά μόνο όταν είναι σίγουρο ότι μπορεί να χειριστεί σωστά το θέμα που έχει προκύψει.

ΕΡΩΤΗΣΗ 9

Γιατί πιστεύεται πως το τμήμα της Υποδοχής είναι ένα από τα πιο ελκυστικά τμήματα στο ξενοδοχείο;

BYZANTINO HOTEL :

Το τμήμα της Υποδοχής είναι ελκυστικό γιατί είναι αυτό που δίνει την πρώτη εντύπωση στον πελάτη.

ACROPOLE HOTEL :

Η ελκυστικότητα του τμήματος αυτού υπάρχει γιατί η Υποδοχή έρχεται πάντα σε επαφή με πολύ κόσμο. Επιπλέον, είναι ένα όμορφο τμήμα μέσα σε ένα ξενοδοχείο και αυτό είναι μία ηθική υποστήριξη.

MEDITERRANEE HOTEL :

Είναι το τμήμα που δημιουργεί την πρώτη και την τελευταία εντύπωση στο ξενοδοχείο και αυτό θεωρείται ελκυστικό.

PRIMAROLIA HOTEL :

Το τμήμα της Υποδοχής είναι ένα από τα καθαρά και ξεκούραστα τμήματα μέσα σε μία ξενοδοχειακή μονάδα και για αυτό προτιμείτε από τους υπαλλήλους.

ΕΡΩΤΗΣΗ 10

Με ποια τμήματα συνεργάζεται άμεσα το τμήμα Υποδοχής;

BYZANTINO HOTEL :

Το τμήμα Υποδοχής συνεργάζεται με το τμήμα ορόφων, λογιστήριο, τμήμα αγοράς, τμήμα συντήρησης, πλυντήριο, εστιατόριο και κουζίνα .

ACROPOLE HOTEL :

Τα τμήματα που έχουν την πιο συχνή επικοινωνία με την Υποδοχή είναι το τμήμα ορόφων, εστιατορίου και μπαρ.

MEDITERRANEE HOTEL :

Το τμήμα Υποδοχής έχει καθημερινή επικοινωνία με το τμήμα ορόφων και του μπαρ.

PRIMAROLIA HOTEL :

Η υποδοχή εφόσον είναι το πιο σημαντικό τμήμα στη ξενοδοχειακή μονάδα συνεργάζεται με όλα τα τμήματα στην επιχείρηση . Εκτός από το τμήμα διαφήμισης με το οποίο συνεργάζονται μόνο τα ανώτερα στελέχη της επιχείρησης.

ΕΡΩΤΗΣΗ 11

Τη γνώμη έχετε για τον έλεγχο που ασκείται στο προσωπικό, πρέπει να είναι διαρκείς κατά την ώρα της εργασίας του, ή να γίνεται με ποιο διακριτικό τρόπο;

BYZANTINO HOTEL :

Ο έλεγχος πρέπει να γίνεται με διακριτικό τρόπο στο προσωπικό και σχολαστικά για να μην νιώθουν πιεσμένοι.

ACROPOLE HOTEL :

Το προσωπικό χρειάζεται έλεγχο υποχρεωτικά αλλά πρέπει να γίνεται με διακριτικό τρόπο, ώστε το προσωπικό να μπορεί να λειτουργεί χωρίς φόβο. Αν νιώθει συνέχεια κάποιον ότι τον επιβλέπει αυτό μπορεί να έχει και αρνητικά αποτελέσματα στη δουλειά του.

MEDITERRANEE HOTEL :

Αν το προσωπικό αισθανθεί ότι γίνεται συστηματικός έλεγχος, χάνει την αυτοπεποίθηση του γιατί νιώθει πως δεν μπορεί να τα καταφέρει και μόνο του και αυτό δεν θα δημιουργήσει το επιθυμητό αποτέλεσμα.

PRIMAROLIA HOTEL :

Όταν το προσωπικό είναι σωστά εκπαιδευμένο και έχει την ικανότητα και τις γνώσεις δεν χρειάζεται συστηματικό έλεγχο. Και όταν πρέπει να γίνει έλεγχος , πρέπει να είναι με διακριτικό τρόπο.

ΕΡΩΤΗΣΗ 12

Υπάρχει κάποια περίοδος που αυξάνεται τα άτομα του προσωπικού σας;

BYZANTINO HOTEL :

Ναι, τις Απόκριες λόγω του καρναβαλιού αυξάνεται πολύ η πληρότητα του ξενοδοχείου και τότε χρειάζονται και άλλα άτομα.

ACROPOLE HOTEL :

Όχι, όλο το χρόνο ο αριθμός εργαζομένων είναι ο ίδιος.

MEDITERRANEE HOTEL :

Όχι, αν οι εργαζόμενοι είναι καλοί στη δουλειά τους και έχουν την εμπειρία μπορούν να δουλέψουν αποδοτικά ακόμα και όταν η πληρότητα είναι μεγάλη.

PRIMAROLIA HOTEL :

Όχι, όλο το χρόνο έχουμε τον ίδιο αριθμό εργαζομένων.

ΕΡΩΤΗΣΗ 13

Υπάρχει κάποιο τμήμα καινούριο ή κάποια νέα μέθοδος εργασίας μέσα στο ξενοδοχείο;

BYZANTINO HOTEL :

Όχι.

ACROPOLE HOTEL :

Όχι.

MEDITERRANEE HOTEL :

Όχι, δεν έχει χρειαστεί ακόμα να αλλάξουμε τίποτα στο τρόπο λειτουργίας του ξενοδοχείου.

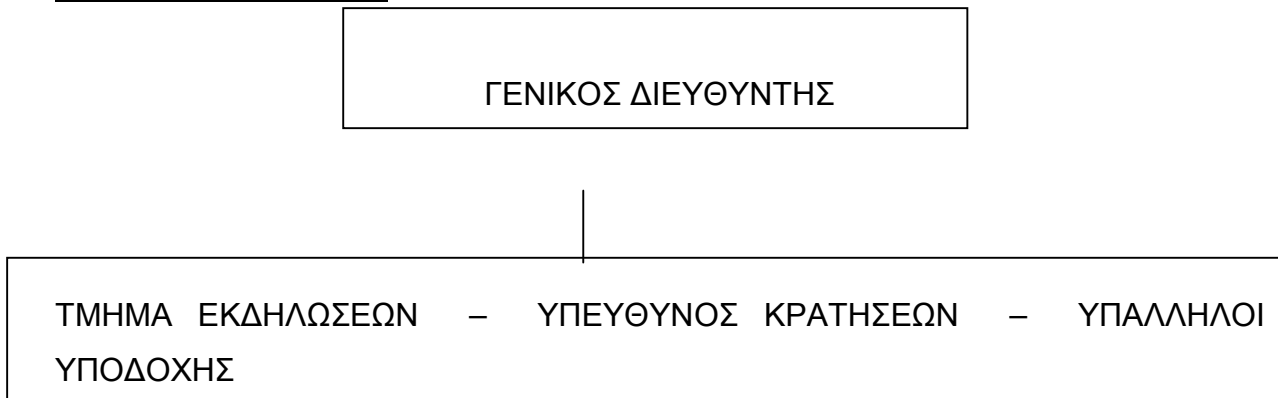
PRIMAROLIA HOTEL :

Όχι.

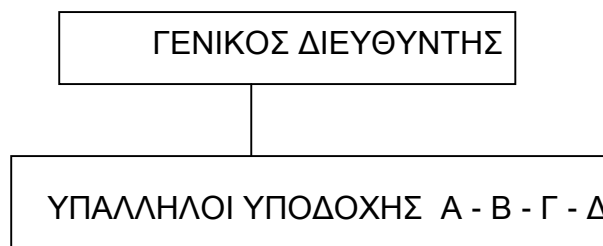
ΕΡΩΤΗΣΗ 14

Παρακαλώ καταγράψτε τη δομή προσωπικού του τμήματος Υποδοχής ξεκινώντας από τον πιο υψηλόβαθμο.

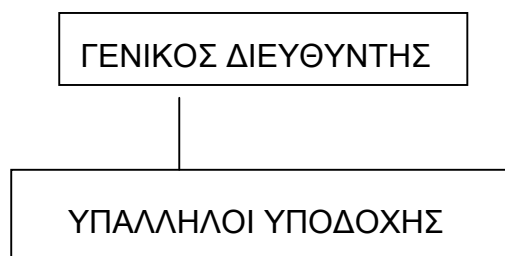
BYZANTINO HOTEL :



ACROPOLE HOTEL :



MEDITERRANEE HOTEL :



PRIMAROLIA HOTEL :



ΠΗΓΕΣ:

1. Λειτουργία Υποδοχής, Άννα Ντόντη, 2002
2. Ξενοδοχείο, Διοίκηση και Λειτουργίες, Denney G. Rutherford
3. Υπηρεσία Υποδοχής, Τάνια Καπίκη – Πιβεροπούλου, 1992
4. Οργάνωση και Λειτουργία του Ξενοδοχείου, Στέφανου Καραγιάννη, 1997
5. Μάνατζμεντ Υποδοχής, Λάμπρος Καταραχιάς, 1998
6. Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων, Δημήτρης Λαλούμης και Βασίλης Ρούπας
7. INTERNET
8. ΕΡΕΥΝΑ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΤΗΣ ΠΑΤΡΑΣ