

JÓ GYAKORLATOK AZ ÉV SZÁLLODÁITÓL

A Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége idén is összegzést készített a legjobb gyakorlatokból, melyeket az Év Szállodája 2015 versenyre jelentkezők alkalmaznak az üzemeltetés, az értékesítés és marketing, a humán erőforrás és a vállalati társadalmi felelősségvállalás területén.

Az MSZÉSZ által kigyűjtött best practice-ek között számos hasznos, adoptálható ötlet szerepel a márkaerősítésre, a vendégkezelésre, az upsellingre vagy éppen a takarékoskodásra vonatkozóan, de az is kiderül, milyen HR-politikát folytatnak a legjobbak.

Üzemeltetési praktikák

Az érkezést hivatott gördülékennyé tenni az egyik szálláshely „welcome projektje”: a vendéget két nappal az érkezése előtt e-mailben kéri meg a foglalási dokumentumok kitöltésére, majd sms-t küldenek számára a szállodával kapcsolatos praktikus információkkal. Így elkerülheti a sorban állást a recepciónál, és a költségre ösztönző szolgáltatásokról is előre értesül. A kijelentkezés hasonlóan zajlik: a proforma számlát egy nappal a távozás előtt állítják ki, és elküldik az érintettnek, így a kijelentkezés gyorsabb, gördülékenyebb.

A vendégeknek soha nem lehet eléggé a kedvében járni: jó ötlet az autókozmetika, a tankolás, a bőröndcsomagolás felajánlása kedvezményes áron, vagy a napelem működtetésű automata benzinkút üzemeltetése a szálloda udvarán.

Üdvözlendők a takarékos megoldások: van, ahol leselejtezett ágyneműből, lepedőből szaunalepedőt, leselejtezett abroszból hangedlit készítenek, máshol a WC-k öblítésére saját kútból nyert vizet használnak. Pozitív példa azoknak a minimum 2 éjszakát tartózkodó vendégeknek a jutalmazása, akik nem kérik szobájuk takarítását, ezáltal csökkentik a környezet terhelését. A zöldtörékvések támogatóinak kompenzációként éttermi utalvány, illetve törzsvendég-hűségpont jár, de választhatják az UNICEF támogatását is.

Ösztönző értékesítés és marketing

Biztosan leveszi a vendéget a lábáról, ha az általánostól alacsonyabb felár ellenében lakhat a foglaláskor kiválasztottnál magasabb kategóriájú szobában, de jó reklámértéke lehet annak is, ha a célzottan kiválasztott „nap vendége” a lefoglaltnál jobb minőségű szobát, bekészítésként pedig egy üveg bort kap ajándékba. A visszatérő lakók örömmel veszik, ha a törzsvendégeknek járó kiemelt figyelem jeleként kiválaszthatják szobájuk elhelyezkedését, kilátását vagy éppen párnájuk méretét.

A saját csatornák szerepét erősíti az értékesítésben, ha a ház honlapján foglalók 5-10 százalékos kedvezményt kapnak. Visszatérésre csábíthat a következő foglalásnál érvényesíthető, a gyenge keresletű időszakokban és megadott feltételekkel foglalható kupon. Az utazási döntés

meghozatalát segíti, ha a szobafoglalásra vonatkozó megkeresésnél a kért dátum mellett adnak ajánlatot alternatív dátumokra is, a foglaltságnak megfelelő árakkal.

Kiderült, hogy megéri csökkenteni a minibár árait is, az árak normalizálása háromszoros forgalomnövekedést hozott az egyik szállodának. Az italokat is tartalmazó „soft all inclusive csomagokkal” mindkét fél jól járhat, hiszen fix költségre bírhatók vele a pénztárcájukat egyébként nehezen megnyitó lakók.

Jó munkahelyi környezet

A személyzet részére biztosított ingyenes étkezéseknek, a vegetáriánus ételek bevezetésének, a napközbeni ingyenes kávénak nagy szerepe lehet a kellemes munkahelyi környezet kialakításában. Jóval fontosabb ennél a nyelvi és egyéb képzéseken való rendszeres részvételi lehetőség, de az a legkedvezőbb, ha a munkavállaló támogatja a szakirányú közép- és felsőfokú képzések elvégzését. (A munkahelyi oktatást sok helyen pályázati forrásból finanszírozzák.) Van, ahol külön programot futtatnak a tehetséges, fiatal kollégák képzésére, hogy felkészítsék őket a felsővezetői pozíciók betöltésére, máshol a vezetők eredményességét növelik coachinggal. Elsősorban a láncok engedhetik meg maguknak, hogy az egyes részlegek közötti crosstréningek mellett házak közötti keresztképzéseket tartsanak.

Motiváló, ha a prémium egyik fele számszaki célokhoz, a másik pedig személyre szabott célok teljesítéséhez kapcsolódik, de lelkesebb munkára ösztönözhet az is, ha a hónap dolgozója a cég partnerszállodájában tölthet el egy hétvégét. Akad hotel, amelyik a Booking.com-on elért, szolgáltatásokat értékelő mutatószám javulása esetén ad prémiumot, hasonlóképpen jutalmazták, ha a saját honlapon megjelenő kommentek pozitívabbak lesznek.