

Качество работы обслуживающего персонала как элемент эффективности гостиничного менеджмента

Гостиничный бизнес состоит из мелочей, но гостиничный бизнес – это не мелочь, – эти ставшие крылатыми слова как нельзя лучше отражают специфику работы гостиниц. Первое впечатление о гостинице клиенты получают в процессе бронирования номеров. От того насколько качественно организована эта работа зависит эффективность гостиничного бизнеса. Как правило, бронирование является невербальной коммуникацией и происходит посредством телефонной связи. Тем самым становятся важными такие критерии, как скорость ответа на телефонный звонок, тембр голоса сотрудника, доброжелательность, компетентность, желание помочь гостю и пр. Вне зависимости от времени суток, загруженности да и просто настроения своих сотрудников гостиницы должны обеспечивать соблюдение этих критериев на высоком уровне.

Одним из признанных в мире методов при оценке качества обслуживания в гостинице, в том числе услуг бронирования, является метод Таинственный покупатель (Mystery Guest), позволяющий оценить работу персонала специально подготовленными инспекторами, которые инкогнито, под видом обычного гостя выполняют свою работу. В данном исследовании приведены результаты оценки работы службы ресепшен Гранд отеля «Ока» студентами Нижегородского коммерческого института.

Цель данного исследования – проведение независимой оценки соблюдения стандартов обслуживания при приеме звонков сотрудниками ресепшен. Оценка качества проводилась на основании специально разработанных критериев (табл. 1) путем телефонных переговоров. Исследование проводилось с 28 ноября по 5 декабря 2011 г. как в дневное, так и в ночное время суток (04:00; 08:00; 12:00; 16:00; 20:00; 00:00). Звонки осуществлялись по трем телефонным номерам:

1. 425 – 94 – 23
2. 425 – 94 – 49

В случае если проверяющий не дозвонился по первому номеру, он звонил по второму. Если же не дозванивался по обоим номерам, то должен был обратиться к третьему номеру. В итоге по телефону № 1 дозвонились 13 человек, по телефону № 2 – 4 человека. Звонков по телефону № 3 не зафиксировано.

Таблица 1 – Результаты исследования работы службы ресепшен Гранд отеля «Ока»

№	Критерии	Да	Нет
1	По телефону ответили в течение 3 гудков	16	1
2	Сотрудник ответил по телефону приветствием, назвал свое имя и представил отель	13	4
3	Сотрудник говорил четко и приветливо	16	1
4	Фон разговора был без какого-либо шума	15	2
5	Сотрудник узнал имя гостя и называл его по имени	6	9
6	Сотрудник предоставил необходимую информацию о номерах (о дополнительных услугах, тарифах)	12	5
7	Сотрудник тут же проверил наличие мест	15	2
8	Сотрудник четко сообщил цену номера и что в нее включено	14	3
9	Сотрудник уточнил форму оплаты (в случае безналичной оплаты)	6	11
10	Сотрудник уточнил о предпочтении гостя к курению (если гость не курит, предложил номер для некурящих)	4	13
11	Сотрудник уточнил, требуется ли гостю трансфер	4	13
12	Сотрудники соединил абонента с нужным отделом (при необходимости)	1	8
13	Если не последовало ответа, то сотрудник переключил гостя в течение не более 6 гудков	2	6
14	Сотрудник узнал у гостя его телефон (электронную почту, факс)	5	12
15	Сотрудник повторил и подтвердил детали разговора в конце звонка	9	8

Результаты исследования показали, что сотрудники ресепшен в Гранд отеле «Ока» при бронировании номера по телефону своевременно отвечали на звонки (не позднее 3-го звонка), что говорит о вежливости и эффективности работы персонала. О необходимости представиться и предложить свою помощь не забыли в 13 случаях. Практически все сотрудники говорили по телефону четко и приветливо, разговор протекал без какого-либо постороннего шума. Сотрудники предоставили необходимую

информацию о номерах (12 случаев), а также сразу проверяли наличие свободных мест, чётко сообщали цену номера и что в неё включено (15 и 14 случаев из 17 соответственно).

Кроме положительных результатов при оценке работы сотрудников ресепшен были выявлены и недостатки. Так, в большинстве случаев сотрудники не уточняли предпочтения гостя относительно комнаты для курящих/некурящих (зафиксировано всего 4 случая), о желаемой форме оплаты (6 случаев). В шести случаях сотрудник спросил имя звонящего и в пяти поинтересовался его номером телефона или почтой. Относительно того, требуется ли гостю трансферт, поинтересовались в 4 случаях из 17. Соединение с другими отделами произошло лишь в 8 случаях. Кроме этого в конце общения сотрудники не всегда повторяли и подтверждали детали разговора (выявлено 9 случаев).

Во время исследования были установлены случаи, когда гостям, звонившим в отдел бронирования после 23.00, поступал отказ о предоставлении этой услуги с указанием на то, что необходимо позвонить с этой просьбой после 8 утра – зафиксировано 2 случая.

Таким образом, несмотря на достаточно хорошие результаты, полученные при оценке работы сотрудников ресепшен Гранд отеля «Ока», выявлены и существенные недостатки, свидетельствующие о недостаточной подготовке обслуживающего персонала. Задача гостиничного менеджмента – разработать комплекс мероприятий в целях их незамедлительного устранения. Одним из признанных механизмов при этом являются корпоративные стандарты, содержащие техники телефонных переговоров, разработка которых является задачей нашего дальнейшего исследования.