

Министерство образования, науки и молодежи Республики Крым
Государственное бюджетное профессиональное
образовательное учреждение Республики Крым
«РОМАНОВСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА»

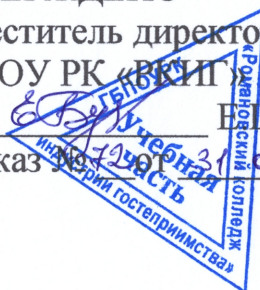
УТВЕРЖДЕНО

Заместитель директора по УПР

ГБПОУ РК «РКИП»

Н.Ш. Булаш

Приказ № 101 от 31.08.2020 г.



МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

для обучающихся по выполнению практических занятий

**По ПМ.04 «Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы
бронирования и продаж»**

**МДК.04.01 «Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы
бронирования и продаж»**

Специальность: 43.02.14 «Гостиничное дело»

Оцениваемые компетенции: ПК - 4.1-4.3 ОК-1.10



Симферополь, 2020 г.

Разработаны на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС СПО) по специальности 43.02.14 «Гостиничное дело» и рабочей программой профессионального модуля: ПМ. 04 «Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж гостиничного продукта».

Целью практических занятий по ПМ. 04 «Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж гостиничного продукта» является закрепление и углубление знаний, которые студент получил на лекционных занятиях и при выполнении самостоятельной работы, приобретение компетенций по безопасной работе и эксплуатации аппаратов, пробуждение интереса к практическому использованию теоретических знаний.

При завершении изучения курса обучающийся должен:

Иметь практический опыт	<ul style="list-style-type: none"> • В планировании, организации, стимулировании и контроле деятельности сотрудников службы бронирования и продаж • В разработке практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов • Выявление конкурентоспособности гостиничного продукта • Определение эффективности мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта
Знать	<ul style="list-style-type: none"> • Структуру и место службы бронирования и продаж в системе управления гостиничным предприятием и взаимосвязи с другими подразделениями гостиницы • Способы управления доходами гостиницы • Особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе • Особенности работы с различными категориями гостей • Методы управления продажами с учётом сегментации • Способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ • Особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы • Каналы и технологии продаж гостиничного продукта • Ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия • Принципы создания системы «лояльности» работы с гостями • Методы максимизации доходов гостиницы • Критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам • Виды отчетности по продажам
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> • Осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг • Выделять целевой сегмент клиентской базы • Собирать и анализировать информацию о потребностях целевого

	<p>рынка;</p> <ul style="list-style-type: none"> • ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля • Разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей • Выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению • Планировать и прогнозировать продажи • Проводить обучение, персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж
--	---

Работа выполняется в отдельных тетрадях для практических занятий.

Необходимо обозначить номер практического занятия, тему. При выполнении работы следует указывать содержание задания и вопросов в нем.

Работа должна быть написана ясным, четким языком и сопровождаться правильно оформленным библиографическим описанием с указанием выходных данных источника.

Практические занятия направлены на приобретение профессиональных и общих компетенций в соответствии с ФГОС СПО:

Код	Наименование общих компетенций
ОК 1.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам
ОК 2.	Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 3.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.
ОК 4.	Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами
ОК 5.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 6.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей
ОК 7.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 9.	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 10.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке

При выполнении практической работы обучающемуся необходимо:

1. Выполнить задания, вынесенные на практическую работу, согласно методическим указаниям.
2. Освоить вопросы, выносимые на практическую работу и предложенные преподавателем в соответствии с программой
3. Выполнять практическую работу и отчитываться по ее результатам.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями студент в ходе освоения профессионального модуля должен:

Практический опыт	<ul style="list-style-type: none">• В планировании, организации, стимулировании и контроле деятельности сотрудников службы бронирования и продаж• В разработке практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов• Выявление конкурентоспособности гостиничного продукта• Определение эффективности мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта
Знать	<ul style="list-style-type: none">• Структуру и место службы бронирования и продаж в системе управления гостиничным предприятием и взаимосвязи с другими подразделениями гостиницы• Способы управления доходами гостиницы• Особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе• Особенности работы с различными категориями гостей• Методы управления продажами с учётом сегментации• Способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ• Особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы• Каналы и технологии продаж гостиничного продукта• Ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия• Принципы создания системы «лояльности» работы с гостями• Методы максимизации доходов гостиницы• Критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам• Виды отчетности по продажам
Уметь	<ul style="list-style-type: none">• Осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг• Выделять целевой сегмент клиентской базы• Собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка;• ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля• Разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей• Выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению• Планировать и прогнозировать продажи

	<ul style="list-style-type: none">• Проводить обучение, персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж
--	---

Содержание

Наименование работ	Кол-во часов	Дата выполнения	Результаты выполнения работ	Подпись преподавателя
1. Анализ бронирования с использованием телефона, Интернета и туроператора	2			
2. Анализ бронирования с использованием телефона, Интернета и туроператора	2			
3. Анализ бронирования через сайты отелей и системы интернет-бронирования	2			
4. Анализ бронирования через сайты отелей и системы интернет-бронирования	2			
5. Анализ бронирования через центральную систему бронирования и GDS и при непосредственном общении с гостем	2			
6. Индивидуальное бронирование с использованием профессиональных программ	2			
7. Групповое бронирование с использованием профессиональных программ	2			
8. Коллективное бронирование с использованием профессиональных программ	2			
9. Бронирование от компаний с использованием профессиональных программ	2			
10. Составление алгоритма построения и проведения презентации услуг гостиничного предприятия	2			
11. Формирование пакетов услуг гостиницы	2			
12. Формирование пакетов услуг гостиницы	2			
13.	2			

Клиентоориентированность в гостиничной сфере. Формирование и развитие				
14. Формирование программ лояльности клиентов	2			
15. Изучение профессиональных автоматизированных программ	2			
16. Заполнение бланков и форм службы бронирования	2			
17. Заполнение бланков и форм службы бронирования	2			
18. Внесение изменений в бланки при неявке и аннуляции бронирования	2			
19. Внесение изменений в бланки при неявке и аннуляции бронирования	2			
20. Профессиональная автоматизированная программа. Создание отчетов по бронированию и аннуляции	2			
21. Профессиональная автоматизированная программа. Создание отчетов по бронированию и аннуляции	2			
22. Формирование плана загрузки номерного фонда на день	2			
23. Формирование плана загрузки номерного фонда на неделю	2			
24. Составление графиков заезда гостей	2			
25. Составление графиков заезда гостей на определенную дату	2			
26. Виды и формы документации в деятельности службы бронирования и продаж в зависимости от уровня автоматизации гостиницы	2			
27. Определение факторов, влияющих на ценообразование	2			

гостиничного предприятия				
28. Основные методы ценообразования, использующиеся при определении цены гостиничных услуг	2			
29. Основные методы ценообразования, использующиеся при определении цены гостиничных услуг	2			
30. Виды скидок с цены, применяемые в гостиничном бизнесе	2			
31. Неценовые маркетинговые решения, применяемые в гостиничном бизнесе	2			
32. Подходы к определению тарифа гостиничного предприятия	2			
33. Профессиональная автоматизированная программа. Проверка обновляющейся информации по бронированию мест и состоянию номерного фонда	2			
34. Профессиональная автоматизированная программа. Проверка обновляющейся информации по бронированию мест и состоянию номерного фонда	2			
35. Профессиональная автоматизированная программа. Проверка обновляющейся информации по специальным заказам на дополнительные услуги	2			
36. Профессиональная автоматизированная программа. Проверка обновляющейся информации по специальным заказам на дополнительные услуги	2			
37. Передача информации соответствующим службам отеля о дополнительных	2			

<p>просьбах гостя (дополнительная кровать, букет цветов, иностранная пресса и прочее в номер)</p>				
<p>38. Передача информации соответствующим службам отеля о дополнительных просьбах гостя (дополнительная кровать, букет цветов, иностранная пресса и прочее в номер)</p>	2			
<p>39. Передача информации соответствующим службам отеля о заказанных заранее дополнительных услугах</p>	2			

Практическое занятие № 1-2

Инструкционная карта

Тема: Анализ бронирования с использованием телефона, Интернета и туроператора согласно стандартов WorldSkillsRussia с использованием АСУ «Shelter».

ПК 4.1-4.3

ОК 1-9

В результате выполнения работы студент (обучающийся) должен **уметь**:

- работать с документацией
- работать со специализированными программами (АСУ)
- принимать бронирование по телефону, Интернету и через туроператора

В результате выполнения работы студент (обучающийся) должен **знать**:

- нормативно-правовую базу по гостиничному сервису
- требования к бронированию описанные в «Правилах предоставления гостиничных услуг в РФ»
- стандарты применяемые при бронирования по телефону

Время выполнения: 4 часа

Порядок выполнения работы

Задание 1. Внимательно прочитав ситуации выбрать правильные варианты ответов или охарактеризовать ваши действия при ведении телефонных разговоров применяя стандарты WorldSkills.

Ситуация 1. Подняв телефонную трубку, Вы скажете:

- 1) «Говорите»;
- 2) «Да»;
- 3) «Слушаю (Вас)»;
- 4) назовете свою фирму и затем «Добрый день»;
- 5) называете свою фирму и себя (фамилию или должность);
- 6) поприветствовать гостя согласно стандартам, называете фирму, отдел, фамилию.

Ситуация 2. Спрашивают отсутствующего коллегу, Ваши ответы:

- 1) «Его нет»;
- 2) «Он вышел, перезвоните через полчаса»;
- 3) «Чем я могу помочь?»;
- 4) «Что ему передать?»;
- 5) «Он вышел. Вы можете оставить номер своего телефона?».

Ситуация 3. Вас просят передать информацию отсутствующему коллеге. Вы:

- 1) увидев, расскажете ему;
- 2) напишете записку и положите на его стол;
- 3) попросите того, кто его наверняка увидит, передать содержание разговора;
- 4) предложите перезвонить.

Ситуация 4. До какого (по счету) звонка телефона принято поднимать трубку?

Ситуация 5. Какой ответ предпочтительнее:

- 1) «Могу ли я вам помочь?»;

2) «Чем я могу вам помочь?».

Ситуация 6. Если Вы не можете ответить на вопрос сразу, то говорите:

- 1) «Подождите у телефона, я схожу выясню»;
- 2) «Пожалуйста, перезвоните через...».

Ситуация 7. Позвонили во время обеда: ваши действия?:

- 1) «Все обедают»;
- 2) «Никого нет»;
- 3) «Пожалуйста, перезвоните (тогда-то)»;
- 4) запишете информацию, номер телефона и перезвоните сами.

Ситуация 8. Позвонивший высказывает претензию, в которой Вы не виноваты:

- 1) «Это не моя ошибка»;
- 2) «Я этим не занимаюсь. Вам лучше обратиться к ...»;
- 3) «Давайте разберемся»;
- 4) «Нет, вы не правы»;
- 5) «Я сейчас приглашу коллегу, который занимается этим вопросом»;
- 6) «Оставьте, пожалуйста, Ваш телефон».

Ситуация 9. Вы не согласны с претензиями. Должны ли Вы:

- 1) выслушивать длинный монолог;
- 2) сразу переадресовать его тому, кому этот вопрос ближе?

Ситуация 10. Вы обещали перезвонить, решив проблему к определенному сроку. Однако решить ее не удается:

- 1) «Позвоню, когда решу; раз не звоню, значит, не решил еще»;
- 2) «Позвоню и договорюсь о новом сроке».

Ситуация 11. Вам задали вопрос, ответа на который Вы не знаете:

- 1) «Не в курсе»;
- 2) «Я не знаю»;
- 3) «Хороший вопрос... Разрешите, я уточню для вас»;
- 4) «Позвоните ... (такому-то)».

Ситуация 12. Клиент обратился с просьбой, которую Вы не можете выполнить:

- 1) «Мы не сможем этого сделать»;
- 2) предлагаете то, что можете вы;
- 3) «Оставьте свой телефон».

Ситуация 13. Вам нужно подсказать, что звонивший должен сделать:

- 1) «Для вас имеет смысл...»;
- 2) «Вы должны...»;
- 3) «Лучше всего вам...».

Ситуация 14. Позвонивший, не представившись, сразу пускается в объяснение своих вопросов. Вы должны:

- 1) вникнуть в его вопрос и дать ответ;
- 2) постараться выяснить, кто звонит, кого он представляет, и дать ответ.

Ситуация 15. *Вам приходится «вытягивать» из клиента информацию. Какие слова Вы при этом используете: что? почему? когда? где? как?*

Ситуация 16. *Какова Ваша цель, если клиент звонит, чтобы сделать заказ?*

Ситуация 17. *Какова Ваша цель, если клиент звонит, чтобы получить лишь предварительную информацию?*

Ситуация 18. *Следует ли, называя цену, упоминать о дополнительных преимуществах, предоставляемых Вашей фирмой?*

Ситуация 19. *Позвонив в приемную директора, Вы:*

- 1) изложите свой вопрос полностью;
- 2) узнаете лишь, кто решает данные вопросы.

Ситуация 20. *При обсуждении возможного заказа завершить разговор лучше так:*

- 1) «Вы будете делать заказ?».
- 2) «Мы можем выполнить это для вас ... (тогда-то)».

Ситуация 21. *Вам приходится звонить повторно:*

- 1) «Это опять ... (такой-то)»;
- 2) назвать фирму, фамилию и снова представить свое предложение.

Ситуация 22. *Какие записи и где стоит сделать по окончании разговора?*

Ситуация 23. *Телефонный звонок раздался во время трудного разговора или Ваших поспешных сборов. Как может быть воспринят Ваш ответ по телефону?*

Ситуация 24. *Стоит ли улыбаться во время телефонного разговора?*

Ситуация 25. *Какие Вы знаете способы дозвониться по «вечно занятому» телефону?*

Ситуация 26. *Некоторые особо нетерпеливые при возвращении телефонного диска в исходное положение ускоряют пальцем его обратное вращение. Оцените этот прием.*

Ситуация 27. *Во время деловой беседы звонит телефон. Действия хозяина кабинета?*

Задание 2. Составить диалог между администратором и гостем на выбор применяя стандарты WorldSkillsRussia.

1. По телефону поступает заказ от гостя на бронирование одноместного номера определенной ценовой категории, однако на запрашиваемые даты

одноместные номера нужной ценовой категории отсутствуют. Ваши действия.

2. Принять заказ по телефону на бронирование для семьи с тремя детьми (возраст 1,5 года; 4 года; 10 лет) (VIP-гости). При общении с гостями выясняется, что даты заезда могут быть изменены. Ваши действия.
3. В службу бронирования звонит потенциальный гость, который не может определиться с выбором отеля и категорией номера. Ваши действия.

Бронирование по телефону			
<i>Aspekt</i>	<i>Max</i>	<i>Aspekt of Sub Criterion</i>	<i>Mark Awarded</i>
1.	0.20	Доброе утро/день/вечер, название отеля, имя, чем могу помочь?	
2.	0.30	Уточняет имя гостя	
3.	0.30	Уточняет даты бронирования, категория, количество гостей, время заезда	
4.	0.30	Уточняет, есть будут ли у гостя особые пожелания	
5.	0.30	Просит оставаться на линии, чтобы уточнить наличие номеров	
6.	0.30	Предлагает вариант на интересующие даты	
7.	0.30	Уточняет необходимость включения в проживание пакетов питания (BB, HB, FB)	
8.	0.30	Называет общую стоимость проживания	
9.	0.30	Уточняет, хотят ли забронировать номер	
10.	0.30	Уточняет Ф.И.О. гостя, контактный телефон и адрес электронной почты	
11.	0.30	Дает понять гостю что его заметили, просит подождать	
12.	0.30	Информирует о стандартном времени заезда и правилах отмены бронирования	
13.	0.30	Уточняет, желает ли гость прогантировать бронирование	
14.	0.30	Повторяет всю информацию, которая касается бронирования	
15.	0.20	Спрашивает, может ли он чем-нибудь помочь	
16.	0.20	Благодарит за звонок/выбор отеля и заканчивает разговор	
17.	0.30	Регистрирует запрос на трансфер	
18.	0.30	Распечатывает бронирование с корректно указанными данными	
19.	0.30	Администратор обращался к гостю по имени не менее 3 раз	

Задание 3. Проиграть диалоги у стойки ресепшн, отметить бронирование в АСУ«Shelter».

Задание 4. Прием заявок на бронирование по сети Интернет от туроператора и частного лица.

Критерии оценивания

- оценка «отлично» выставляется студенту (обучающемуся), если практическая работа выполнена в полном объеме с соблюдением последовательности заданий, самостоятельно сформулированы цель и выводы, в отчете правильно составлены таблицы, рисунки и записи;
- оценка «хорошо» выставляется студенту (обучающемуся), если практическая работа выполнена в полном объеме без соблюдения последовательности заданий с допущением 1-2-х незначительных ошибок в заданиях или отчете;
- оценка выставляется студенту (обучающемуся), если «удовлетворительно» если практическая работа выполнена не в полном объеме (отсутствует выполнение 1-2-х заданий), с допущением ошибок при их выполнении;

- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту (обучающемуся), если задания практическая работы не выполнены, отсутствует умение, логически и грамотно выполнять задания.

Практическое занятие № 3-4

Инструкционная карта

Тема: Анализ бронирования через сайты отелей и системы интернет-бронирования

В результате выполнения работы студент (обучающийся) должен **уметь**:

- Работать с глобальными система бронирования (Amadeus, Sabre, Woldrspan и Galileo);
- Бронировать номера в глобальных системах распределения.

В результате выполнения работы студент (обучающийся) должен **знать**:

- Правила бронирования в глобальных системах (Amadeus, Sabre, Woldrspan и Galileo);

Время выполнения: 2 часа

Задание:

Составить список основных разделов с описанием представленной информации. Результатом лабораторного занятия должна стать таблица сравнительных характеристик каждой из систем.

Перечень сайтов для изучения:

- Amadeus <http://www.amadeus.ru>
- Sabre <http://www.sabre.com>
- Woldrspan и Galileo <http://www.travelport.com>

GDS (Глобальные Системы Бронирования). На сегодняшний день существует 4 глобальные системы бронирования: *Amadeus, Galileo, Worldspan, Sabre*. Они используются более чем 600 тысячами тур агентств по всему миру для бронирования туристических услуг, в том числе гостиничного размещения.

Первая **GDS** была создана еще в начале 60х годов XX века и широко использовалась в авиаиндустрии. Она отслеживала информацию о расписании перелетов, количестве свободных мест на рейс и ценах. В 70х годах туристические агентства, тратившие огромное количество времени на оформление бронирований вручную, осознали удобство систем **GDS** и начали устанавливать внутренние системы бронирования авиаперелетов у себя (среди первых разработчиков была и ныне существующая компания *Sabre*). Используя **GDS**, агентства значительно сократили временные затраты, увеличили продуктивность и закономерным образом решили применить данную схему работы в других сегментах туристического рынка.

Сегодня **GDS** повсеместно используется для бронирования не только авиабилетов, но и круизов, автомобилей, гостиниц. Сотни тысяч туристических агентств, подключённых к терминалам глобальных дистрибьюторских систем *Amadeus, Galileo, Worldspan, Sabre* имеют

возможность предоставлять своим клиентам полный спектр услуг по бронированию в режиме реального времени. Таким образом, с помощью определенного набора команд агент может найти нужную клиенту гостиницу, посмотреть цены, наличие мест и произвести бронирование.

DS (Интернет Системы Бронирования), также известные как **ADS (Альтернативные Системы Бронирования)**, появились в начале 90-х годов XX века и получили свое второе название, выступив в качестве альтернативы Глобальным Системам Дистрибьюции (GDS).

В противовес GDS, доступ к которым имеют лишь агенты туристических компаний, **ADS** предоставляют услуги по бронированию туристических услуг частным клиентам. Заходя на любой из порталов **ADS**, клиент может самостоятельно выбрать нужную ему гостиницу и тип номера на определенные даты, забронировать размещение в режиме реального времени и получить моментальное подтверждение о бронировании на свой электронный ящик. На сегодняшний день существуют тысячи подобных сайтов, среди них: *Expedia.com*, *Orbitz.com*, *HRS.com*, *Travelocity.com*, *Hotels.com*, *Priceline.com*, а также русскоязычный портал компании НОТА БЕНА - *Hotels.su*.

Гостиница, представляющая свой продукт в **GDS** или **ADS**, моментально получает доступ к миллионам потенциальных клиентов и более чем 600 000 турагентств по всему миру, существенно увеличивая также свою эффективность за счет снижения издержек.

Подробная информация о гостинице, включающая описание номеров, типов цен и графические файлы, попадает на тысячи каналов дистрибьюции. А значит, клиент из любого уголка мира в любой момент времени самостоятельно или с помощью турагента может выбрать и забронировать интересующий его вариант размещения.

Технология выполнения работы:

1. Составить в Ms Word таблицу возможностей для каждой Глобальной системы распределения.

Для англоязычного сайта можно воспользоваться on-line переводчиком сайтов <http://www.translate.ru>

<i>№ пп</i>	<i>Критерии анализа</i>	<i>Amadeus</i>
1.	Бронирование авиабилетов	+
2.	Бронирование услуг железнодорожных компаний	+
3.	Бронирование номеров	
4.	Сведения о наличии номеров	
5.	Работа с группами	
6.	Индивидуальные предпочтения путешественника в интерактивном режиме	
7.	Бронирование проката автомобилей	
8.	Наличие мест авиакомпаний, отелей и компаний по аренде автомобилей	
9	Размер агентского сбора	

10.	Альтернативные варианты перелета	
11.	Бронирование услуг паромных компаний	
12.	Внутренняя электронная почта	
13.	Бронирование услуг круизных компаний	

2. Провести сравнительный анализ характеристик каждой из систем. Результаты анализа оформить в виде таблицы.

Критерии оценивания

- оценка «отлично» выставляется студенту (обучающемуся), если практическая работа выполнена в полном объеме с соблюдением последовательности заданий, самостоятельно сформулированы цель и выводы, в отчете правильно составлены таблицы, рисунки и записи;
- оценка «хорошо» выставляется студенту (обучающемуся), если практическая работа выполнена в полном объеме без соблюдения последовательности заданий с допущением 1-2-х незначительных ошибок в заданиях или отчете;
- оценка выставляется студенту (обучающемуся), если «удовлетворительно» если практическая работа выполнена не в полном объеме (отсутствует выполнение 1-2-х заданий), с допущением ошибок при их выполнении;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту (обучающемуся), если задания практическая работы не выполнены, отсутствует умение, логически и грамотно выполнять задания.

Практическое занятие № 5

Инструкционная карта

Тема: Анализ бронирования через центральную систему бронирования и GDS и при непосредственном общении с гостем

В результате выполнения работы студент (обучающийся) должен **уметь**:

- Работать с глобальными системами бронирования;
- Бронировать номера в глобальных системах распределения.

В результате выполнения работы студент (обучающийся) должен **знать**:

- Правила бронирования в глобальных системах (Amadeus, Sabre, Woldspan и Galileo);

Время выполнения: 2 часа

Задание: Решение ситуационных задач.

1. По телефону поступает заказ от гостя на бронирование одноместного номера определенной ценовой категории. Однако на запрашиваемые даты одноместные номера нужной ценовой категории отсутствуют. Ваши действия.

2. По электронной почте поступил заказ от туристического агентства на бронирование номеров на английском языке для группы гостей из 9 человек на 7 дней без указания пожеланий по размещению и тендерной принадлежности. Ваши действия.

3. Принять по телефону заказ на бронирование для семьи с тремя детьми. При общении с гостями выясняется, что даты заезда могут быть изменены. Принять заказ на русском и английском или другом иностранном языке.

4. Администратору звонит потенциальный гость, который не может определиться с выбором отеля и категорией номера. Ваши действия.

5. По факсу поступил заказ на бронирование для туристической группы. Но, на требуемый период, все места в отеле уже забронированы и оплачены. Ваши действия.

6. Через центральную систему бронирования поступает заказ от гостя, нежелательного для вашего отеля. Вы не можете принять этот заказ. Ваши действия.

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» выставляется студенту (обучающемуся), если практическая работа выполнена в полном объеме с соблюдением последовательности заданий, самостоятельно сформулированы цель и выводы, в отчете правильно составлены таблицы, рисунки и записи;
- оценка «хорошо» выставляется студенту (обучающемуся), если практическая работа выполнена в полном объеме без соблюдения последовательности заданий с допущением 1-2-х незначительных ошибок в заданиях или отчете;
- оценка выставляется студенту (обучающемуся), если «удовлетворительно» если практическая работа выполнена не в полном объеме (отсутствует выполнение 1-2-х заданий), с допущением ошибок при их выполнении;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту (обучающемуся), если задания практической работы не выполнены, отсутствует умение, логически и грамотно выполнять задания.

Практическое занятие № 6

Инструкционная карта

Тема: Индивидуальное бронирование с использованием профессиональной программы «Shelter».

В результате выполнения задания студент (обучающийся) должен уметь:

- составлять и обрабатывать необходимую документацию (по загрузке номеров, ожидаемому заезду, выезду).

В результате выполнения задания студент (обучающийся) должен знать:

- нормативную документацию, регламентирующая деятельность гостиниц при приеме, регистрации и размещении гостей;
- стандарты качества бронирования номеров.

Время выполнения: 2 часа

Задание: Решение ситуационных задач при помощи АСУ «Shelter»

1. По телефону поступает заказ от гостя на бронирование одноместного номера определенной ценовой категории. Однако на запрашиваемые даты одноместные номера нужной ценовой категории отсутствуют. Ваши действия.

2. По электронной почте поступил заказ от туристического агентства на бронирование номеров на английском языке для группы гостей из 9 человек на 7 дней без указания пожеланий по размещению и тендерной принадлежности. Ваши действия.

3. Принять по телефону заказ на бронирование для семьи с тремя детьми. При общении с гостями выясняется, что даты заезда могут быть изменены. Принять заказ на русском и английском или другом иностранном языке.

4. Администратору звонит потенциальный гость, который не может определиться с выбором отеля и категорией номера. Ваши действия.

5. По факсу поступил заказ на бронирование для туристической группы. Но, на требуемый период, все места в отеле уже забронированы и оплачены. Ваши действия.

6. Через центральную систему бронирования поступает заказ от гостя, нежелательного для вашего отеля. Вы не можете принять этот заказ. Ваши действия.

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» выставляется студенту (обучающемуся), если практическая работа выполнена в полном объеме с соблюдением последовательности заданий, самостоятельно сформулированы цель и выводы, в отчете правильно составлены таблицы, рисунки и записи;
- оценка «хорошо» выставляется студенту (обучающемуся), если практическая работа выполнена в полном объеме без соблюдения последовательности заданий с допущением 1-2-х незначительных ошибок в заданиях или отчете;
- оценка выставляется студенту (обучающемуся), если «удовлетворительно» если практическая работа выполнена не в полном объеме (отсутствует выполнение 1-2-х заданий), с допущением ошибок при

их выполнении;

- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту (обучающемуся), если задания практическая работы не выполнены, отсутствует умение, логически и грамотно выполнять задания.

Практическое занятие № 7

Инструкционная карта

Тема: Групповое бронирование с использованием профессиональной программы «Shelter».

В результате выполнения задания студент (обучающийся) должен уметь:

- составлять и обрабатывать необходимую документацию (по загрузке номеров, ожидаемому заезду, выезду).

В результате выполнения задания студент (обучающийся) должен знать:

- нормативную документацию, регламентирующая деятельность гостиниц при приеме, регистрации и размещении гостей;
- стандарты качества бронирования номеров.

Время выполнения: 2 часа

Порядок выполнения работы

1. Выполнить бронирование, произвести предварительное расселение с помощью АСУ «Shelter».
2. Заполнить Карточку резервирования и Информацию о госте (все поля обязательны для заполнения).
3. Подтвердить бронирование, подготовив Подтверждение о бронировании.

Задание 1.

В службу бронирования поступила по факсу заявка от ООО «Прометей»: «Просим забронировать для сотрудников нашей фирмы Корнеева Алексея Борисовича и Петухова Сергея Александровича два одноместных номера категории «стандарт» с текущая дата +5, суток проживания 8, заезд в 14.00». дополнительные условия: наличие душа, номера на одном этаже.

Задание 2.

В службу бронирования поступила заявка на бронирование группы преподавателей из г. Набережные Челны (6 человек) с текущая дата +7, суток проживания 6. Зарезервировать для данной группы 3 стандартных двухместных номера. Оплата по безналичному расчету.

Задание 3.

В службу бронирования поступила по факсу заявка от фирмы «Домидей»: «Просим забронировать для сотрудников нашей фирмы Бурдина Павла Витальевича и Карасенко Виктора Степановича два одноместных номера текущая дата +2, суток проживания 9, заезд в 14.00».

Задание 4.

В службу бронирования поступила по факсу заявка от компании «Солинг»: «Просим забронировать для сотрудников нашей фирмы Черных Максима Владимировича и Чельшева Виктора Евгеньевича два одноместных номера текущая дата + 7, суток проживания 8, заезд в 14.00».

Задание 5.

В службу бронирования поступила по факсу заявка от фирмы «Фарм»: «Просим забронировать для сотрудников нашей фирмы Федорова Михаила Михайловича и Дмитриенко Виталий Анатольевич два одноместных номера «стандарт» с текущая дата + 10, суток проживания 12, заезд в 14.00».

Задание 6.

В службу бронирования поступила по факсу заявка от ООО «Транс Реал»: «Просим забронировать для сотрудников нашей фирмы Тихоненко Андрея Владимировича и Стрецова Виктора Геннадьевича два одноместных номера с текущая дата +7, суток проживания 9, заезд в 14.00».

Задание 7.

В службу бронирования поступила по факсу заявка от компании «Коркунов»: «Просим забронировать для сотрудников нашей фирмы Полякова Юрия Юрьевича и Овсянникова Николая Михайловича два одноместных номера «люкс» с текущая дата + 5, суток проживания 7, заезд в 14.00».

Задание 8.

Выполнить бронирование для студенческого коллектива «Тринта» (5 человек) из г. Видное с текущая дата +4, суток проживания 5. Выделить двух гостей (Кузнецову Ирину, Жарова Льва) из коллектива и заселить их на 3 дня. Паспортные данные Кузнецовой И. – 45 02 762301; Год рождения – 21.05.87. Паспортные данные Жарова Л. – 56 23 014587; Год рождения – 05.11.83

Задание 9.

В службу бронирования поступила по факсу заявка от ООО «Мегаполис»: «Просим забронировать для группы сотрудников нашей фирмы два одноместных и три двухместных номера с текущая дата +2, суток проживания 6, заезд в 14.00».

Задание 10.

В службу бронирования поступила заявка на бронирование из турагентства «Европа - тур» для группы преподавателей из г. Севороморска (5 человек). Зарезервировать стандартные одноместные номера. Оплата по безналичному расчету.

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» выставляется студенту (обучающемуся), если практическая работа выполнена в полном объеме с соблюдением последовательности заданий, самостоятельно сформулированы цель и выводы, в отчете правильно составлены таблицы, рисунки и записи;
- оценка «хорошо» выставляется студенту (обучающемуся), если практическая работа выполнена в полном объеме без соблюдения последовательности заданий с допущением 1-2-х незначительных ошибок в заданиях или отчете;
- оценка выставляется студенту (обучающемуся), если «удовлетворительно» если практическая работа выполнена не в полном объеме (отсутствует выполнение 1-2-х заданий), с допущением ошибок при их выполнении;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту (обучающемуся), если задания практической работы не выполнены, отсутствует умение, логически и грамотно выполнять задания.

Практическое занятие № 8

Инструкционная карта

Тема: Коллективное бронирование с использованием профессиональной программы «Shelter»

ПК 4.1-4.3

ОК 1-10

В результате выполнения задания студент (обучающийся) должен уметь:

- составлять и обрабатывать необходимую документацию (по загрузке номеров, ожидаемому заезду, выезду).

В результате выполнения задания студент (обучающийся) должен знать:

- нормативную документацию, регламентирующая деятельность гостиниц при приеме, регистрации и размещении гостей;
- стандарты качества бронирования номеров.

Порядок выполнения работы

Вы являетесь сотрудником отдела бронирования отеля «Белые ночи». По различным каналам резервирования к вам поступает информация от потребителей о резервировании и бронировании номеров в вашем отеле. Вы должны принять и оформить письма- заявки на резервирование и бронирование.

Заявки на бронирование мест по телеграммам, телефонным звонкам, письмам регистрируются в специальном журнале «И» по форме, установленной Приказом Минфина Российской Федерации от 13 декабря 1993 года №121 «Об утверждении форм документов строгой отчетности»:

Регистрационный номер	Фамилия, имя, отчество	Место жительства	Вид заявки	Дата заявки	Дата заезда - выезда	Гостиница	К-во мест	Подпись лица, принявшего заявку

Заявки, полученные от организаций, регистрируются в специальном журнале «П» по следующей форме, установленной Приказом Минфина Российской Федерации от 13 декабря 1993 года №121 «Об утверждении форм документов строгой отчетности»

Регистрационный номер	Наименование предприятия, организации	Дата представления заявки	Дата заезда, выезда	Гостиница	К-во мест	Подпись лица, принявшего заявку

Ситуация 1. По факсу поступила заявка на бронирование номеров от НИИ «Наука и образование» для группы ученых из трех человек. В сообщении содержалась следующая информация: дата заезда 13.02.2014 г; дата выезда 20.02.2014 г., двухместный «люкс» для двух ученых женщин: Мартыновой Галины Васильевны и Арбузовой Ольги Михайловны, одноместный «люкс» для ученого Баранова Григория Петровича. Особые пожелания – тихие номера. С условиями и размером оплаты согласны.

Между отелем «Белые ночи» и НИИ «Наука и образование» сложились длительные договорные отношения. Отель подтверждает бронирование.

Выполнить: 1) оформить и зарегистрировать заявку на бронирование 2) оформить подтверждение на бронирование.

Ситуация 2. НИИ «Наука и образование» заблаговременно сообщил в отель «Белые ночи», что изменилась дата заезда и количество гостей: дата заезда 14.02.2014, поменять одноместный «люкс» на двухместный и принять еще одного постояльца Куртикова Петра Васильевича.

Выполнить: 1) оформить изменения в заявке 2) оформить переподтверждение.

Ситуация 3. Через систему Интернет – бронирования поступила заявка на бронирование номера категории «сюит» стоимостью 15000 руб. от Мытарева Ольги Васильевны, паспортные данные 1234 567890, выдан 12.09.2000 г., зарегистрированной по адресу г. Самара, ул. Зеленая, д.13, 23В.56. Г-жа Мытарева пожелала конкретный номер: пятый этаж комната № 505. Дата заезда 12.02.2014 г. по 21.02.2014 г.

В это же время вы получаете факс от г-на Суханова Дмитрия Руслановича с просьбой забронировать номер 505 (пятый этаж) «сюит» в период с 13.09.2014 г. по 21.02.2014 г.

Для отеля «Белые ночи» г-жа Мытарева О.В. и г-н Суханов Д.Р. являются очень важными гостями и отель не хотел бы терять ни одного гостя.

Выполнить: 1) оформить и зарегистрировать полученные заявки 2) принять решение в сложившейся ситуации (описать ваши действия)

Ситуация 4. По почте г-жа Малахова Светлана Григорьевна, проживающая по адресу Краснодарский край, г. Анапа, ул. Морская, д.1, корп.2, 23В.45, просит забронировать номер-студию, стоимостью 10000 руб. дата заезда 1.03.2014 г., дата отъезда 15.03.2014 г. Количество гостей – 1 человек. С условиями оплаты ознакомлена. Сообщая свои реквизиты кредитной карты г-жа Малахова С.Г. гарантирует оплату.

Выполнить: 1) оформить и зарегистрировать заявку 2) оформить подтверждение бронирования.

Ситуация 5.

В службу бронирования поступила по факсу заявка от ООО «Прометей»: «Просим забронировать для сотрудников нашей фирмы Корнеева Алексея Борисовича и Петухова Сергея Александровича два одноместных номера категории «стандарт» с текущая дата +5, суток проживания 8, заезд в 14.00». дополнительные условия: наличие душа, номера на одном этаже.

Ситуация 6.

Выполнить бронирование для театрального коллектива «Россия» (5 человек) из г. Тольятти с текущая дата +3, суток проживания 4. Выделить двух гостей (Сухову Елену, Кирюшенко Ольгу) из коллектива и заселить их на 3 дня. Паспортные данные Суховой Е. – 45 02 762301; год рождения – 21.05.87. Паспортные данные Кирюшенко О. – 56 23 014587; год рождения – 05.11.80.

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» выставляется студенту (обучающемуся), если практическая работа выполнена в полном объеме с соблюдением последовательности заданий, самостоятельно сформулированы цель и выводы, в отчете правильно составлены таблицы, рисунки и записи;
- оценка «хорошо» выставляется студенту (обучающемуся), если практическая работа выполнена в полном объеме без соблюдения последовательности заданий с допущением 1-2-х незначительных ошибок в заданиях или отчете;
- оценка выставляется студенту (обучающемуся), если «удовлетворительно» если практическая работа выполнена не в полном объеме (отсутствует выполнение 1-2-х заданий), с допущением ошибок при их выполнении;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту (обучающемуся), если задания практическая работы не выполнены, отсутствует умение, логически и грамотно выполнять задания.

Практическое занятие № 9

Тема: Бронирование от компаний с использованием профессиональных программ ПК 4.1-4.3

ОК 1-9

В результате выполнения работы студент (обучающийся) должен **уметь**:

- работать с документацией;
- работать в программах АСУ.

В результате выполнения работы студент (обучающийся) должен **знать**:

- нормативно-правовую базу по гостиничному сервису;
- постановление «Правила предоставления гостиничных услуг»;

Время выполнения: 4 часа

Порядок выполнения работы

1. По факсу поступила заявка на бронирование номеров от НИИ «Наука и образование» для группы ученых из трех человек. В сообщении содержалась следующая информация: дата заезда 13.02.2014 г; дата выезда 20.02.2014 г., двухместный «люкс» для двух ученых женщин: Мартыновой Галины Васильевны и Арбузовой Ольги Михайловны, одноместный «люкс» для ученого Баранова Григория Петровича. Особые пожелания – тихие номера. С условиями и размером оплаты согласны.

Между отелем «Белые ночи» и НИИ «Наука и образование» сложились длительные договорные отношения. Отель подтверждает бронирование.

Выполнить: 1) оформить и зарегистрировать заявку на бронирование 2) оформить подтверждение на бронирование.

2. Выполнить бронирование для театрального коллектива «Россия» (5 человек) из г. Тольятти с текущая дата +3, суток проживания 4. Выделить двух гостей (Сухову Елену, Кирюшенко Ольгу) из коллектива и заселить их на 3 дня.

Паспортные данные Суховой Е. – 45 02 762301; год рождения – 21.05.87. Паспортные данные Кирюшенко О. – 56 23 014587; год рождения – 05.11.80.

3. В службу бронирования поступила по факсу заявка от ООО «Транс Реал»: «Просим забронировать для сотрудников нашей фирмы Тихоненко Андрея Владимировича и Стрецова Виктора Геннадьевича два одноместных номера с текущая дата +7, суток проживания 9, заезд в 14.00».

4. В службу бронирования поступила по факсу заявка от компании «Коркунов»: «Просим забронировать для сотрудников нашей фирмы Полякова Юрия Юрьевича и Овсянникова Николая Михайловича два одноместных номера «люкс» с текущая дата + 5, суток проживания 7, заезд в 14.00».

5. В службу бронирования поступила по факсу заявка от ООО «Мегаполис»: «Просим забронировать для группы сотрудников нашей фирмы два одноместных и три двухместных номера с текущая дата +2, суток проживания 6, заезд в 14.00».

Критерии оценивания

- оценка «отлично» выставляется студенту (обучающемуся), если практическая работа выполнена в полном объеме с соблюдением последовательности заданий, самостоятельно сформулированы цель и выводы, в отчете правильно составлены таблицы, рисунки и записи;
- оценка «хорошо» выставляется студенту (обучающемуся), если практическая работа выполнена в полном объеме без соблюдения последовательности заданий с допущением 1-2-х незначительных ошибок в заданиях или отчете;
- оценка выставляется студенту (обучающемуся), если «удовлетворительно» если практическая работа выполнена не в полном объеме (отсутствует выполнение 1-2-х заданий), с допущением ошибок при их выполнении;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту (обучающемуся), если задания практической работы не выполнены, отсутствует умение, логически и грамотно выполнять задания.

Практическое занятие № 10

Тема: Составление алгоритма построения и проведения презентации услуг гостиничного предприятия

ПК 4.1-4.3

ОК 1-9

В результате выполнения работы студент (обучающийся) должен **уметь**:

- выделять целевой сегмент клиентской базы;
- разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей;
- планировать и прогнозировать продажи.

В результате выполнения работы студент (обучающийся) должен **знать**:

- Особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе
- Особенности работы с различными категориями гостей
- Методы управления продажами с учётом сегментации
- Способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ

Время выполнения: 2 часа

Порядок выполнения работы

Задание 1. Составить характеристику ресурсов отеля для организации гостиничной анимации.

1. Выбрать каталог и отель.
2. Месторасположение отеля.
3. Соответствие концепции услуг для деятельности гостиничного предприятия.
4. Время работы гостиничного предприятия, каких туристов принимает (возраст, цели поездки).
5. Вместимость отеля и категория номеров.
6. Инфраструктура отеля.
7. Основные услуги.
8. Дополнительные услуги.

Критерии оценивания

- оценка «отлично» выставляется студенту (обучающемуся), если практическая работа выполнена в полном объеме с соблюдением последовательности заданий, самостоятельно сформулированы цель и выводы, в отчете правильно составлены таблицы, рисунки и записи;
- оценка «хорошо» выставляется студенту (обучающемуся), если практическая работа выполнена в полном объеме без соблюдения последовательности заданий с допущением 1-2-х незначительных ошибок в заданиях или отчете;
- оценка выставляется студенту (обучающемуся), если «удовлетворительно» если практическая работа выполнена не в полном объеме (отсутствует выполнение 1-2-х заданий), с допущением ошибок при их выполнении;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту (обучающемуся), если задания практической работы не выполнены, отсутствует умение, логически и грамотно выполнять задания.

Практическая работа № 11-12

Тема: Составление алгоритма построения и проведения презентации услуг гостиничного предприятия

ПК 4.1-4.3

ОК 1-9

В результате выполнения работы студент (обучающийся) должен **уметь**:

- выделять целевой сегмент клиентской базы;
- разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей;
- планировать и прогнозировать продажи.

В результате выполнения работы студент (обучающийся) должен **знать**:

- Особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе
- Особенности работы с различными категориями гостей
- Методы управления продажами с учётом сегментации

- Способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ

Время выполнения: 4 часа

Порядок выполнения работы

Проанализировать, какие пакеты гостиничных услуг представлены в конкретной гостинице с точки зрения их востребованности клиентами гостиницы, современности, конкурентоспособности и целесообразности.

Памятка по пройденному материалу.

Пакет услуг представляет собой комплекс объединенных одной ценой разнообразных предложений. Они могут носить совершенно различный характер, не ограничиваясь обслуживанием в номерах. Пакетирование услуг имеет двойную направленность: с одной стороны, руководители отеля получают возможность снизить цену на некоторые виды услуг, компенсировав снижение цены ростом оборота (услуга продается по более низкой цене как бы в нагрузку к основной услуге, пользующейся устойчивым спросом). (Российское законодательство о правах потребителя запрещает обуславливать продажу одной услуги обязательной покупкой какой-либо другой. В этом смысле «пакетирование» в российской транскрипции относится скорее к ценовому предложению, а не к самой возможности приобрести ту или иную услугу. В любом случае потребитель должен иметь выбор: приобрести номер по полной стоимости, но без дополнений, или заплатить более выгодную цену за дополнительное предложение.) Связывание различных видов услуг одной ценой (пакетирование) позволяет также продвигать на рынок новые, незнакомые потребителю услуги. Вместе с тем следует следить за тем, чтобы цена пакета услуг не отличалась более, чем на 1—2% от обычной цены за номер. В противном случае гостиница испытает на себе отрицательное воздействие такой ценовой политики, теряя клиентов. В то же время рост загрузки при снижении цены продажи номера позволит компенсировать потери как за счет роста оборота основных услуг, так и путем увеличения объема продаж дополнительного предложения (питания, телефонного обслуживания и т.д.). Расширение бизнеса создает, дополнительные возможности по укреплению лояльности клиентов, означая, по сути, рост количества повторных продаж. Продажа услуг пакетами в сочетании с активной рекламной деятельностью в печати и информационных изданиях позволит сформировать и закрепить в сознании потребителей положительный имидж гостиничного предприятия. «Пакетирование» услуг имеет, кроме того, другие возможности повышения конкурентоспособности гостиничного предложения: во-первых, продажа услуг в пакете стимулирует потенциального клиента приобрести новые и неизвестные ему услуги, от которых он, возможно, отказался бы при других условиях. Во-вторых, продажа услуг в пакете стимулирует персонал повышать качество обслуживания, поскольку клиент судит об уровне обслуживания по каждой из составляющих пакета в отдельности. В-третьих, начав предлагать клиентам связанные услуги, персонал должен постоянно совершенствоваться, чтобы услуги отеля не теряли привлекательности для клиентов.

Критерии оценивания

- оценка «отлично» выставляется студенту (обучающемуся), если практическая работа выполнена в полном объеме с соблюдением последовательности заданий, самостоятельно сформулированы цель и выводы, в отчете правильно составлены таблицы, рисунки и записи;
- оценка «хорошо» выставляется студенту (обучающемуся), если практическая

работа выполнена в полном объеме без соблюдения последовательности заданий с допущением 1-2-х незначительных ошибок в заданиях или отчете;

- оценка выставляется студенту (обучающемуся), если «удовлетворительно» если практическая работа выполнена не в полном объеме (отсутствует выполнение 1-2-х заданий), с допущением ошибок при их выполнении;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту (обучающемуся), если задания практической работы не выполнены, отсутствует умение, логически и грамотно выполнять задания.

Практическая работа № 13

Тема: Клиентоориентированность в гостиничной сфере.

Формирование и развитие.

ПК 4.1-4.3

ОК 1-9

В результате выполнения работы студент (обучающийся) должен **уметь**:

- выделять целевой сегмент клиентской базы;
- разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей;
- планировать и прогнозировать продажи.

В результате выполнения работы студент (обучающийся) должен **знать**:

- особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе
- особенности работы с различными категориями гостей
- методы управления продажами с учётом сегментации
- способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ

Время выполнения: 2 часа

Порядок выполнения работы

Задание 1. Проанализировать теоретический материал и ответить на следующие вопросы.

1. Классификация типов клиентов.
2. Клиентированный подход в работе с разными типами клиентов.
3. Трудные клиенты.

1. Четырехзвездочный отель Kimpton Palomar Philadelphia совместно с местным приютом для бездомных животных **Saved Me** запустил программу **Palomar Pet Pals**, с целью помочь собакам найти хозяев, а гостям отеля – расслабиться и снять стресс.

Недавно отель расширил программу, предложив ее бизнес-группам и деловым путешественникам, которые проводят встречи и мероприятия в отеле. За сумму 100 долларов, которая передается непосредственно в приют для животных, гости могут поиграть с лохматыми питомцами в перерывах во время переговоров, семинаров или конференций.

Кроме того, по будним дням после обеда, одного из участников программы Pet Pals гости всегда могут встретить в лобби отеля. Как только собака находит себе хозяина, ее место занимает следующая.

В дополнение к необычному, но востребованному сервису, Kimpton Palomar

Philadelphia предлагает ряд дополнительных услуг для гостей, путешествующих со своими домашними животными. Например: специальную посуду для животных, заказ еды и воды в номер, карту с лучшими пешеходными маршрутами и парками для прогулок с животными, услуги по уходу и другие сервисы для домашних питомцев.

2. Почему посетители, которые пришли в ресторан одни, могут испытывать неловкость

Некоторые путешественники стесняются есть в одиночестве в общественных местах в силу различных комплексов. Такой посетитель не знает куда смотреть, а если он на ком-то останавливает взгляд, другие могут воспринять это как грубость. И в то же время ему кажется, что все смотрят на него с осуждением, ведь он пришел поесть один. Многие (неважно, в своей стране или за границей) приходят в ужас от мысли о том, что им придется есть в одиночестве. У этой фобии даже есть свое имя: соломангарефобия.

Редко когда можно найти спецпредложения на обеды для одного человека. Кроме того, довольно мало ресторанов высокой кухни не ассоциируются с местами для свиданий. Тем не менее, выбор путешествующих в одиночку людей не должен ограничиваться уличными заведениями быстрого питания, закусочными или едой на вынос.

3. Развлекайте посетителей

Посетители, пришедшие поесть в одиночестве, почувствуют себя намного уютнее в ресторане, в котором играет ненавязчивая живая музыка. Одиноким посетители могут наблюдать за живым выступлением и при этом не выглядеть белой вороной. Такому посетителю больше не надо будет волноваться о том, что все смотрят на него.

Более того, благодаря живой музыке посетители смогут сосредоточить свое внимание на выступающих. Вместо того чтобы смотреть на других посетителей или в свою тарелку, путешественник сможет познакомиться не только с местной кухней, но и с местной культурой.

Если живая музыка Вам не подходит, можно обустроить небольшую библиотеку, собирать поэтические вечера или же придумать другой вид развлечений, который сможет отвлечь посетителей Вашего заведения.

4. Предлагайте разные столики

Свободное место за большим столом может еще раз напомнить гостю, что он пришел один, а не с компанией. Конечно, Вы всегда можете предложить гостю пересест за маленький столик, но проще всего посадить его за барную стойку, если гость не против.

С другой стороны, не в каждом ресторане с желаемым меню есть подходящая барная зона. Если в Вашем ресторане такой зоны нет, попробуйте сделать что-то наподобие барной стойки: разместите высокий узкий стол у окна. Таким образом, гость, пришедший без компании, сможет наблюдать за происходящим на улице, и не будет чувствовать неловкость из-за того, что не знает, куда смотреть.

Как видно, большинство способов привлечения и обслуживания гостей, которые решили поужинать в одиночестве, подходят и для тех, кто приходит с компанией. Всего пара небольших изменений и нововведений позволит Вам гораздо эффективнее привлекать и обслуживать искушенных и знающих посетителей Вашего ресторана, желающих поужинать в одиночестве. Вы сможете привлечь выгодную аудиторию путешественников, которые оценят Ваши старания и порекомендуют Ваш ресторан

кому-нибудь еще.

5. Будьте креативны

Оригинальное решение придумали в японской сети Moomin Café, предлагая обедающим в одиночестве гостям предоставлять компанию в виде большого плюшевого муми-тролля. Официанты интересуются у всех гостей, которые приходят поесть без компании, можно ли посадить к ним за столик кое-кого еще. В случае утвердительного ответа к трапезе присоединяется один из сказочных персонажей.

Среди игрушек, призванных скрасить одиночество во время трапезы, не только само семейство муми-троллей, но и другие герои известной сказки финской писательницы Туве Янсон. В Moomin Café есть большие куклы Муми-тролля, Снусмумрика, Фрекен Снорк, Сниффа. Интерьер и блюда также оформлены по мотивам книги и мультфильма.

6. Что делать, если гости Вашего отеля попали в неприятную ситуацию?

Ваши гости в отчаянии. Возвращаясь с экскурсии в отель, они попали в пробку, и теперь, по всей видимости, пропустят свой обратный рейс. Они находятся за пределами своей страны и не имеют возможности предупредить родственников и начальство на работе об отсроченном вылете. Они раздражены, растеряны и обращаются к Вам за помощью.

7. Что делаете Вы?

Во время путешествия гости иногда попадают в неприятные ситуации. Не отсавайтесь равнодушными, протяните руку помощи, и, возможно, Вы получите самого лояльного гостя или как минимум восторженный отзыв. Предлагаем Вам несколько рекомендаций, как можно спасти положение, если Ваши гости или их вещи окажутся не в то время и не в том месте

8. Пропущенный обратный рейс

Предложите гостю позвонить в авиакомпанию от его имени. Вы можете быстро найти номер телефона службы поддержки авиакомпании в Интернете. Если между Вашими гостями и представителем авиакомпании возник языковой барьер, оперативно изложите ситуацию самостоятельно и попросите передать трубку сотруднику, который бы смог без проблем переговорить с гостем.

После повторного бронирования обратного билета помогите гостям, которые уже прониклись к Вам симпатией, решить, как они будут добираться до аэропорта (чтобы на этот раз приехать вовремя).

Если им придется остаться еще на сутки, можете ли Вы избавить их от излишних непредвиденных расходов? Предложите снять номер по самому выгодному тарифу или подарите им купон на бесплатные напитки или закуски в ресторане отеля. Подобный жест позволит Вам выразить свое сочувствие гостям, оказавшимся в затруднительном положении.

Если все номера в Вашем отеле забронированы, проверьте наличие мест в ближайших отелях. Вы все равно уже никак не сможете продлить сроки бронирования. Как Вы думаете, что больше запомнится гостю: проживание в другом отеле или то, как Вы выручили его в трудной ситуации?

9. Авиакомпания потеряла багаж гостя

Если предположить, что багаж будет когда-нибудь найден, а путешественник последовал мудрому совету и оставил в ручной клади лекарства, важные документы и сменное белье, то такая ситуация больше воспринимается как значительное неудобство, а не полномасштабный кризис. Но лучше не говорить об этом тем, кто только что перенес 12-часовой перелет и кому больше всего на свете сейчас нужен душ, зубная щетка и дезодорант.

Вот что Вы можете сделать, в случае если авиакомпания потеряла багаж гостя: узнайте у него всю информацию о рейсе и предложите ему свои услуги по взаимодействию с авиакомпанией по вопросам поиска пропавшего багажа. Так ему не придется тратить дополнительное время своего и так не бесконечного отпуска на выяснение отношений с авиакомпанией.

При наличии в Вашем отеле собственного магазина Вы могли бы предложить гостю приобрести со скидкой или просто подарить рубашку, которую он мог бы носить, пока багаж не найдут. (Считайте, что это расходы на рекламу.)

Наконец, составьте контрольный список всех предметов, которым необходимо найти замену, если багаж путешественника потерялся. Отдайте гостю копию этого списка и отметьте на карте магазины, в которых он может приобрести недостающие вещи.

10. У гостя заболел ребенок

Путешествия в далекие страны – это захватывающее приключение. Иногда слишком захватывающее: новая еда, новые запахи, путешественник много времени проводит в самолетах, автобусах и такси и очень мало спит. Дети могут быть особенно чувствительны к тяготам зарубежных поездок, а уставшие после перелета родители – к трудностям ухода за больным ребенком.

Помогите семье найти ближайшую аптеку, клинику или больницу. Имейте под рукой телефоны ближайших медицинских учреждений и ознакомьтесь с их часами работы и правилами приема. Если ребенку необходимо присутствие родителей или родители хотят остаться с ним в больнице, предложите им упаковать вещи и оставить их на хранение в надежном месте.

Для предотвращения всех этих неприятностей в первую очередь продумайте, как посоветовать Вашим гостям перепроверить все процедуры, связанные с регистрацией на самолет, упаковать важные документы и положить сменную одежду в ручную кладь, а также не забыть о том, что во время путешествия необходимо себя беречь.

11. Потеря или кража паспорта

Помочь Вашему гостю восстановить паспорт могут только сотрудники посольства или консульства его страны. Достаньте карту и помогите ему найти информацию о ближайших автобусных, железнодорожных и авиационных рейсах, с помощью которых он может добраться до посольства. Если гость не владеет русским/украинским языком, предложите ему забронировать билет от его имени. Вы, как местный житель, можете договориться с оператором о более низком тарифе (в любом случае, Вы можете хотя бы попытаться!).

12. Если Вы работаете в отеле, который является объектом большой сети и располагается рядом с посольством или у Вас есть возможность связаться с другим отелем, расположенным в этом районе, Вы избавите путешественника от многих хлопот, предложив ему оформить бронирование по самому выгодному тарифу.

Те заведения, которые изначально ориентированы на семейную и детскую публику, потратили немалые силы, чтобы понять поведение, психологию, привычки и потребности детей и их родителей. Некоторые разведанные из арсенала обслуживания детей в ресторанах и кафе, наверняка, пригодятся и Вам.

1. Дети не приходят одни. Они всегда приводят с собой родителей, бабушек, дедушек, тетей, дядей, братьев, сестер, собачек и других существ. Сама еда и напитки для ребенка могут и не быть для Вас источником огромных прибылей. Но чем больше с ребенком (ами) будет сопровождающих лиц, тем округлее будут выглядеть и счет, и чаевые, и доход заведения.

2. Семейный поход в ресторан — это поход за положительными эмоциями. Ваши гости хотят приятно провести время, и роль официанта здесь трудно переоценить. Более того, Ваши шансы увидеть это семейство еще раз в своем заведении очень вырастут, если Вы будете обращаться подобающим образом с самым дорогим, что у них есть — с их ребенком!

3. Самый надежный способ сделать так, чтобы дети вышли из под контроля — это вести себя с ними, как с детьми! Дети, которые достаточно взрослые для того, чтобы общаться с другими людьми (с Вами, например) вполне способны оценить уважение, честность и интерес к себе — в точности, как и Ваши взрослые гости. Стоит Вам начать «сюсюкать» с ними — и они вскоре расплачутся. А если Вы начнете раздражаться — ждите в ответ капризов. Спокойное, дружелюбное и уважительное отношение к гостям с детьми — вот правильный подход для официанта.

4. Говорите непосредственно с ребенком. Обращайтесь на «Вы» к детям старше четырех-пяти лет, им это понравится. Подготовьте заранее несколько обращений, вроде «молодой человек», «юная леди» и т.д. Обращаясь к малышам, говорите не слишком громко, чтобы не испугать их. Всегда, когда это возможно, используйте их имена. Для того, чтобы не возвышаться, наклонитесь или присядьте немного — установить контакт глаз на одной высоте гораздо легче. Улыбайтесь как можно чаще. Отметьте хорошие манеры детей и поблагодарите их.

5. Все дети любят разнообразие и не любят скучать. В каждом ресторане, (ведь так?) есть цветные карандаши и бумага для маленьких гостей. Самым маленьким подойдет мягкая игрушка — пусть у нее будет жизнерадостное выражение лица. Иногда достаточно посадить гостей с детьми у окна, чтобы происходящее в зале и на улице по очереди отвлекало Вашего гостя от «дурных» мыслей.

6. Научитесь предугадывать желания и потребности гостей за семейным столом. Спросите разрешения подавать заказ детям как можно скорее. Предложите родителям «придержать» их заказ, чтобы сначала поели дети, если им требуется помощь взрослых. При приеме заказа спросите родителей, может ли чадо заказывать самостоятельно все, что пожелает. Этот вопрос обычно достаточно задать «глазами». Предлагайте десерты и напитки. Вовремя предлагайте восполнять напитки. Предупредите родителей, если блюдо, заказанное малышом, ему будет неудобно есть самостоятельно. Не забудьте предупредить их об острых и специфических блюдах. Будьте готовы предложить на выбор несколько блюд, которые будут знакомы и «комфортны» для детей.

7. Не говорите детям, что они не должны делать, используйте положительный подход и заинтересованность. Например, вместо «Нельзя бегать по залу» скажите коротышке: «Я беспокоюсь за тебя! Наши сотрудники могут тебя не заметить, когда несут горячие блюда по залу».

8. Если родители делают замечания своим отпрыскам — стойте в стороне! — как в прямом, так и в переносном смысле.

9. Для того, чтобы дети выглядели после еды так же опрятно, как и до, принесите за стол влажную салфетку или полотенце. Если дети голодны, то сразу при принятии заказа предложите им (или их родителям) печенье, крекеры,

фрукты.

Как правило, в выходные или во время каникул, родители особенно часто отдыхают вместе с детьми или берут куда-нибудь пообедать. Не упускайте возможности, которые перед Вами открываются! Помните, что дети охотно приведут своих родителей к Вам еще раз, если им у Вас понравится. А если Вы все будете делать правильно, то потом они приведут и своих детей.

Критерии оценивания

- оценка «отлично» выставляется студенту (обучающемуся), если практическая работа выполнена в полном объеме с соблюдением последовательности заданий, самостоятельно сформулированы цель и выводы, в отчете правильно составлены таблицы, рисунки и записи;
- оценка «хорошо» выставляется студенту (обучающемуся), если практическая работа выполнена в полном объеме без соблюдения последовательности заданий с допущением 1-2-х незначительных ошибок в заданиях или отчете;
- оценка выставляется студенту (обучающемуся), если «удовлетворительно» если практическая работа выполнена не в полном объеме (отсутствует выполнение 1-2-х заданий), с допущением ошибок при их выполнении;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту (обучающемуся), если задания практической работы не выполнены, отсутствует умение, логически и грамотно выполнять задания.

Практическое занятие № 14

Тема: Формирование программ лояльности клиентов

ПК 4.1-4.3

ОК 1-9

В результате выполнения работы студент (обучающийся) должен **уметь**:

- выделять целевой сегмент клиентской базы;
- разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей;

В результате выполнения работы студент (обучающийся) должен **знать**:

- Особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе
- Особенности работы с различными категориями гостей
- Методы управления продажами с учётом сегментации

Время выполнения: 2 часа

Порядок выполнения работы

Задание 1. На основе теоретического материала провести анализ программы лояльности в отеле.

Задание 2. Кратко описать программы лояльности.

Задание 3. Обзор лучших программы лояльности отелей.

Основные виды программ лояльности отеля

Каждое предприятие старается сделать собственную программу лояльности уникальной. Но в целом, они опираются на один из существующих видов, комбинируя его с другими или усложняя. Какими могут быть программы лояльности в отелях? Рассмотрим основные виды.

Накопительная программа лояльности

Самая распространенная и простая модель: расплачиваясь, клиент накапливает баллы, которые в дальнейшем может использовать для обмена на материальные выгоды (скидки, бесплатные услуги, специальные предложения и др.). Главный критерий эффективности такой программы – ее простота и понятность. Чтобы система не превратилась для гостя в головную боль, не стоит переусердствовать, усложняя и дифференцируя бонусы, изобретая невероятные условия для получения 1 доллара на счет на карте, которой можно будет воспользоваться в течение 3 дней осенью следующего года.

Многоуровневая программа лояльности

Недостаток накопительной системы заключается в том, что интервал между оплатой и достижением цели слишком большой. Зачастую клиенты, которые пользуются услугами отеля раз в год, отправляясь в отпуск, просто забывают о программе. Поэтому чаще всего в гостиничной сфере применяется многоярусная программа лояльности. Она позволяет гостям получать более значимые выгоды по мере продвижения по цепочке от потенциального до лояльного клиента. Именно многоуровневые системы используют лидеры отельного рынка.

Партнерская программа лояльности

Отели могут предлагать гостям в качестве бонусов не только собственные услуги, но и компаний-партнеров: ресторанов, такси, прачечных, магазинов, экскурсионных бюро или авиакомпаний. Гость пользуется услугами партнеров и за это получает баллы, которые, в свою очередь, также может потратить на услуги отеля или его партнеров.

«Выбор типа программы лояльности нужно делать на основании аналитики, в рамках которой анализируются конкурентные позиции и позиционирование отеля, структура клиентской базы гостей, результаты предыдущих акций и промо-мероприятий, существующие возможности и ограничения, — подчеркивает Михаил Фокин. — Например, если костяк клиентов — это командировочные сотрудники, то необходимо строить корпоративную программу лояльности, которая сочетает в себе преимущества как для посетителя, так и компании, которая отправила его в командировку».

Обзор лучших программы лояльности отелей

В отличие от небольших гостиниц, международные сети имеют возможность привлекать туристов в многочисленные отели по всему миру. И прилагают максимум усилий для того, чтобы удерживать посетителей в заведениях своей сети. Поэтому именно международные сети стали законодателями трендов в построении программ лояльности.

«В мире существуют несколько признанных программ лояльности, как например, Marriot Rewards, Club Carlson Rewards, Hilton HHonors, — рассказывает Людмила Типограф. — Это наиболее успешные и работающие программы сетевых отелей с мировым именем. Они дают участникам право накапливать бонусы, путешествуя по всему миру, и при этом быть уверенными в постоянстве высокого уровня размещения в любой из точек сети».

Программа *Marriott Rewards* объединяет 4600 отелей по всему миру. Это многоярусная программа, которая включает 4 уровня: стартовый, Silver Elite, Gold Elite и Platinum Elite. Чем выше уровень, тем больше, дороже и респектабельнее бонусы можно получить. Начисляются баллы за проживание, пользование услугами партнерских авиакомпаний и других организаций. Обменять их можно на бесплатное проживание, улучшение номера и прочие выгоды от сети и ее партнеров.

Club Carlson Rewards позволяет участникам получать привилегии в более чем в 1000 отелях сети Carlson Rezidor в разных странах. Посетители получают по 20 баллов Gold Points® за каждый доллар, потраченный на проживание в отелях, еду и напитки. Кроме того, баллы можно зарабатывать в пунктах проката автомобилей, винном клубе, магазинах и пр. Потратить их можно на бесплатное проживание и другие возможности от отелей и их партнеров. Привилегии дифференцируются в зависимости от уровня карты участника: красная, серебряная, золотая или консьерж. Программа Club Carlson Rewards имеет ограничения в сроках, в течение которых можно накапливать и тратить баллы.

Hilton HHonors – 4-ярусная программа лояльности, включающая уровни Member, Silver, Gold и Diamond. Аналогично предыдущим программам, участники получают и могут тратить бонусы, оплачивая проживание в отелях сети (более 4800 по всему миру), а также пользуясь услугами партнеров. Кроме того, программа позволяет гостям самостоятельно выбирать способ накопления баллов, предоставляя тем самым больше свободы, чем конкуренты.

Основное отличие в описанных выше программах — в условиях перехода на следующий уровень. В некоторых случаях для того, чтобы получить больше привилегий, достаточно забронировать номер на 5 ночей, в других — на 15 и более, и при этом выполнить ряд дополнительных условий.

В большинстве случаев правила участия в программе типичны и включают в себя следующие обязательные пункты:

1. Для участия в программе нужно заполнить анкету на стойке службы приема и размещения или на сайте отеля.

2. Привилегии и скидки на услуги отеля начинают действовать сразу после выдачи карты участника программы. Скидки на проживание предоставляются со следующего заезда.

3. Карту участника программы нужно предъявлять при каждом заселении в отель. Во время бронирования также нужно указывать, что гость является участником программы.

4. Скидки на проживание предоставляются только при прямом бронировании на официальном сайте, по телефону или электронной почте отеля (без участия посредников – туристических агентств, интернет-порталов, систем ONLINE-бронирования и т.п.).

Критерии оценивания

- оценка «отлично» выставляется студенту (обучающемуся), если практическая работа выполнена в полном объеме с соблюдением последовательности заданий, самостоятельно сформулированы цель и выводы, в отчете правильно составлены таблицы, рисунки и записи;

- оценка «хорошо» выставляется студенту (обучающемуся), если практическая работа выполнена в полном объеме без соблюдения последовательности заданий с допущением 1-2-х незначительных ошибок в заданиях или отчете;

- оценка выставляется студенту (обучающемуся), если «удовлетворительно» если практическая работа выполнена не в полном объеме (отсутствует выполнение 1-2-х заданий), с допущением ошибок при их выполнении;

- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту (обучающемуся), если задания практической работы не выполнены, отсутствует умение, логически и грамотно выполнять задания.

