



## SZKOLENIE : PROFESJONALNA RECEPCJA W HOTELEU 4\*

### WSTĘP

- \* prezentacja trenera i uczestników
- \* prezentacja głównych zagadnień i celów szkolenia
- \* kontrakt

### I. OBSŁUGA GOŚCIA HOTELOWEGO - czyli wszystko przesyła informacje

- Organizacja pracy na stanowisku RECEPCJA
- Zasady witania / żegnania Gościa
- Zasady prowadzenia rozmowy telefonicznej/przyjmowanie rezerwacji
- Dobre praktyki w kontakcie e-mailowym z potencjalnym Gościem hotelowym
- Zasady savoir-vivre na stanowisku pracy

Scenki/ ćwiczenia z analizą błędów ( korekta)

### II. TELEFONICZNA A BEZPOŚREDNIA OBSŁUGA GOŚCIA

- Standardy i różnice w sposobie prowadzenia rozmowy
- Jak słuchać aby Gość czuł się rozumiany?
- Badanie i przewidywanie potrzeb Gościa w oparciu o znajomość oferty hotelowej, standardów pokoi, różnic między nimi, oraz ćwiczenie umiejętności dopasowania pakietów pobytowych do oczekiwań Gości.
- Odpowiedzialność finansowa ( prawidłowe wystawianie rachunków i faktur, umiejętne naliczanie rabatów, odpowiedzialność za gotówkę w kasie, dbałość o serwis przy rozliczaniu Gościa)

### III. WSPÓŁPRACA Z INNYMI DZIAŁAMI HOTELOWYMI – komu to się opłaca?

- Co wpływa na ocenę Gości?
- Znajomość oferty hotelowej oraz mocnych i słabych stron obiektu.

#### IV. TYPOLOGIA GOŚCI W HOTELU: GRUPY KLIENTÓW, STANDARDY ICH OBSŁUGI.

- \* klient biznesowy
- \* klient VIP
- \* klient indywidualny/podróżnik
- \* klient niepełnosprawny
- \* rodziny z dziećmi

#### V. BUDOWANIE RELACJI Z GOŚCIEM HOTELOWYM ZA POMOCĄ:

- pozytywnych zwrotów
- eliminacji negatywnego języka
- marketingu relacyjnego

#### VI. TRUDNY KLIENT CZY TRUDNA SYTUACJA?

- a) Oczekiwania i wymagania Gości w hotelarstwie
- b) Geneza sytuacji trudnych - dlaczego takie sytuacje mają miejsce ?
- c) Postawy Gości hotelowych : niezadowolenie, rozczarowanie, agresja
- d) Jakie sztuczki stosuje Gość ?
- e) Obiekcje, zastrzeżenia oraz krytyka ze strony Gości- jak sobie poradzić?

#### VII .REKLAMACJE – NIKT NIE LUBI, A WSZYSTKIM SIĘ ZDARZAJĄ

Reklamacje – Rezygnacja – Konkurencja

co możemy zrobić, aby przerwać ten schemat?

- a) Jak rozpatrywać reklamacje?
- b) Reklamacja jako okazja do budowania głębszych relacji z Gościem

## VIII. MOCNE I SŁABE STRONY HOTELU - ANALIZA

a) Gość jako potencjalne źródło wiedzy o jakości oferowanych usług

- \* rozmawiaj
- \* zdobywaj informacje
- \* notuj
- \* przekazuj
- \* ulepszaj

b) Wrażenia z pobytu - czyli jak wpłynąć na opinię Gościa w internecie?

## PODSUMOWANIE I ZAKOŃCZENIE SZKOLENIA