

Materiał pomocniczy dla nauczycieli kształcących w zawodzie:

TECHNIK HOTELARSTWA

przygotowany w ramach projektu „Praktyczne kształcenie nauczycieli zawodów branży hotelarsko-turystycznej”

Priorytet III. Wysoka jakość systemu oświaty

Poddziałanie 3.4.3 Upowszechnienie uczenia się przez całe życie – projekty konkursowe





Organizacja i sprzedaż usług dodatkowych w hotelu

Hotele całego świata, bez względu na kategorię i wygląd zewnętrzny, dzielą się na dwie zasadnicze grupy. Na takie, gdzie klientowi sprzedaje się spokojny sen i dobre samopoczucie, oraz takie, gdzie podstawowym zajęciem jest spełnianie czynności służbowych w zakładzie ds. noclegowania osób przyjezdnych.

W.Górnicki „Ballada hotelowa”



Organizacja i sprzedaż usług dodatkowych w hotelu

Usługi dodatkowe, sprzedawane w recepcji hotelowej, stanowią niejednokrotnie dodatkowe źródło przychodu dla właściciela hotelu.

Nowoczesny hotelarz dbający o wysoką jakość świadczonych usług dąży do stworzenia takiej oferty usług dodatkowych, aby gość hotelowy miał wybór w możliwościach zagospodarowania czasu wolnego.

Podstawowym miejscem przekazania informacji o usługach dodatkowych, miejscem promocji i sprzedaży tych usług, jest recepcja.





Organizacja i sprzedaż usług dodatkowych w hotelu

Granica między usługami uzupełniającymi a dodatkowymi nie da się ściśle określić.

Zakres usług dodatkowych jest związany z rodzajem i charakterem zakładu hotelarskiego oraz jego kategorią.

To co dla jednego zakładu jest usługą obligatoryjną dla innego może stanowić przedmiot usług dodatkowych.

Każdy obiekt posiadający określoną kategorię świadczy usługi dodatkowe zgodnie z wymaganiami zawartymi w przepisach prawnych.

W ostatnim czasie mamy do czynienia ze wzrostem wymagań odnośnie oferty usługowej zarówno pod względem różnorodności, jakości jak również dostępności ekonomicznej.





Organizacja i sprzedaż usług dodatkowych w hotelu

Podział usług dodatkowych

UZ

Uzupełniające (komplementarne)

- budzenie
- szatnia
- depozyt
- przechowalnia bagażu
- informacja turystyczna
- dostarczanie poczty

Rodzaje usług dodatkowych w hotelach

Fakultatywne

- basen
- sauna
- tenis

Towarzyszące

- kiosk
- fryzjer
- kosmetyczka
- kwaciarnia
- usługi handlowe (własnej produkcji)



Organizacja i sprzedaż usług dodatkowych w hotelu

Rodzaje usług dodatkowych w hotelach

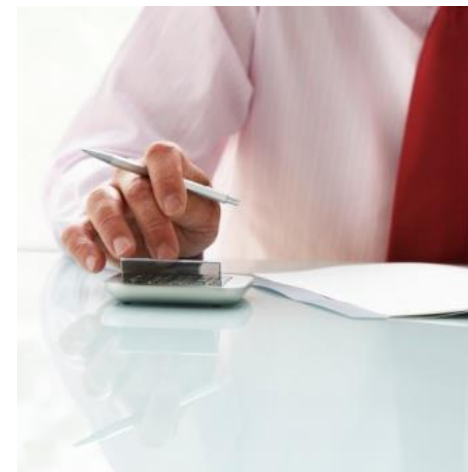
- **UZUPEŁNIAJĄCE** – nieodłącznie związane z działalnością podstawową, najczęściej bezpłatne
- **TOWARZYSZĄCE** – skierowane zarówno do gości hotelowych jak i osób nie będących klientami danego obiektu
- **FAKULTATYWNE** – urozmaicają pobyt gościa - dzięki nim jest bardziej atrakcyjny, mogą być bezpłatne (wówczas zachęcają gości do korzystania z hotelu), lub odpłatne

Organizacja i sprzedaż usług dodatkowych w hotelu

Z punktu widzenia asortymentu usług dodatkowych można podzielić je na:

- usługi dla biznesu,

- usługi w zakresie opieki nad dziećmi,



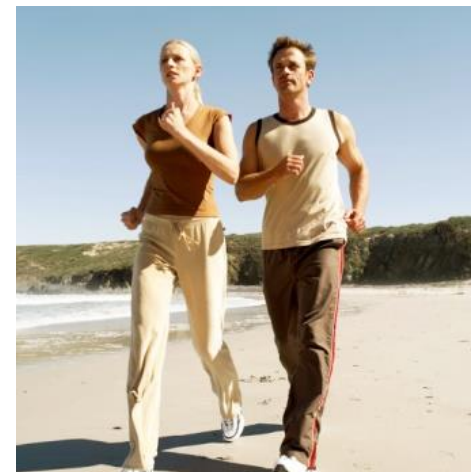
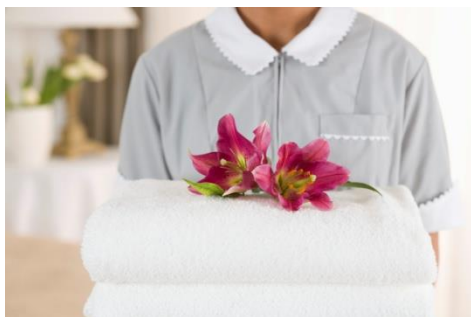
- usługi odnowy biologicznej,



Organizacja i sprzedaż usług dodatkowych w hotelu

Z punktu widzenia asortymentu usług dodatkowych można podzielić je na:

- usługi rekreacyjne i sportowe,
- usługi rehabilitacyjne,



- pozostałe usługi, (np.:eventy)



Organizacja i sprzedaż usług dodatkowych w hotelu

Przykłady świadczenia usług dodatkowych w hotelach.

- budzenie
- sejf
- stanowisko komputerowe z drukarką i dostępem do Internetu
- maszyny do pucowania butów
- serwowanie śniadań do pokoju
- przechowalnię bagażu
- usługi pralnicze
- na życzenie Gości udostępniamy żelazko oraz deskę do prasowania
- transfer z lotniska, z dworca PKP, PKS
- współpraca z korporacjami TAXI, które na wezwanie dowożą na mi
- opiekunka dla dziecka
- wynajem rowerów, samochodów, busów
- współpraca z pobliskimi parkingami, w których nasi Goście otrzymują specjalne ceny
- informacja kulturalno-turystyczna
- organizowanie wycieczek z przewodnikiem po Krakowie, do Wieliczki, Oświęcimia oraz innych atrakcyjnych miejsc w okolicy
- rezerwowanie miejsc w restauracjach, biletów do muzeów, teatru, kina





Organizacja i sprzedaż usług dodatkowych w hotelu

Przykłady świadczenia usług dodatkowych w hotelach.

- transport autokarowy
- tłumaczenie symultaniczne
- DJ
- oprawa muzyczna imprezy
- atrakcje:
 - boisko do siatkówki,
 - 3 boiska do boule
 - stanowiska grillowe
 - organizacja ogniska
 - bilard
 - kręgle
- korty tenisowe ziemne oraz halowe w pobliżu Hotelu
- warsztaty stylu i wizażu
- zajęcia teambuildingowe (m.in. Old Cars Lifting, gra terenowa Poszukiwacze Skarbów, stanowiska strzeleckie, quady, ścianki wspinaczkowe i wiele innych)
- możliwość rezerwacji zajęć Off-Road (wraz z transportem).





Organizacja i sprzedaż usług dodatkowych w hotelu

Przykłady świadczenia usług dodatkowych w hotelach.

Hotel Centrum ***

W ramach pobytu klient ma możliwość skorzystania z wielu bezpłatnych i płatnych usług dodatkowych

Usługi odpłatne

- sauna
- siłownia
- usługi bankowe
- zamawianie kwiatów

Usługi bezpłatne

- budzenie
- informacja PKS, PKP, LOT; informacja turystyczna
- internet
- przechowalnia bagażu
- przechowywanie pieniędzy i przedmiotów wartościowych w hotelowych skrzynkach depozytowych
- rezerwacja w innych hotelach
- samoobsługowa prasownia; wypożyczanie suszarki do włosów; zamawianie Taxi



CENTRUM-HOTELE



Organizacja i sprzedaż usług dodatkowych w hotelu

Przykłady świadczenia usług dodatkowych w hotelach.

- monitorowany oraz dozorowany parking dla samochodów osobowych oraz autokarów,
- sklepik z pamiątkami,
- sejf oraz skrytki depozytowe,
- wypożyczalnia rowerów, nart biegowych,
- bezprzewodowy, bezpłatny internet na terenie całego hotelu,
- bezpłatna kawiarenka internetowa,
- punkt informacji turystycznej





Organizacja i sprzedaż usług dodatkowych w hotelu

Należy pamiętać, że fakt posiadania w hotelu wielu usług dodatkowych nie oznacza jeszcze, iż klient będzie o nich wiedział, a jeżeli zostanie poinformowany, to będzie chciał pokonać zakupu.

Rodzaj i ilość zakupionych usług dodatkowych jest uzależnione od charakteru i czasu pobytu w hotelu.

Recepcja jest miejscem, w którym klient może już na początku dokonać zakupu usługi dodatkowej, m.in.:

- Usługa płatnego parkingu,
- Skorzystanie z sejfów bankowych,
- Skorzystanie z codziennego budzenia,
- Skorzystanie z sauny, jazuzzi, innych urządzeń rekreacyjno – sportowych, SPA
- Wykup wycieczek fakultatywnych,



Organizacja i sprzedaż usług dodatkowych w hotelu

Kluczowym zagadnieniem staje się zatem umiejętność sprzedaży bezpośredniej, posiadana przez recepcjonistę.

Dobra obsługa klienta, to przede wszystkim

- zainteresowanie drugim człowiekiem,
- traktowanie każdego klienta indywidualnie,
- zrozumienie ludzkich zachowań i oczekiwań,
- Umiejętne „pokierowanie” rozmowy, dotyczące oferowanych usług,
- Umiejętna prezentacja dodatkowych usług,
- Posiadanie kompetencji w zakresie udzielania rabatów na usługi dodatkowe – stosowane dla zachęty klienta,
- Posiadanie kompetencji w zakresie zaoferowania „próbnych wejść”, np. 15 minut bezpłatnie na jacuzzi, siłowni. - możliwe do zastosowania w przypadku określonego rodzaju usług.



Organizacja i sprzedaż usług dodatkowych w hotelu

Sprzedż usług dodatkowych w hotelu to również umiejętna ekspozycja ulotek, folderów lub broszur – na recepcji lub w każdym pokoju hotelowym razem z informatorem hotelowym.





Organizacja i sprzedaż usług dodatkowych w hotelu

Doskonałym narzędziem, wspierającym sprzedaż usług dodatkowych jest system telewizji hotelowej.





Organizacja i sprzedaż usług dodatkowych w hotelu

Przykładem hotelowego systemu telewizyjnego jest Eyecom Info Channel.

Kanał informacyjny to własny program telewizyjny hotelu. Podstawowym założeniem wprowadzenia hotelowego systemu telewizyjnego jest większa dostępność do wszystkich informacji o usługach dodatkowych w hotelu, dzięki czemu zwiększy się również sprzedaż tych usług.

- Reklama restauracji hotelowej i karty dań w tym wykwintnych potraw,
- Reklama usług typu SPA & Wellness,
- Prezentacja usług Room Service,
- Oferty weekendowe.

Materiały mogą być prezentowane w formie filmów, prezentacji bądź interaktywnych informacji.





DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ!

Materiał opracowany w ramach realizacji projektu **„Praktyczne kształcenie nauczycieli zawodów branży hotelarsko-turystycznej”**.