

Hotel aspirujący do zajęcia silnej pozycji powinien aktywnie zarządzać kapitałem ludzkim

Pozytywny wizerunek



Fot. Shutterstock

Anna Górnicka, dział szkoleń CEiB

Na rynku hotelowym istotne jest, aby być zauważalnym, wyróżnionym, cieszyć się powodzeniem i zaufaniem gości. To bezcenne. Dlatego też każdy przekaz z hotelu spa musi się opierać na rzetelnych, prawdziwych i weryfikowanych informacjach. W ten sposób kierownicy dbają o reputację obiektu, kształtując jego pozytywny wizerunek, który staje się coraz ważniejszym atutem w konkurencji.

Reputacja wyznacznikiem atrakcyjności

W warunkach dużej konkurencji rynkowej, goście zainteresowani usługami spa mają możliwość dokonania wyboru spośród wielu atrakcyjnych ofert kurortów. Chcąc efektywnie sprzedawać usługi spa hotel powinien motywować do odpowiedniego działania otoczenie wewnętrzne. Pozytywny wewnętrzny wizerunek hotelu spa wśród pracowników integruje ich wokół celów i wartości. To z kolei przekłada się na zwiększenie efektów i sprawności prowadzonych działań. W rezultacie zwiększa się jakość oferowanych usług, a tym samym zadowolenie i satysfakcja gości. Reputacja hotelu jest ważnym wyznacznikiem jego atrakcyjności.

Nawet najlepiej wyposażony ośrodek wypoczynkowy nie pozyska lojalnych klientów, jeżeli jakość wyposażenia nie będzie szła w parze z jakością świadczonych usług. Dlatego tak ważny jest dobrze dobrany personel. Osoby pracujące w ośrodkach spa powinny posiadać odpowiednie kwalifikacje i cechy osobowości, by móc w sposób

perfekcyjny zająć się spragnionym relaksu gościem.

Profesjonalna obsługa

Podjęciem decyzję o zatrudnieniu pracownika nie można zapomnieć o cechach, takich jak: aparycja, empatia w kontaktach z ludźmi, a nawet ton głosu przyszłego reprezentanta hotelu.

Nieodłącznym elementem świadczenia usług na odpowiednio wysokim poziomie jest ciągle podnoszenie kwalifikacji każdego pracownika tworzącego organizację. Bieżący i cykliczny udział personelu w konferencjach, szkoleniach czy też targach branżowych przyczynia się do wzrostu konkurencyjności obiektu. Tylko hotel, w którym istnieje świadomość tego, jak ważny jest stały rozwój kadry pracowniczej jest w stanie utrzymać się na rynku.

Branża spa rozwija się w niesamowitym tempie, praktycznie co miesiąc pojawiają się nowinki techniczne, które mają podnieść komfort odpoczynku gości hotelowych. Pytanie tylko, czy jesteśmy w stanie zmieniać nasze wyposażenie w tak dynamicznym tempie, jak byśmy tego chcieli. Zawsze znajdzie się hotel, który posiadać będzie bardziej zaawansowany sprzęt czy bardziej wymyślne akcesoria kosmetyczne. Sposobem-receptą na osiągnięcie sukcesu na rynku usług oraz na ewentualne „niedociągnięcia wyposażenia ośrodka” zawsze pozostanie profesjonalna obsługa.

Zadowolenie gościa procentuje

Regularne, okresowe szkolenia z zakresu profesjonalnej obsługi gościa w ośrodkach spa i day spa wpisane są od dawna w standardy

Rynek hoteli spa znacznie się rozrasta. Głównym tego źródłem jest dynamiczny rozwój turystyki w Polsce oraz dojrzałość społeczeństwa, a także świadomość roli wypoczynku i pięknego wyglądu. Zwiększają się potrzeby gości, stąd coraz trudniejsze wyzwanie przed menedżerami hoteli i ośrodków spa

obiektów goszczących klientów spragnionych specjalistycznych usług oraz szczególnej troski obsługi. Dobrze wyedukowani i potrafiący zareagować w odpowiedni sposób w każdej niestandardowej sytuacji pracownicy to świetna wizytówka obiektu. Zadowolony gość to sama korzyść, nie tylko ekonomiczna, ale także referencja, jaka zostanie wystawiona po pobycie. Każda opinia zostaje przekazana w różnej formie prawdopodobnie kilku członkom rodziny i kilkunastu przyjaciółom, przy różnych okazjach. Warto w odpowiedni sposób podejść do naszych obecnych gości, ponieważ duża część z nich może generować nasze przyszłe dochody.

Profesjonalne podejście do gościa składa się na budowanie pozytywnych relacji, wzmacnia więź z hotelem, a tym samym buduje silną markę. Odpowiedzialny personel nigdy nie pozwoli sobie brakiem odpowiedniego podejścia do gościa narazić na szwank reputacji obiektu. Będzie sam eliminował niedopuszczalne sytuacje, które mogłyby mieć miejsce. Przeszkoleni pracownicy wiedzą, jakie są ich cele i zadania. Są w pełni świadomi, że każdy z nich z osobna, a jednocześnie wszyscy razem wysyłają do gościa informację o hotelu. Indywidualne podejście recepcjonisty czy choćby pokojowych świadczy o klasie obiektu.

Szkolenia

Szkolenia pokazują pracownikom mechanizmy psychologiczne, jakie obowiązują w komunikacji międzyludzkiej, jak wpływają one na zachowania gości. Bardzo duże znaczenie ma komunikacja werbalna i niewerbalna. Pracownik posiadając taką wiedzę może w odpowiedni sposób sprzedawać usługi hotelu, a tym samym podnieść zyski obiektu.

Szkoląc pracowników podnosimy również ich poziom zaangażowania i satysfakcji z wykonywanej pracy.

Pokazujemy, że zależy nam na nich. Inwestujemy w ich rozwój i motywację. Budujemy nową jakość kultury organizacyjnej, tworzymy więzi, które pozwalają osiągnąć sukces. Uczymy się od siebie nawzajem, a suma naszych doświadczeń i wiedzy stawia nasz hotel w czołówce ulubionych miejsc gości.

Warto również wspomnieć o działaniach Public Relations, które także pozwalają na budowanie i utrzymanie jak najlepszych relacji hotelu z obecnymi i potencjalnymi klientami oraz inwestorami, partnerami biznesowymi i pracownikami. To właśnie rzetelne i bieżące komunikowanie się z personelem, otoczeniem zewnętrznym, mediami, kontrahentami przynosi sukces. Aby go odnieść nie wystarczy dorównywać otoczeniu, ale je wyprzedzać.

Należy pamiętać, że przyjazna i spójna komunikacja hotelu spa pozwala na rozpoznanie i akceptację przez coraz bardziej wymagających gości. Wizerunek hoteli spa dzięki publicznym środkom przekazu nabrał dziś szczególnego znaczenia. Każdy ośrodek wypoczynkowy aspirujący do zajęcia silnej pozycji na rynku powinien aktywnie zarządzać kapitałem ludzkim. ■

Kreowanie pozytywnego wizerunku



CEiB wspiera branżę hotelarską w kreowaniu pozytywnego wizerunku oraz w realiza-

cji celów biznesowych poprzez szereg szkoleń dedykowanych pracownikom hoteli i ośrodków SPA. Dostarcza wiedzę i rozwiązania z zakresu rozwoju i poprawy kwalifikacji zawodowych pracowników różnego szczebla, wskazuje poprawne strategie zarządzania komunikacją w hotelu.