

ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СТАВРОПОЛЬСКИЙ МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ
ЗАНЯТИЯМ**

для обучающихся по дисциплине **«Организация и контроль бронирования
и продаж гостиничного продукта»**

для студентов специальности среднего профессионального образования
43.02.16 «Туризм и гостеприимство»

Методические указания составлены в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 «Туризм и гостеприимство», утвержденного Приказом Минпросвещения России от 12.12.2022 № 1100 и программой дисциплины «Организация и контроль бронирования и продаж гостиничного продукта»

Составитель: С.А. Абидова – преподаватель СМК

Рассмотрено на заседании методического объединения укрупненных групп специальностей 43.00.00 Сервис и туризм, протокол № 8 от «23» мая 2023 г.

Рекомендовано к использованию в учебном процессе Методическим советом СМК, протокол № 7 от «25» мая 2023 г.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины «Организация и контроль деятельности службы приема и размещения»

Дисциплина ориентирована на формирование у студентов следующих компетенций:

1) общекультурных (ОК):

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

2) профессиональных компетенций (ПК):

ПК 3.1. Формировать группы туристов, выполнять регистрацию группы в аварийно-спасательных службах.

ПК 3.3. Организовывать и осуществлять бронирование и продажу гостиничных услуг.

ПК 3.4. Выполнять санитарно-эпидемиологические требования к предоставлению гостиничных услуг

ЛР 8 Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства

ЛР 15 Владеющий правилами этикета при общении с туристами, партнерами и коллегами

ЛР 24 Умеющий рационально организовывать физическую и интеллектуальную деятельность, оптимально сочетать труд и отдых, различные виды активности в целях укрепления физического, духовного и социально психологического здоровья

Практическое занятие №1.

Структура службы бронирования и продаж. Каналы продаж гостиничного продукта

1. Теоретическая часть

В гостинице процесс обслуживания гостей начинается именно с бронирования, под которым понимается предварительный заказ мест и номеров. Функции бронирования осуществляют либо менеджеры отдела бронирования гостиницы, либо непосредственно служба приема и размещения гостей. Как правило, турист или бизнесмен, не желающий сталкиваться с трудностями найма временного жилья, обязательно свяжется с такой службой и подаст заявку на бронирование места или номера.

Служба бронирования занимается не только сбором заявок, но и изучает спрос на гостиничные услуги в тот или иной момент. На уровень спроса кроме сезонности могут влиять проходящие в данном регионе культурные или спортивные мероприятия (кинофестиваль, чемпионат страны и т.п.). Большое значение имеет также политическая обстановка в регионе, где находится гостиница. Не секрет, что в периоды политической нестабильности интерес туристов к региону значительно снижается из-за невозможности обеспечить безопасность пребывания. Учитывая все факторы, менеджеры отдела бронирования совместно с отделом маркетинга планируют деятельность гостиницы.

Структура службы бронирования состоит из менеджера по бронированию, отдела по бронированию и продаж, телефонной службы.

Каналы продаж гостиничного продукта. Для гостиничного сектора есть 8 основных каналов продвижения.

1. Прямые продажи с помощью собственного центра бронирования. Можно организовать как через отдел бронирования, так и через call-центр. Гостиничные сети могут пользоваться центральной системой бронирования цепи (CRS), за счет чего продажи удобно централизуются и, соответственно, контролируются.

2. Продажи при помощи глобальных систем дистрибуции, которые объединяют десятки тысяч объектов во всем мире. На текущий момент таких систем четыре: Amadeus, Galileo, Worldspan, Sabre. Этот способ актуален для крупных отелей/гостиниц, предлагающих широкий спектр дополнительных услуг и имеющих сложную многоуровневую систему продаж и тарифов.

3. Собственный сайт с модулем бронирования. Ресурс выполняет не только информационную функцию, но и продает услуги отеля/гостиницы напрямую. Наилучшим способом он работает также у крупных сетей с именем и репутацией. Но это не значит, что небольшим и новым объектам он не нужен. Просто в этом случае уйдет какое-то количество времени на раскрутку самого сайта в поисковых системах и в агрегаторах. Здесь придется задействовать контент-маркетинг, seo, возможно также контекстную рекламу, чтобы канал продаж начал генерировать прибыль. В этом случае отельер открывает себе доступ к новым целевым рынкам.

4. Обычные турагентства, ресурсы и CRS туристических агентств. Непрямой канал продаж, при котором реализация осуществляется посредником на определенных условиях, чаще на условиях комиссии.

5. IDS – интернет-системы бронирования. К примеру, Booking.com, Expedia, Trivago, HRS, Hotels.com и т.п. Отельер размещает информацию о своем объекте и варианты размещения со стоимостью в общем каталоге. Клиентов привлекает уже интернет-система. Непрямой канал продаж. За услуги сервиса отельер платит комиссию в среднем до 25%. Чтобы автоматизировать синхронизацию информации по каждому номеру между всеми внешними каналами бронирования, используют Channel Manager.

6. Социальные сети. Также, как и сайт, на раскрутку социальных сетей придется потратить время и средства. Это долгосрочный инструмент. Но зато здесь вы точно найдете свою целевую аудиторию. Для отелей наиболее подходит Instagram. Социальные сети пока что редко играют роль ведущего канала продаж. Однако в последнее время канал становится все более популярным у клиентов.

7. Каталоги и онлайн-справочники: Яндекс.Справочник, GoogleMyBusiness, 2ГИС, mirturbaz.ru, turbaza.ru, katalogturbaz.ru и т.п. Клиенты читают отзывы и смотрят месторасположение отелей.

8. Управление приоритетными клиентами. Отельер выделяет наиболее денежные сегменты клиентов, с которыми можно установить долгосрочные партнерские отношения. К примеру, компании, которые устраивают конференции, съезды, соревнования, тимбилдинги, корпоративы.

2. Задания для практического занятия

Задание 1. Проанализируйте структура службы бронирования и продаж, а также функции сотрудников данной службы конкретного гостиничного предприятия в г. Ставрополе.

Задание 2. Проанализируйте каналы продаж гостиничного продукта конкретного гостиничного предприятия в г. Ставрополе.

Задание 3. Сформировать список документов, необходимых для работы службы бронирования и продаж.

Задание 4. Разработать перечень дополнительных услуг, предлагаемых администратором службы бронирования и продаж.

Задание 5. Разработать собственную политику продаж для конкретной гостиницы г. Ставрополя (на выбор студента), в которой определяют свои собственные деловые интересы и тактические приемы работы с прямыми каналами продаж, агентскими продажами и туроператорами.

Интересы гостиничных предприятий:

- прямые продажи;
- агентские продажи;
- продажи туроператора.

Практическое занятие №2. Показатели оценки деятельности гостиницы.

1. Теоретическая часть

Гостиничные предприятия осуществляют свою деятельность в сфере услуг, конечный продукт их деятельности — не готовая продукция, а оказанная услуга.

Как и любое другое предприятие, организации, работающие в сфере гостиничного и ресторанного хозяйства, стремятся получить положительный финансовый результат (прибыль) при минимизации издержек, нарастить обороты и увеличить доходность деятельности.

Рассмотрим особенности планирования деятельности гостиничных и ресторанных предприятий: источники образования доходов гостиницы; структура издержек гостиницы; показатели пропускной способности гостиниц; коэффициенты загрузки номеров; показатели расходности номерного фонда; показатели расходности питания в гостинице; показатели производительности труда работников гостиниц; сравнительная оценка конкурентоспособности гостиничного предприятия и др.

Основными показателями оценки деятельности гостиницы являются:

- загрузка номерного фонда;
- средняя цена гостиничного номера;
- среднее число гостей на один проданный номер;
- коэффициент двойной загрузки;
- занятость койко-мест.

2. Задания для практического занятия

Задание 1. В феврале 2020 года в гостинице «Англетер» было продано: 150 номеров по цене 6000 руб. за день, 200 номеров по цене 3000 руб. за день и 100 номеров по цене 1500 руб. за день. Какова была средняя цена гостиничного номера в феврале 2020 го

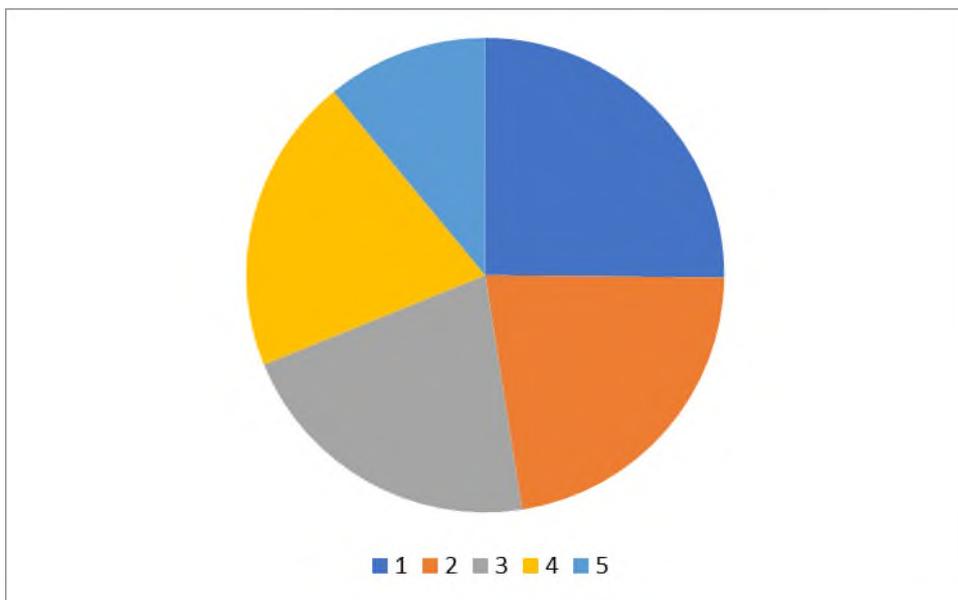
Категория номеров	Низкий сезон		Высокий сезон	
	15.12.22-14.01.23		15.01.23-30.06.23	
	01.07.23-31.08.23		22.08.23-14.12.23	
	одном	двухм	одном	двухм
Одноместный	2000		4000	
Двухместный	4000	5000	6000	7500
Люкс	6000	7000	8000	9500
Студия	8000	9000	10000	11500
Апартаменты	10000	11000	12000	14000

Категория номера	кол-во
Одноместный	40
Двухместный	50
Люкс	20
Студия	10
Апартаменты	5

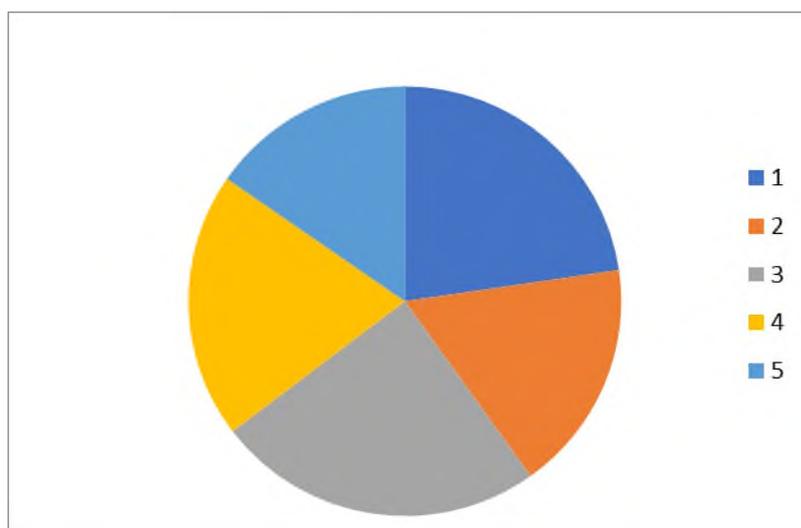
Номерной фонд гостиницы	125
-------------------------	-----

Загрузка номерного фонда гостиницы за 2022					
	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	январь
Количество занятых номеров	115	104	99	77	50
Количество номеров предложенных к продаже	120	122	122	100	120
Коэффициент загрузки гостиницы	95,83333	85,2459	81,14754	77	41,66667

Загрузка номерного фонда гостиницы за 2022



	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	январь
Одноместный	40	40	23	33	21
Двухместный	50	45	47	18	17
Люкс	20	15	16	17	7
Студия			8	6	2
Апартаменты	5	4	5	3	3
Количество занятых номеров	115	104	99	77	50
Коэффициент средней стоимости номера	6000	4615,385	6484,848	5292,208	4060



Текущий год
 Прогноз на будущий год
 Сравнительный анализ

Расчет численности службы бронирования
 Расчет численности СПИР
 Расчет численности службы эксплуатации номерного фонда

Коэффициент сезонности спроса гостиничных услуг

Месяц	Выручка в год, тыс. руб.			Итого	Средний уровень	Коэффициент
	20121	2022	2023			
сентябрь	180000	200000	230000	610000	203333,3	715,4887
октябрь	143076,9	150000	120000	413076,9		
ноябрь						
декабрь						
итого за 3 года				1023077	28418,8	

Практическая подготовка №1.
Составление требований к обслуживающему персоналу службы бронирования и продаж.
Составление перечня оборудования службы бронирования и продаж.

1. Алгоритм выполнения задания

Общие требования, предъявляемые к персоналу службы бронирования, заключается в следующем.

Иметь соответствующее занимаемой должности образование, квалификацию и профессиональную подготовку. Квалификация обслуживающего персонала соответствует требованиям, установленным действующими нормативными документами и указанным в должностных инструкциях, утвержденных руководителем средства размещения.

Обслуживающему персоналу необходимо иметь опыт работы и (или) пройти профессиональную подготовку. Степень подготовки определяется уровнем предоставляемых услуг.

Администрация должна систематически организовывать мероприятия по совершенствованию знаний, повышению квалификации и профессионального мастерства обслуживающего персонала на основе его теоретической подготовки и практических навыков.

Знать требования нормативных и технических документов на услуги гостиниц и иных средств размещения, общие требования к средствам размещения по ГОСТ Р 51185 — 2008. «Туристские услуги. Средства размещения» и владеть профессиональной терминологией.

Функциональные обязанности, права и квалификационные требования к обслуживающему персоналу фиксируются в персонифицированных

должностных инструкциях и утверждаются руководителем средства размещения. Должностные инструкции персонала разрабатывает администрация гостиницы исходя из требований настоящего стандарта, стандартов организации, квалификационных характеристик работ и профессий, должностей специалистов и рядовых работников с учетом особенностей функционирования средства размещения и требований действующего законодательства. Обслуживающий персонал должен знать и соблюдать должностные инструкции, правила внутреннего распорядка и правила оказания услуг, утвержденные руководителем. Администрация обязана проводить инструктаж для ознакомления с правилами внутреннего распорядка и организацией работы предприятия и правилами оказания услуг в гостинице.

Знать и выполнять письменные стандарты работы персонала. В стандартах фиксируются функциональные обязанности и правила работы, технология выполнения отдельных операций при обслуживании туристов. Стандарты разрабатываются для каждой категории работающих в отеле и для каждой процедуры обслуживания, утверждаются руководителем средства размещения.

Администрация организует их изучение обслуживающим персоналом, проводит тренинги персонала и контролирует выполнение стандартов работы в процессе обслуживания туристов.

Обеспечивать безопасность жизни и здоровья туристов, сохранность их имущества при проживании в средстве размещения. Обслуживающий персонал должен регулярно проходить подготовку по безопасным методам работы, знать и выполнять инструкции о действиях в чрезвычайных ситуациях. Администрация организует их изучение и контролирует соблюдение инструкций о действиях в чрезвычайных ситуациях, мерах пожарной безопасности, по правилам охраны труда и техники безопасности.

Своевременно проводить идентификацию опасностей для жизни, здоровья и имущества туристов, уметь оказывать первую помощь (при травмах, несчастных случаях, резком ухудшении состояния здоровья), организовывать и проводить защитные мероприятия при возникновении чрезвычайных ситуаций (пожаре, стихийных бедствиях, угрозе терроризма и т.п.).

Уделять особое внимание и оказывать необходимую помощь при обслуживании инвалидов и других маломобильных групп населения в соответствии с ГОСТ Р 53998 — 2010. «Туристские услуги. Услуги туризма для людей с ограниченными физическими возможностями. Общие требования».

Знать и соблюдать требования санитарии, правила личной гигиены и гигиены рабочего места. Обслуживающий персонал обязан проходить предварительные (при поступлении на работу) и периодические медицинские осмотры, гигиеническую подготовку в установленном порядке.

Уметь использовать в своей работе современные средства коммуникаций, установленное оборудование: телефон, факс, ксерокс, персональный компьютер, Интернет, программное обеспечение.

Должен быть одет в соответствующую форменную одежду и обувь установленного для данного средства размещения образца.

На форменной одежде следует носить служебный значок с указанием имени/фамилии и должности на русском языке. В средствах размещения категории 3*—5' имя/фамилия работника и его должность необходимо указывать на двух языках. Обслуживающий персонал должен соблюдать деловой стиль в одежде, быть внешне аккуратным и опрятным, форменная одежда и обувь в хорошем состоянии без видимых повреждений.

Профессиональными этическими нормами поведения обслуживающего персонала гостиницы являются: гостеприимность, вежливость, тактичность, доброжелательность, внимательность, корректность и предупредительность в отношениях с проживающими туристами и гостями в пределах своих должностных обязанностей. Основные навыки, которыми должен обладать обслуживающий персонал, — пунктуальность, внимание к деталям, стрессоустойчивость и культура речи.

Обслуживающий персонал средств размещения категории 3*—5* должен знать специфику и особенности обслуживания туристов из зарубежных стран, уметь общаться с зарубежными туристами на иностранном языке в пределах выполняемых должностных обязанностей по тематике своей службы. Не реже чем один раз в три года проводится профессиональная переподготовка работников гостиниц на курсах повышения квалификации по специальной программе для владеющих иностранными языками.

Регулярно, но не реже одного раза в пять лет в отделах проводят переаттестацию обслуживающего персонала для подтверждения или повышения квалификационного разряда.

Требования к менеджеру по бронированию

Должен иметь высшее или среднее профессиональное образование, а также опыт работы по специальности или пройти дополнительную профессиональную подготовку.

Знать технологию обслуживания в гостинице, основы телефонного этикета, тарифы на основные и дополнительные услуги, специфику и режим работы всех служб и подразделений, оказывающих услуги туристам и гостям, правила общения с потребителями, модели поведения, методы регуляции психических состояний и урегулирования конфликтов, правила международного этикета, особенности работы с корпоративными клиентами, нормативные, технические и другие документы, касающиеся профессиональной деятельности, один—два иностранных языка на уровне свободного владения (в зависимости от категории гостиницы).

Уметь доводить до потенциальных потребителей полную и достоверную информацию о предоставляемых услугах и их стоимости, принимать заказы и направлять их в соответствующие службы для

исполнения, владеть навыками работы с системами программного обеспечения, установленными в средстве размещения, интернет-технологиями по бронированию услуг, методами электронного маркетинга, приемами эффективных продаж.

Применять на практике современные технологии бронирования, выполнять работу по бронированию номеров и дополнительных услуг (питания, бизнес-услуг, физкультурно-оздоровительных и др.), а также организовывать, регламентировать и контролировать взаимодействие процессов обслуживания.

Координировать и контролировать работу обслуживающего персонала, стимулировать его производственную деятельность и качество оказываемых услуг. Рассматривать претензии потребителей, связанные с бронированием и качеством обслуживания, а в случае возникновения конфликтных ситуаций принимать меры для их разрешения.

Учитывать ограниченные физические возможности инвалидов и других маломобильных групп населения при бронировании мест и услуг в гостинице

Составление перечня оборудования службы бронирования и продаж.

Служба представляет собой стойку или конторку в двух уровнях высотой 110-120 см с рабочими столами внутри шириной 80-85 см, высотой 85 см. Поверхность может подразделяться на участки, имеющие индивидуальные функции.

Размеры и конфигурация стола (стойки), а также количество людей, работающих за ним, зависят от размеров самого отеля. Чем больше гостиница, тем больше служащих будет работать за стойкой.

Длина стойки зависит от того, на сколько рабочих мест она рассчитана. Площадь рабочего пространства на одного сотрудника определяется длиной размаха рук.

Рабочие инструменты и оборудование служащих: персональный компьютер; лазерный принтер профессиональный для печатания счетов (должен выдерживать большие нагрузки); POS-терминал для обслуживания банковских карт; терминал для кодирования ключей (монитор с клавиатурой и прокатным механизмом); цифровая многоканальная телефонная станция, которая переводит звонки внутри гостиницы (телефон должен иметь дисплей, на который выводится информация о том, кто и кому звонит); факс и ксерокс; детектор для выявления фальшивых купюр; калькулятор (лучше модель, печатающая на бумаге все действия и результат); информационно-ключевой щит; документация и канцелярские товары; информационные проспекты (могут располагаться рядом на специальных стойках).

Всё это должно быть скрыто от глаз клиента и размещено удобно для работы. Основной рабочий инструмент – автоматизированная система управления.

Перед стойкой предусматривается пространство, позволяющее избегать скученности во время регистрации больших групп.

2. Задания к практической подготовке

Задание 1. Разработать требований к обслуживающему персоналу службы бронирования и продаж на основе стандартов обслуживания для конкретного гостиничного предприятия в г. Ставрополе

Задание 2. Составить перечень и просчитать стоимость оборудования службы бронирования и продаж для конкретного гостиничного предприятия в г. Ставрополе

Практическая подготовка №2.

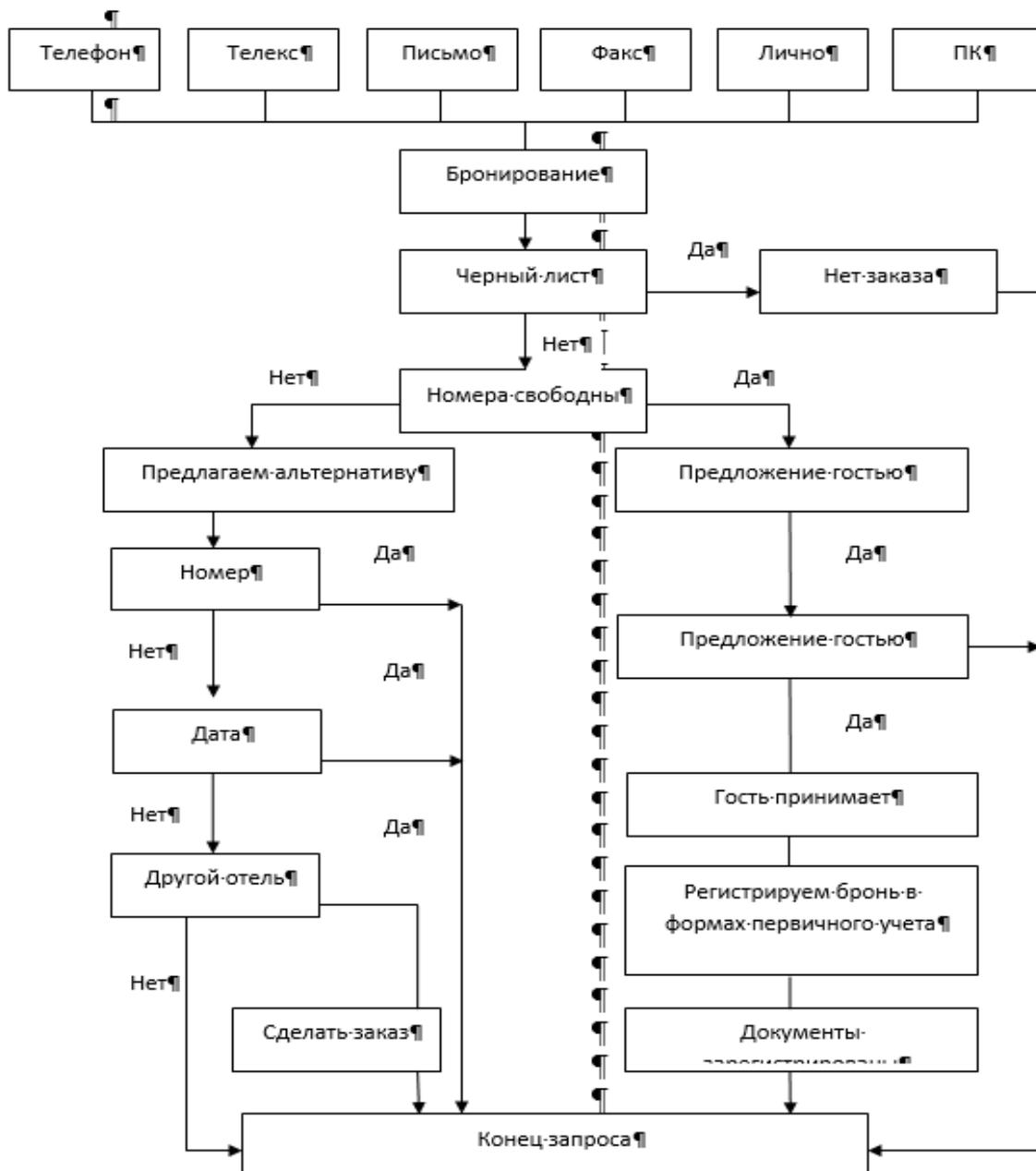
Анализ бронирования с использованием телефона, Интернета и туроператора.

1. Алгоритм выполнения задания

Предлагается схема бронирования с использованием телефона

Схема бронирования с использованием телефона

13



2. Задания к практической подготовке

Задание 1. Опишите по представленной ниже ситуации процесс бронирования, составив бланк на бронирование.

Ситуация: Ермолаев Степан Евгеньевич желает забронировать двухместный номер по телефону.

Номер телефона: 89765433245

Паспортные данные: 45 67 12345678

Питание: завтрак и ужин (диетическое)

Трансфер: необходим (личный автомобиль)

Задание 2. Забронировать номера в отеле с использованием телефона. Составить диалог. (Вопрос-Ответ)

2 варианта: 1- менеджер по бронированию; 2- гость.

Ситуация 1: Разговор по телефону - запрос бронирования: 1 комната, с (12.12.2019 по 17.12.2019 г), тип питания – завтрак. Прямое бронирование.

Ситуация 2: Разговор по телефону – запрос бронирования: 1 комната на двоих с одной кроватью, также нужна дополнительная кроватка (ребенок 3 года) с (даты), тип питания (завтрак, обед, ужин) – Турагенство АЛЕАН.

Задание 3. Составить таблицу из 5 самых востребованных туроператоров:

- провести сравнительный анализ цен на номера от туроператора и с официального сайта гостиницы.

- условия отмены бронирования

- штрафные санкции в случае незаезда

Задание 4. Поступает заявка на бронирование по Интернету от постоянного гостя. Он желает забронировать номер на 4 суток для своего друга. Составьте письменный ответ на данный запрос

Задание 5. В гостиницу поступает заявка от туроператора «Библиоглобус» на бронирование 50 номеров для туристов. Номера различной категории: люкс, стандарт, апартаменты. И различными видами из окна: не имеет значения, с видом на море, с видом на парковку. Ответьте на данный запрос, если у Вас составлен договор на предоставление гостиничных номеров для данного туроператора

Задание 6. Туристический оператор – постоянный партнер вашего отеля, сообщает вам в 7:00 утра, что группа, заезд которой ожидался в 13:00, прибудет в 9:00. И кроме заявленных 20 человек она будет насчитывать 24. Ваши действия

Практическая подготовка №3.

Анализ бронирования через сайты отелей и системы Интернет-бронирования

1. Алгоритм выполнения задания

Компьютерный способ бронирования открывает широкие возможности для гостиниц и клиентов. В мировой практике известны компьютерные системы бронирования: корпоративная сеть бронирования объединяет отели,

входящие в цепь, другая сеть бронирования объединяет независимые гостиницы, не входящие в цепи.

При бронировании через сеть заказ мест может быть осуществлен в гостинице, расположенной в другом городе или даже в другой стране. Преимуществом автоматизированной сети является то, что бронирование может быть переадресовано в любую другую гостиницу этой цепи, находящуюся в этом городе.

Заказать место в гостинице через компьютерную сеть можно по телефону. Диспетчер по компьютерной сети связывается с отелем и выясняет возможность бронирования. Этот способ не очень удобен, так как требуется много времени для выяснения условий бронирования и размещения.

Есть еще два варианта бронирования с помощью компьютера: отель имеет собственную Интернет-страницу или является членом одной из систем Интернет-бронирования (Академсервис, WEB International, Nota Bene и др.). На сегодняшний день существует 4 глобальные системы бронирования: Amadeus, Galileo, Worldspan, Sabre. Они используются более чем 800 тысячами тур агентств по всему миру для бронирования туристических услуг, в том числе гостиничного размещения. Системы становятся все более популярны из-за широты предлагаемых возможностей при весьма небольших затратах.

Эффективность этого способа привлечения клиентов тем выше, чем меньше время ответа на полученный заказ. Скорость отправки подтверждения во многом зависит от степени автоматизации процесса обработки поступающих заявок и от четкости взаимодействия гостиницы и агента.

Грамотная организация обмена информацией между двумя этими звеньями позволяет сократить время получения клиентом подтверждения до минимума (в идеале так называемый online должен занимать не более 7 с, что в российской практике встречается редко).

Соединив гостиничную АСУ и систему Интернет- бронирования, гостиница и агент получают возможность оперативного обмена информацией о свободном номерном фонде, о предлагаемых гостиницей категориях номеров и услугах, а также о текущих тарифах, скидках, специальных программах для гостей и т.д. Получив возможность сколь угодно частого обновления тарифов, отель в свою очередь сможет вести более гибкую ценовую политику и адекватно реагировать на спрос.

В данной системе бронирование происходит следующим образом. Клиент заходит на WEB-сайт системы Интернет - бронирования и знакомится с правилами бронирования. Далее он выбирает гостиницу. Убедившись в наличии свободных номеров, заполнив необходимые информационные поля, отправляет заказ в систему по e-mail. Система автоматически обрабатывает заказ (за исключением нестандартных случаев) и отправляет предварительное подтверждение с условиями внесения предоплаты, а клиент заносится в лист ожидания. После получения соответствующих гарантий (предоплаты, гарантийного письма и т.д.) от

клиента последний получает от агента окончательное подтверждение брони. Копия окончательного подтверждения отправляется в гостиницу. Здесь бронь заносится в график загрузки с последующим автоматическим изменением.

Если гостиница имеет свою собственную страницу, реакция на поступающие заявки является функцией службы резервирования самой гостиницы. В этом случае процедура взаимодействия выглядит следующим образом.

Клиент заходит на сайт системы Интернет- бронирования и знакомится с правилами бронирования. Далее он выбирает номер и, убедившись в наличии свободных номеров и заполнив необходимые информационные поля, отправляет заказ прямо в гостиницу по e-mail. Система автоматически обрабатывает заказ (за исключением нестандартных случаев) и отправляет предварительное подтверждение с условиями внесения предоплаты, а клиент заносится в лист ожидания. После получения соответствующих гарантий (предоплаты, гарантийного письма т.д.) от клиента последний получает от гостиницы окончательное подтверждение брони. Бронь заносится в график загрузки, с последующим автоматическим изменением статуса номерного фонда.

Интернет дает возможность, не выходя из дома, без посредников получить необходимую информацию о гостинице, увидеть, как оформлены номера. При телефонном или компьютерном бронировании существует опасность внезапного прекращения резервирования и тогда клиент, не получивший подтверждения, может прибыть для регистрации и не получить номер, так как не окажется свободных мест.

2. Задания к практической подготовке

Задание 1. Составить алгоритм бронирования номеров в отеле с использованием Интернета

Задание 2. Забронировать номера в отеле используя любую систему on-line или off-line бронирования

Задание 3. Проанализировать сильные и слабые стороны вышеуказанных способов бронирования

Задание 4. Забронировать номера в отеле через официальный сайт .

Задание 5. Создать таблицу из: 5 гостиниц – 5 звезд

5 гостиниц – 4 звезды

5 гостиниц – 3 звезды

5 мини-гостиниц

5 хостелов

с анализом:

- пакетных предложений

- предложенных тарифов

-оплаты раннего заезда и позднего выезда

-телефонов контактных

Задание 6. Создать алгоритм бронирования через системы интернет-бронирования

Задание 7. Через сайт отеля «Интурист» поступила заявка на бронирование двухместного номера с питанием полупансион для семейной пары. Особые пожелания – украсить номер цветами и оформить праздничный завтрак в номер. Действия оператора по бронированию

Практическая подготовка №4.

Индивидуальное бронирование с использованием профессиональных программ. Групповое бронирование с использованием профессиональных программ. Коллективное бронирование с использованием профессиональных программ

1. Алгоритм выполнения задания

Индивидуальное бронирование, помимо проживания в отеле, предполагает возможное бронирование и дополнительные услуги. Например, гость может заранее забронировать автомобиль, катер, услуги СПА, столик в ресторане отеля или вертолет напрокат. С каждым клиентом в этом случае ведется строго индивидуальная работа, основанная на его потребностях. Он может один на один с представителем отеля (менеджером по бронированию) выяснить все интересующие его детали.

Чем индивидуальное бронирование лучше бронирования коллективного или группового? Естественно, возможностью выбора. Отправляясь в путешествие с помощью туристической компании, туристу, как правило, приходится довольствоваться теми услугами, которые подготовила эта компания. Номера в отеле турист заранее не видит и не знает, в каких условиях он окажется. При индивидуальном бронировании такое просто невозможно. Вы будете выбирать номер, заранее зная, что в нем будет, и даже какой вид будет открываться из окна, имена и должности персонала, который будет встречать вас на курорте, точное расписание и ответственных за проведение запланированных мероприятий.

Посредством такого бронирования потенциальный клиент может подобрать отель по своему желанию и материальным возможностям. Ведь кому-то требуется на отдыхе роскошь и уют, а кто-то наоборот согласен на скромные условия размещения, лишь бы побыть в интересной стране, посмотреть ее достопримечательности и приобщиться к культуре.

Индивидуальное бронирование – это также возможность подобрать отель с наиболее удобным месторасположением. Во многих странах отели, расположенные недалеко, но формально находящиеся в разных районах города, имеют ощутимую разницу в стоимости номеров. Именно на этом и может сыграть человек, выбравший индивидуальное бронирование.

При такой форме бронирования может применяться как гарантированное так и негарантированное бронирование.

Групповое бронирование это – бронирование определенного количества номеров (не менее 5 номеров) для заезжающих групп гостей по одной заявке с заездом и выездом в один день. В случае если кто-то из гостей хочет продлить свое нахождение в гостинице, то применяется другой тариф

(цена стойки). Бронирование групп может осуществляться как через турфирмы, так и на прямую или через корпоративных клиентов. Групповые заявки, как правило, направляются заранее заблаговременно, если планируется какое-либо мероприятие выставки, конференции, семинары и т.д. в отеле или в городе, или это группа туристов приехавших в экскурсионный тур или с целью туризма.

При бронировании группы необходимо знать следующую информацию:

- даты проживания группы;
- необходимое количество номеров и их категории;
- список с фамилиями и именами всех заезжающих гостей (год рождения, пол гостей);
- количество взрослых, детей, в каждой комнате;
- время заезда и выезда группы;
- кто будет оплачивать данную заявку (проживание и дополнительные расходы гостей).

Групповое бронирование должно быть подтверждено письменно в течение 24 часов по факсу или электронной почте с момента получения всей необходимой информации. Если в заявке не указано кто и с кем будет проживать в номере (если это не семьи), то менеджер сам распределяет гостей по номерам и создает на каждого гостя индивидуальную бронь и присваивает свой номер подтверждения.

При работе с группой необходимо:

- установить число необходимых номеров и стоимость, а так же размер скидки
- подписать договор с бронирующей стороной, учитывающий различные нюансы (срок аннуляции, штрафные санкции, размер скидки и т.д.)
- перед блокировкой номеров (постановкой их на бронирование) необходимо проверить сколько и какие номера есть в наличии).

При работе с заявками особенно групповыми необходимо заключать договор турфирмой или корпоративным клиентом, если групповое мероприятие (семинар, конференция) проводится на базе гостиницы, так заключается соглашение в котором оговариваются все детали организации мероприятия скидки и тарифы, а так же предоплата.

При бронировании групп для оплаты за проживание необходимо указать банковские реквизиты турагенства или фирмы, название и адрес фирмы, имя контактного лица и имя ответственного в группе. Предоплата может быть внесена в полном объеме или в размере 50%.

При групповом бронировании применяется гарантированная форма.

2. Задания к практической подготовке

Задание 1. Туристическая фирма «Эдельвейс» направила в Вашу гостиницу факс-заявку на размещение следующего содержания:

Просим забронировать в Вашей гостинице одноместный номер на 3 суток на гражданина РФ Белова Сергея Семеновича.

Просим выслать на эл .почту подтверждение бронирования.

2 варианта:

1 вариант – подготовить факс-заявку на гарантированное бронирование от туристической фирмы

2 вариант – подготовить подтверждение бронирования

Задание 2. Принятие администратором заявки на бронирование 3 двухместных номера с типом питания «завтрак» группы гостей на русском языке. Оплата будет производиться кредитной картой

Практическая подготовка №5

Бронирование от компаний с использованием профессиональных программ

Алгоритм выполнения задания

Информационная технология - системно организационная совокупность методов и средств реализации операций сбора, регистрации, передачи, накопления, поиска, обработки и защиты информации на базе применения развитого программного обеспечения, телекоммуникаций, технических средств. Современные информационные технологии основаны на использовании компьютеров, объединенных в локальные, региональные и компьютерные сети для хранения и сбора информации.

Возможности программного обеспечения в гостиничном бизнесе:

- учёт заявок и клиентов на базе данных;
- печать документов, выдаваемых клиенту и отсылаемых партнерами;
- печать прайс-листов;
- on-line бронирование;
- выбор оптимального варианта для клиента из многих предложений;
- размещение заказов в базе;
- оценка эффективности затрат;

Существует определенная технология резервирования мест в гостинице:

1. При поступлении запроса на бронирование оформляется заявка.
2. Служащий, принимающий заявку, должен проверить историю клиента и по результатам проверки сделать соответствующий пометки, либо отказать в бронировании.
3. Отдел бронирования ведет историю гостей, в ней указываются все пожелания и предпочтения гостя.

Профессиональные программы бронирования:

1. СИРЕНА - Система резервирования и бронирования на авиалиниях. Начиная с 1965г. и почти до начала 90-х годов лаборатория возглавляла разработку и сопровождение первой в СССР, крупной АСМО для нужд Аэрофлота СССР - "СИРЕНА".[4]

В рамках этого проекта были реализованы передовые идеи, которые в дальнейшем стали основополагающими для вычислительных систем самого разнообразного назначения, а именно:

- удобный человеко-машинный интерфейс,
- удаленный множественный доступ к базе данных в режиме on-line,
- быстрая обработка транзакций, и др.

В итоге на территории СССР было образовано несколько десятков компьютерных центров системы "СИРЕНА", связанных друг с другом разветвленной сетью и обслуживающих несколько тысяч кассовых терминалов.

Зарубежные системы бронирования и резервирования имеющие представительства в России

Технический уровень зарубежных систем резервирования и бронирования значительно выше. Они более мобильны, многофункциональны, надежны, просты в управлении, интегрированы в глобальные сети Интернет.

К числу таких систем относятся "Амадеус", "Галилео", "Габриэль", "Сэйбр", "Fidelio Hotel Bank", "Worldspan" и др.

2. Задания к практической подготовке

Задание 1. Забронировать номера в отеле используя центральную систему бронирования и GDS

Задание 2. Составить аналитическую таблицу используемых в РФ систем бронирования (отличия, преимущества)

Задание 3. Через центральную систему бронирования поступает заказ от гостя нежелательного для вашего отеля. Вы не можете принять этот заказ. Ваши действия_

Задание 4. По телефону поступает заказ от компании «Сбербанк» на 12 человек, всех необходимо расселить в индивидуальные номера, на 6 суток. В течении этого времени каждый день будут проходить семинары. Соответственно нужен конференц-зал с оборудованием. Опишите действия оператора и составьте диалог.

Практическое занятие №3.

Составление ответов на письменные запросы иностранных гостей в ситуациях.

1. Теоретическая часть

Студент должен знать и понимать: Алгоритмы написания деловых писем, этикет деловых писем, уметь обрабатывать жалобы гостей, принимать адекватные меры в ответ на претензии.

Ответ составляется и оформляется согласно всем правилам и этикету деловой переписки.

Поблагодарить за обращение. Например, спасибо Вам за отзыв, касательно письма от 27.12.2019. Будем рады ответить.

Основная часть. Оповестить о том, на что направлен ответ. Например, Отвечаем на Ваше письмо в связи с тем, что сотрудник гостиницы не увидел..

Принести свои извинения. Например, сожалеем, что Вам не понравилось. Примите компенсацию...

Проявить надежду на дальнейшее сотрудничество. Вежливо закончить письмо.

2. Задания для практического занятия

Задание 1. Письменный ответ на запрос бронирования номера. Номер на одного гостя с большой кроватью и типом питания – завтрак. Необходим трансфер из аэропорта.

Задание 2. Письменный ответ на жалобу постоянного гостя. В номере было холодно. В день выезда гость получил пищевое отравление каким-то несвежим блюдом на завтраке.

Задание 3. По факсу поступил заказ на бронирование для туристической группы, но на требуемый период все места в отеле уже забронированы и оплачены. Ответьте на данное обращение.

Задание 4. По электронной почте поступил заказ от туристического агентства на бронирование номеров для группы гостей из 12 человек на 7 дней без указания пожеланий по размещению и гендерной принадлежности (по половому признаку – мужчина/женщина). Ответьте письменно на данное обращение.

Задание 5. Письменный ответ на запрос бронирования номера. Номер на одного гостя категории бизнес или выше, необходимо организовать трансфер из аэропорта. При заселении гостя в номере должен быть букет цветов и приветственное письмо от имени компании, в которой работает гость.

Задание 6. Письменный ответ на жалобу постоянного гостя. При трансфере из отеля в аэропорт водитель такси, с которым сотрудничает отель нарушал скоростной режим и нагрубил гостю. У гостя есть бронирование в отеле на следующей неделе.

Практическое занятие №4.

Диалоги с гостями при приеме, регистрации, размещении и выписки.

1. Теоретическая часть

Студент должен знать и понимать: процедуры распределения номеров, включая; диаграмму плотности, обычный график, программные решения. Также необходимо использовать точные фразы в правильной последовательности, уметь использовать информацию на практике, уметь делать индивидуальное бронирование, групповое и корпоративное.

Бронирование номера по телефону:

Доброе утро/день/вечер, название отеля, имя, чем могу помочь?

- Уточняет имя гостя
- Уточняет даты бронирования, категория, количество гостей, время заезда
- Уточняет, есть будут ли у гостя особые пожелания
- Просит оставаться на линии, чтобы уточнить наличие номеров
- Предлагает вариант на интересующие даты
- Уточняет необходимость включения в проживание пакетов питания (ВВ, НВ, FB)
- Верно называет общую стоимость проживания
- Уточняет, хотят ли забронировать номер
- Уточняет ФИО гостя, контактный телефон и адрес электронной почты
- Информирует о стандартном времени заезда и правилах отмены бронирования
- Уточняет, желает ли гость прогарантировать бронирование
- Повторяет всю информацию, которая касается бронирования
- Спрашивает, может ли он чем-то помочь
- Благодарит за звонок\выбор отеля и заканчивает разговор
- Регистрирует запрос на трансфер и коляску
- Распечатывает бронирование с корректно указанными данными
- Администратор обращался к гостю по имени не менее 3 раз
- Ориентирование в услугах отеля, уверенность в диалоге**
- 0 - не уверен, не внимателен.
- 1 - плохие знания, не уверен
- 2 - хорошее знание, уверен
- 3 - уверенность, внимание к деталям, улыбка, харизма
- Продвижение услуг отеля**
- 0 - не продвигает, не упоминает услуги отеля
- 1 - дает крайне мало информации об услугах
- 2 - информирует об услугах
- 3 - информирует гостя, продвигая услуги отеля
- Выполнение задания согласно условиям ситуации**
- 0 - не справляется
- 1 - плохо справляется
- 2 - справляется хорошо
- 3 - превосходит ожидания, эффективно, отличная адаптация к ситуации

2. Задания для практического занятия

Задание 1. Принятие администратором заявки на бронирование двухместного номера с полным питанием семейной пары на русском языке. Особые пожелания – дополнительная кровать в номер. Оплата производится кредитной картой.

Задание 2. Принятие администратором заявки на бронирование 3 двухместных номера с типом питания «завтрак» группы гостей на русском языке. Оплата будет производиться кредитной картой.

Задание 3. Принятие администратором индивидуальной заявки на бронирование одноместного номера с питанием «полупансион» на русском языке. Оплата будет производиться кредитной картой.

Задание 4. Принятие администратором заявки на бронирование 5 одноместных номеров с питанием «полупансион» группы гостей на русском языке. Оплата будет производиться по факту заселения.

Задание 5. В службу бронирования звонит потенциальный гость, который не может определиться с выбором отеля и категорией номера. Действия оператора по бронированию.

Задание 6. Принять по телефону заказ на бронирование для семьи с тремя детьми (VIP-гости). При общении с гостями выясняется, что даты заезда могут быть изменены. Ваши действия.

Задание 7. По телефону поступает заказ от гостя на бронирование 7 двухместных номеров определенной ценовой категории, однако на запрашиваемые даты имеется всего 6 свободных двухместных номера, и 2 одноместных. Разрешите данную ситуацию в пользу гостиницы. (представьте в виде диалога)

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основные печатные издания

1. Гостиничное дело : учебно-методическое пособие / Н.С. Морозова, М.М. Морозов, Н.Ф. Маврина. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 247 с. — «ИНФРА-М». - ISBN 978-5-16-014764-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2019765>

Дополнительные источники

1. Быстров, С. А. Организация гостиничного дела : учебное пособие / С.А. Быстров. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2022. — 432 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-552-3. - Текст : электронный.- URL: <https://znanium.com/catalog/product/1855684>

Интернет-ресурсы

1. СПС <http://www.consultant.ru>
2. ЭБС <https://znanium.com>
3. ЭБС <https://book.ru>