


# IO 1 – Operativní standardy

## SOP 01 – Telefonická rezervace ubytovacích služeb

	<h3>“SOP 01 – Telefonická rezervace ubytovacích služeb”</h3>
<b>Vytvořeno</b>	<i>Štěpán Chalupa</i>
<b>Platné od</b>	<i>12. 5. 2022</i>
<b>Vytvořeno pro</b>	<i>Pracovníci Front Office, studenti, stážisti, trenéři a HR manažeři</i>
<b>Aktualizováno</b>	<i>XX</i>
<b>Datum aktualizace</b>	<i>XX</i>
<p><b>Úvod</b>          Telefonická rezervace vytváří pracovníkům prostor pro vytvoření prvního dojmu na základě poskytované zákaznické péče. Vytvoření rezervace po telefonu je úzce spojeno se standardy telefonické komunikace (SOP 02). Stejně tak je nutné znalost obchodní strategie a pravomoci svěřené pracovníkům FO, stejně tak je nutné znalost celého produktového portfolia. Mimo znalostí dokumentů je nutné také znalost práce s PC a příslušným PMS.</p>	
<p><b>Zdůvodnění</b>          Cílem procedury je úspěšně <b>vytvořit telefonickou rezervaci</b>, což povede ke snížení distribučních nákladů. Mimo hlavní cíl je nutné <b>poskytnout zákazníkovi všechny potřebné informace</b>, které jsou spokojené s vytvořením rezervace a storno podmínkami, dalším cílem je <b>maximalizace hodnoty rezervace</b> prostřednictvím technik up-sellingu a cross-sellingu. Při naplnění hlavními a dílčích cílů je nutné dbát na <b>maximalizace spokojenosti klienta</b>.</p>	
<p><b>Postup</b>          Odpovězte na telefonát s ohledem na standardy telefonické komunikace. Ve všech případech se snažte používat jméno volajícího, pokračujte chronologicky a respektujte postřehy a potřeby zákazníků.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Přivítejte zákazníka.</b> „Dobrý den, dovolali jste se na recepci hotelu International, Martin Novák u telefonu. Jak Vám mohu pomoci?“</li> <li>2. <b>Klient sděluje svůj zájem o vytvoření rezervace ubytovacích služeb.</b></li> <li>3. <b>Získejte data příjezdu a odjezdu.</b> Zkontrolujte dostupnost služeb v těchto dnech. „Pane Nováku, jsem velmi rád, že jste si vybral náš hotel. Kdy máte v plánu přijet do Prahy a jak dlouho se u nás ubytujete?“</li> </ol>	

4. **Získejte informaci o počtu hostů a požadovaných pokojů.** „*Pane Nováku, přijedete k nám sám, případně s doprovodem?*“ (V případě většího počtu klientů je nutné dále ověřit počet požadovaných pokojů.)
5. **Identifikujte přesné preference klienta.** Na základě počtu hostů, pokojů a dostupnosti navrhněte klientovi možné produkty a jejich ceny. „*Pane Nováku, jaký typ pokoje budete preferovat? Mohl bych Vám nabídnout dvoulůžkový pokoj Superior s cenou 65 EUR za noc, pokoj typu Deluxe za 86 EUR, případně také dvou pokojový apartmán Senior Suite za 124 EUR za noc. Ceny jsou včetně snídaně, ale mohu Vám případně nabídnout také ubytování bez snídaně, případně i s dalšími jídly.*“
6. **Na základě volby klienta ověřte přesnou dostupnost ve zvolených datech.** „*Děkuji Vám, poprosím Vás o chvilku strpení. Ověřím dostupnost všech služeb.*“ V případě, kdy je ověření delší, je nutné zajistit kontinuální komunikaci s klientem.
7. **Na základě ověření dostupnosti a vytvoření předběžné rezervace vytvořte klientovi nabídku.** Zopakujte klientovi všechny zvolené produkty a služby, zmiňte všechno vybavení a další gratuity. Na závěr uveďte celkovou cenu, v případě potřeby informujte klienta také o zahrnutí, případně dodatečné platbě místních poplatků. „*Pane Nováku, mohu pro Vás tedy rezervovat tyto služby v celkové ceně 450 EUR?*“
8. **Potvrzení rezervace ze strany klienta.** „*Pane Nováku, mohl bych Vás požádat o Vaše křestní jméno a také emailovou adresu, na kterou Vám pošlete komplexní nabídku našich služeb?*“
9. **Nabídněte klientovi další služby, případně možnost jejich dodatečného doobjednání.**
10. **Informujte kliente o dalším postupu na základě obchodních pravidel a všeobecných obchodních podmínek.** „*Pane Nováku, potvrzení Vaší rezervace Vám přijde na zmíněnou emailovou adresu nejpozději v následujících 24 hodinách, můžete ji ale očekávat v následujících minutách. Součástí nabídky bude také odkaz na potvrzení této nabídky, po jeho rozkliknutí budeme moci zkontrolovat jednotlivé služby. Pokud s nabídkou budete takto souhlasit, budete vyzván k zaplacení zálohy ve výši 20 %, můžete využít možnosti celkové předplatby, která je spojená s 10% slevou, ale v tomto případě dále nejsou aplikovány storno podmínky. Tyto jsou také součástí nabídky.*“ Stejně tak informujte klienta o navazující komunikaci a možných akcích před příjezdem do hotelu. Získejte od klienta preference ohledně budoucí komunikace.
11. **Dejte klientovi prostor pro další dotazy.** „*Pane Nováku, mohu pro Vás udělat něco dalšího? Potřebujete nějaké doplňující informace?*“
12. **Dejte klientovi prostor pro ukončení hovoru.** Vždy je nutné, aby hovor ukončil klient.
13. **Připravte nabídku** na základě preferencí klienta a předchozí komunikace.
14. **Pošlete nabídku** klientovi a vytvořte opční rezervaci v PMS.
15. V případě, že klient nereaguje v následujících 24 hodinách, je třeba jej **dodatečně kontaktovat.**

Samotný proces je zakončen potvrzením rezervace ze strany klienta, který zaplatí požadovanou zálohu, případně předplatbu. Takto jsou jednotlivé akce zachyceny také v PMS. V případě nevyužití nabídky je nutné tuto vést v PMS pro efektivní predikci prodeje.

#### **Kritické body a nestandardní situace**

Ve vazbě na předchozí proceduru a její dílčí aktivity je možné identifikovat následující nestandardní situace (ty nejčastější), případně velmi stručně nabídnout jejich možné řešení.

1. **Přerušeni telefonického spokojení.** V případě přerušeni spokojení je nutné identifikovat bod, ve kterém vznikl tento nedostatek. U pochybení na straně pracovníka FO je vhodné klienta zpětně kontaktovat s omluvou a žádostí a možné pokračování v tvorbě nabídky

rezervace ubytovacích služeb. V případě, kdy je pochybení na straně klienta, je vhodné nechat nabídku rozpracovanou a vyčkat dalšího kontaktu. Pokud se klient neozve do 30 minut, je vhodné jej kontaktovat.

2. **Nedostupnost požadované typu pokoje.** Nabídněte klientovi alternativní typy pokojů. Pokud tato změna není akceptována, na základě požadovaného typu pokoje je možné rezervaci přijmout a v rámci dalších rezervací aplikovat up-sellingu, případně nabídnout lepší typ pokoje jako gratuitu. V každém případě, kvůli velmi nízkým distribučním nákladům je nutné přímé rezervace přijmout.
3. **Nedostupné služby ve zvolené datum.** Akceptujte rezervaci, pokud toto odpovídá platné strategii překnihování. Druhou možností je nabídnout klientovi možnost rezervace partnerského ubytovacího zařízení (pokud odpovídá požadavku klienta) a tuto komunikaci zprostředkovat.
4. **Klient neakcentuje podmínky rezervace.** V tomto případě není možné udělat výjimku a je nutné klienta přesvědčit k akceptaci, případně mu nabídnout alternativní typ služby. Je možné jeho přenesení do partnerského ubytovacího zařízení.
5. **Klient neakceptuje navrhovanou cenu.** Respektujte platná obchodní pravidla, reagujte na základě předem stanovených kroků, a to s možností slevy, případně doplnění o další služby.
6. **Klient zapomněl nabídku potvrdit.** Nastavte komunikaci tak, aby došlo k maximalizaci počtu konverzí.