


# IO 1 – Operatívne štandardy

## SOP 01 – Telefonická rezervácia ubytovacích služieb

	<h3>“SOP 01 – Telefonická rezervácia ubytovacích služieb”</h3>
<b>Vytvorené</b>	<i>Štěpán Chalupa</i>
<b>Platné od</b>	<i>12. 5. 2022</i>
<b>Vytvorené pre</b>	<i>Pracovníkov Front Office, študentov, stážistov, trénerov a HR manažérov</i>
<b>Aktualizované</b>	<i>XX</i>
<b>Dátum aktualizácie</b>	<i>XX</i>
<p><b>Úvod</b></p> <p>Telefonická rezervácia vytvára priestor pre zamestnancov, aby si vytvorili prvý dojem na základe poskytovanej starostlivosti o zákazníka. Vykonávanie rezervácie po telefóne úzko súvisí so štandardmi telefonickej komunikácie (SOP 02). Vyžaduje sa znalosť obchodnej stratégie a právomocí delegovaných na FO, ako aj znalosť celého portfólia produktov. Okrem znalosti dokumentov sa vyžaduje aj znalosť PC a príslušného PMS.</p>	
<p><b>Odôvodnenie</b></p> <p>Cieľom postupu je úspešne <b>vytvoriť telefonickú rezerváciu</b>, ktorá povedie k zníženiu distribučných nákladov. Okrem hlavného cieľa, ktorým je <b>poskytnúť všetky potrebné informácie zákazníkom</b>, ktorý je spokojný s podmienkami vytvorenia a zrušenia rezervácie, je ďalším cieľom <b>maximalizovať hodnotu rezervácie</b> prostredníctvom techník up-sellingu a cross-sellingu. Pri plnení hlavných a čiastkových cieľov je potrebné dbať na <b>maximalizáciu spokojnosti zákazníka</b>.</p>	
<p><b>Postup</b></p> <p>Odpovedajte na telefonáty s ohľadom na štandardy telefonickej komunikácie. Vo všetkých prípadoch sa snažte používať meno volajúceho, postupujte chronologicky a rešpektujte pripomienky a potreby zákazníka.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Privítajte zákazníka.</b> <i>"Dobrý deň, dovolali ste sa na recepciu hotela International, hovorí Martin Novak. Ako vám môžem pomôcť?"</i></li> <li><b>Klient oznámi svoj záujem o rezerváciu ubytovacích služieb.</b></li> <li><b>Zistíte dátumy príchodu a odchodu.</b> Overte si dostupnosť služieb v týchto termínoch. <i>"Pán Novák, som veľmi rád, že ste si vybrali náš hotel. Kedy plánujete prísť do Prahy a ako dlho sa u nás zdržíte?"</i></li> </ol>	

4. **Získajte informácie o počte hostí a požadovaných izbách.** "Pán Novak, prídete do nášho hotela sám alebo so sprievodcom?" (V prípade veľkého počtu klientov je potrebné ďalej overiť počet požadovaných izieb.)
5. **Identifikujte presné preferencie klienta.** Na základe počtu hostí, izieb a dostupnosti navrhnete klientovi možné produkty a ich ceny. "Pán Novak, aký typ izby by ste si želali? Môžem vám ponúknuť dvojlôžkovú izbu Superior za 65 EUR na noc, izbu Deluxe za 86 EUR alebo dvojizbový apartmán Senior za 124 EUR na noc. Ceny zahŕňajú raňajky, ale môžem vám ponúknuť aj ubytovanie bez raňajok alebo s ďalším stravovaním."
6. **Na základe výberu klienta si prosím overte presnú dostupnosť vo vybraných termínoch.** "Ďakujem, poprosím vás o chvíľu trpezlivosti. Preverím dostupnosť všetkých služieb." V prípade, že je overovanie dlhšie, je potrebné zabezpečiť nepretržitú komunikáciu s klientom.
7. **Vytvorenie ponuky pre klienta na základe kontroly dostupnosti a predbežnej rezervácie.** Zopakujte klientovi všetky vybrané produkty a služby, uveďte všetky výhody a ďalšie odmeny. Nakoniec uveďte celkovú cenu a v prípade potreby informujte klienta o zahrnutí alebo dodatočnom zaplatení miestnych daní. "Pán Novak, môžem vám objednať tieto služby za celkovú cenu 450 EUR?"
8. **Potvrdenie rezervácie zo strany klienta.** "Pán Novák, mohol by som vás poprosiť o vaše krstné meno a tiež e-mailovú adresu, na ktorú pošleme komplexnú ponuku našich služieb?"
9. **Ponúknite klientovi ďalšie služby alebo možnosť ich dodatočného objednania.**
10. **Informujte klienta o ďalšom postupe na základe obchodných pravidiel a všeobecných podmienok.** "Pán Novak, potvrdenie vašej rezervácie vám zašleme na uvedenú e-mailovú adresu najneskôr do 24 hodín, ale môžete ho očakávať v najbližších minútach. Ponuka bude obsahovať aj odkaz na potvrdenie tejto ponuky, po kliknutí na ktorý budeme môcť skontrolovať jednotlivé služby. Ak takto ponuku prijmete, budete požiadaní o zaplatenie zálohy vo výške 20 %, môžete využiť možnosť celkovej platby vopred, ktorá je spojená s 10 % zľavou, ale v tomto prípade neplatia žiadne ďalšie storno podmienky. Aj tie sú súčasťou ponuky." Podobne informujte klienta o následnej komunikácii a možných udalostiach pred príchodom do hotela. Získajte preferencie klienta pre budúcu komunikáciu.
11. **Dajte klientovi priestor na ďalšie otázky.** "Pán Novak, môžem pre vás urobiť ešte niečo? Potrebujete nejaké ďalšie informácie?"
12. **Dajte klientovi priestor na ukončenie hovoru.** Vždy je potrebné, aby klient ukončil hovor.
13. **Prípravte ponuku** na základe preferencií klienta a predchádzajúcej komunikácie.
14. **Odošlite ponuku** klientovi a vytvorte rezerváciu možností v systéme PMS.
15. Ak klient neodpovie v nasledujúcich 24 hodinách, musíte ho **kontaktovať dodatočne.**

Samotný proces je ukončený tým, že klient potvrdí rezerváciu zaplatením požadovanej zálohy alebo preddavku. Takto sa jednotlivé udalosti zaznamenávajú aj v systéme PMS. V prípade nevyužitých ponúk je potrebné ich uchovávať v systéme PMS pre efektívne predpovedanie predaja.

#### **Kritické body a neštandardné situácie**

V súvislosti s predchádzajúcim postupom a jeho čiastkovými činnosťami je možné identifikovať nasledujúce neštandardné situácie (tie najčastejšie) alebo veľmi stručne ponúknuť ich možné riešenia.

1. **Prerušenie telefonického spojenia.** V prípade prerušenia spojenia je potrebné určiť bod, v ktorom sa nedostatok vyskytol. V prípade pochybenia zo strany pracovníka FO je vhodné klienta spätne kontaktovať s ospravedlnením a žiadosťou a prípadným pokračovaním v tvorbe ponuky na rezerváciu ubytovacích služieb. Ak je chyba na strane klienta, odporúča sa ponechať ponuku v platnosti a počkať na ďalší kontakt. Ak sa klient neozve do 30 minút, je vhodné ho kontaktovať.
2. **Nedostupnosť požadovaného typu izby.** Ponúknite klientovi alternatívne typy izieb. Ak táto zmena nie je akceptovaná, na základe požadovaného typu izby môže byť rezervácia prijatá

a v budúcich rezerváciách môže byť uplatnený upselling alebo môže byť ponúknutý lepší typ izby ako odmena. Vzhľadom na veľmi nízke náklady na distribúciu je v každom prípade potrebné akceptovať priame rezervácie.

3. **Nedostupné služby vo vybraný deň.** Akceptujte rezerváciu, ak to zodpovedá platnej stratégii opätovného rezervovania. Druhou možnosťou je ponúknuť klientovi možnosť rezervácie partnerského ubytovania (ak to zodpovedá požiadavke klienta) a sprostredkovať túto komunikáciu.
4. **Klient nesúhlasí s podmienkami rezervácie.** V tomto prípade nie je možné urobiť výnimku a je potrebné presvedčiť klienta, aby akceptoval prípadne mu ponúknuť alternatívny typ služby. Klienta je možné premiestniť do partnerského ubytovacieho zariadenia.
5. **Klient navrhovanú cenu neakceptuje.** Rešpektujte platné obchodné pravidlá, reagujte na základe vopred stanovených krokov s možnosťou zľavy alebo pridania ďalších služieb.
6. **Klient zabudne potvrdiť ponuku.** Nastavte komunikáciu tak, aby ste maximalizovali počet konverzií.