

IO 1 – Vybrané aspekty prevádzky hotelovej Front Office

Dodatočný výstup - Slovníček pojmov

Pri práci na recepcii (ale aj vo Front Office všeobecne) zamestnanci používajú špecifický žargón a odbornú terminológiu, ktorá umožňuje efektívnejšiu komunikáciu, ale aj fungovanie celého oddelenia vo všeobecnosti. V tejto kapitole sa zameriame na základné pojmy a ich stručný opis. Pred začatím práce na týchto pozíciách sa odporúča naštudovať si samotnú terminológiu a potom ju používať počas práce. Samotný zoznam pojmov, ktorý je zostavený ako slovník, nie je vyčerpávajúci a zameriava sa na vybrané, najčastejšie používané a najdôležitejšie pojmy, ktoré môžu mať zásadný vplyv na fungovanie Front Office. Podobne je tento zoznam prispôbený požiadavkám európskeho hotelového priemyslu a neuvádza pojmy špecifické pre hotelový priemysel v iných geografických oblastiach. Pri práci s týmto zoznamom sa odporúča doplniť ho o pojmy používané v jednotlivých zariadeniach, aby sa zachoval komplexný prehľad.

Jednotlivé pojmy sú zoskupené do homogénnych skupín pre ľahšie pochopenie a následné jednoduché používanie pri práci na recepcii. V súvislosti s ostatnými jazykovými verziami tohto textu je dôležité upozorniť aj na to, že mnohé termíny sa používajú v ich anglickej verzii, a preto boli niektoré preklady doplnené o častejšie používané anglicizmy.

Výhrady a ich správa

Prvá skupina pojmov sa venuje rezerváciám, ich typom a statusom a ich správe. Následne sa uvádzajú aj ďalšie pojmy, aby sa doplnil potrebný kontext fungovania Front Office.

Potvrdená rezervácia - rezervácia vytvorená v systéme PMS na základe požiadavky klienta. Potvrdenie bolo vytvorené predplatením alebo zaplatením celej sumy rezervácie. V súčasnosti je tiež možné zaručiť rezerváciu pred autorizáciou sumy na kreditnej karte klienta. Potvrdená rezervácia zahŕňa aj súhlas so storno podmienkami.

Číslo potvrdenej rezervácie - jedinečný identifikátor rezervácie generovaný systémom PMS na zefektívnenie rezervácie.

„Floating“ rezervácia - typ rezervácie dostupný len vo vybraných PMS, pri ktorom sa rezervácia vykonáva na typ izby, nie na izbu. Tá sa k rezervácii priradí niekoľko dní pred príchodom (alebo v deň príchodu na základe žiadosti klienta). Tento typ rezervácie umožňuje efektívnejšie riadenie ubytovacej kapacity.

Rezervácia s efektom opcie - Rezervácia s efektom opcie je rezervácia, ktorá bola vytvorená na základe požiadavky klienta, ktorý rezerváciu nezaručil ani nepotvrdil. Niekedy je klientovi pridelená požadovaná kapacita do určitého dátumu (dátum opcie), potom sa presunie do voľného predaja. Možnosť rezervácie s účinkom umožňuje automatizáciu následných činností, pričom účinkom sa rozumie priama činnosť PMS (zrušenie rezervácie, jej potvrdenie alebo iná činnosť).

Rezervácia opcie bez účinnosti - Analogicky k rezervácii opcie s účinnosťou si ju možno predstaviť ako rezerváciu, ktorá má stanovený dátum opcie, po ktorom sa nevykoná žiadna automatická akcia. V takom prípade musíte kontaktovať klienta, aby inicioval akciu.

Dátum opcie - presný alebo relatívny dátum, ku ktorému sa vyžaduje aktivita zákazníka v rámci rezervácie opcie. Po uplynutí tohto dátumu je možné rezerváciu zrušiť alebo ďalej zmeniť na základe zadaného účinku.

Rezervácie na čakacej listine (waiting list) - čakacia listina je zoznam rezervácií, ktoré zákazník potvrdil, ale prevádzkovateľ hotela ich nemôže prijať. Podmienky čakacej listiny sa vytvárajú na základe správania zákazníkov v minulosti, t. j. potenciálnych neúčastí, zrušených a prichádzajúcich návštevníkov. Rezerváciu môže potvrdiť poskytovateľ ubytovania.

Predbežná rezervácia - v súčasnosti sa táto rezervácia považuje za synonymum opčnej rezervácie, ktorej vlastnosti nie sú podrobne špecifikované.

Nedostavenie sa (no-show) - situácia, keď klient s potvrdenou rezerváciou neprišiel do hotela. V kontexte OTA (pozri nižšie) sa táto situácia musí nahlásiť v extranete OTA, aby sa zabránilo plateniu zbytočnej provízie sprostredkovateľovi. Na riešenie týchto situácií je potrebná podrobná znalosť zmluvných podmienok a pravidiel stornovania.

Storno rezervácie - rezervácia zrušená klientom a spojená s dodatočným predajom voľnej kapacity. Zrušenie musí odrážať storno podmienky prijaté klientom. V súvislosti s vrátením peňazí je potrebné ich zohľadniť.

Číslo storna - jedinečný kód priradený ku konkrétnej rezervácii. Na základe tohto čísla je možné efektívnejšie vybavovať požiadavky klientov.

Check-in - prihlásenie klienta na pobyt, ktoré je spojené s overením rezervácie (alebo jej vytvorením počas walk-in), registráciou klienta a odovzdaním potrebných informácií týkajúcich sa celého pobytu. Odbavenie je zachytené ako samostatný SOP v predchádzajúcom texte.

Registračná karta - formulár s vopred definovaným rozsahom osobných údajov, ktorý je potrebný na prihlásenie hosta na pobyt. Rozsah osobných údajov potrebných na registráciu hosta je určený právnymi normami, s ktorými musíte byť oboznámení. Ak klient nie je schopný alebo ochotný poskytnúť tieto údaje, musí sa aktivovať postup odchodu.

Walk-out - postup "odmietnutia" prihlásenia klienta na pobyt v prípade nedostatočnej kapacity (overbooking) alebo v prípade neposkytnutia potrebných osobných údajov, zaradenia klienta na čiernu listinu alebo nedodržania štruktúry rezervácie.

Alokácia/kontingent - dohoda medzi hotelom a dodávateľom o konkrétnom počte garantovaných izieb vo vopred stanovených termínoch. Zmluvný partner (cestovná kancelária alebo iná spoločnosť) prideli počet izieb, ich ceny, prípadne aj štruktúru doplnkových služieb a tzv. dátum uvoľnenia.

Release dátum - vopred stanovený dátum v rámci pridelených prostriedkov, ktorý umožňuje zmluvnému partnerovi čerpať tieto prostriedky. Po dosiahnutí tohto dátumu sa pridelená kapacita uvoľní do voľného predaja. Tento dátum možno nastaviť v absolútnom vyjadrení (presne definovaný dátum) alebo v relatívnom vyjadrení (počet dní pred očakávaným príchodom).

Walk-in - niekedy sa používa aj na označenie samostatného segmentu zákazníkov, ktorí prídu do ubytovacieho zariadenia bez predchádzajúcej rezervácie. Pre týchto klientov sa používa "pultová cena", t. j. najvyššia dostupná cena, ktorá odráža nedostatok informácií, ktoré má klient k dispozícii.

Storno podmienky - osobitná časť podmienok, ktoré sú dohodnuté pri vytvorení alebo potvrdení rezervácie. V týchto podmienkach sú stanovené termíny zrušenia rezervácie a prípadné storno poplatky spojené so zrušením rezervácie.

Storno poplatky - poplatok spojený so zrušením rezervácie, ktorý je uvedený v storno podmienkach. Pri garantovaných rezerváciách sa od tejto záruky odpočíta storno poplatok a preplatok sa klientovi vráti. V prípade negarantovaných rezervácií je vymáhanie storno poplatkov veľmi komplikované a v mnohých prípadoch nereálne.

Predĺžený pobyt - V prípade vysokej spokojnosti klienta alebo zmeny jeho požiadaviek sa môže vyskytnúť požiadavka na predĺženie pobytu. Títo klienti nie sú veľmi citliví na zmeny cien ubytovacích služieb (pokiaľ sa cena výrazne nelíši od predchádzajúcej ceny). Vďaka tomu je možné znížiť aj náklady spojené s predajom a upratovaním miestnosti. Celkový/relatívny počet predĺžených pobytov je dôležitý pre prácu v rámci stratégie "overbookingu".

Skrátený pobyt - V prípade nespokojnosti klienta s poskytovanou službou alebo výraznej zmeny skutočností na strane ubytovacieho zariadenia aj klienta môže dôjsť k skráteniu pobytu. V takom prípade je potrebné uplatniť storno podmienky alebo k situácii pristupovať individuálne a všetko vyriešiť k maximálnej spokojnosti klienta.

Overbooking - situácia, keď sa predá viac izieb, ako je fyzicky k dispozícii. Samotná stratégia overbookingu je veľmi komplexný prístup k riadeniu dopytu, ktorý zohľadňuje mieru storna, neuskutočnených pobytov, predĺžených a skrátených pobytov a celkové správanie zákazníkov.

Skipper - zákazník, ktorý má v úmysle opustiť ubytovacie zariadenie bez riadneho odhlásenia a zaplata za spotrebované služby. V praxi sa im dá predísť vhodným garantovaním pobytov alebo predbežnou autorizáciou kreditných kariet. Vždy je však potrebné počítať s možnosťou nezaplata služieb a produktov počas pobytu, ktoré sú účtované na ťarchu účtu zákazníka. Starostlivé vedenie záznamov preto môže byť dobrým riešením spolu s dobre nastavenými podmienkami.

Predbežná autorizácia - pri platbe debetnou/kreditnou kartou je možné využiť „rezerváciu“ finančných prostriedkov na konkrétny účel. Týmto spôsobom sa klientovi neúčtuje plná suma, ale na jeho účte sa rezervujú finančné prostriedky, ktoré sa poskytnú hotelu po dátume odhlásenia.

Up-selling - predajná technika, ktorá je založená na ponuke a poskytovaní vyššej úrovne služieb, než aká bola objednaná. Tieto služby sa ponúkajú s cieľom lepšie uspokojiť potreby zákazníkov. Často sa táto stratégia používa aj na zníženie počtu odchodov, keď sa klientom najprv ponúkne izba vyššej kategórie za poplatok alebo sa im ponúkne ako darček. Veľmi často je možné hovoriť aj o up-sellingu v súvislosti s aktivitami, ktoré vedú k zvýšeniu celkových príjmov z rezervácií.

Gratuita- služba poskytovaná bezplatne.

Cross-selling - ďalšia technika predaja, ktorá sa zameriava na predaj ďalších služieb poskytovaných ubytovacím zariadením alebo jeho partnermi.

Zoznam očakávaných príchodov - zoznam rezervácií/hotelových hostí, ktorí dnes prídu do ubytovacieho zariadenia. Tento zoznam sa používa na kontrolu obsadenosti hotelových izieb alebo aj na kontrolu neobsadených izieb.

Zoznam očakávaných odchodov - zoznam rezervácií/hotelových hostí, ktorí dnes odchádzajú z objektu. V prípade potreby možno tento zoznam prepojiť so zoznamom hostí, ktorí pokračujú v pobyte (tzv. Stayover).

Ceny a poplatky za stravu (stravovacie plány)

Nasledujúca skupina pojmov sa zameriava na rôzne ceny a typy stravovacích plánov, ktoré sa ponúkajú hotelovým hosťom. Niektoré typy cien možno považovať za obmedzenia pobytu, pretože sú splnené iné podmienky na ich prijatie.

Pultová cena (RACK) - cena, ktorá je fyzicky vyhlásená na recepcii hotela a je opakom ceny BAR, teda najvyššia verejne dostupná cena. V mnohých krajinách je zobrazovanie pultovej ceny povinné, a preto je táto cena stanovená na vyššej úrovni ako cena online. V rámci predaja sa ponúka hosťom z ulice (Walk-in). Viac informácií nájdete v špecifikácii tohto segmentu.

BAR - Najlepšia dostupná cena nie je najnižšia cena, za ktorú je ubytovacie zariadenie ochotné prediť svoju kapacitu, ale najlepšia verejne dostupná cena. BAR sa používa aj ako synonymum pre online cenu viditeľnú pre zákazníkov, hoci sa na jednotlivých portáloch líši.

Nevratná cena (NR) - Nevratná cena je spojená s cenovým zvýhodnením, ktoré klient zaplatí v rámci procesu rezervácie. Samotná storno platba sa potom klientovi nevracia. Akceptovaním zvýhodnenej ceny (zvyčajne na úrovni 10 %) sa klient vzdáva flexibilných podmienok storna.

Minimálna dĺžka pobytu (MLOS) - Minimálnu dĺžku pobytu možno chápať nielen ako cenové obmedzenie, ktoré priamo určuje minimálny počet nocí v rámci rezervácie, ale aj ako cenové zvýhodnenie pri zvýšení počtu nocí v rámci rezervácie. Veľmi často sa to využíva na predaj menej žiadaných nocí.

Korporátna cena (CORPRATE) - Cena určená zmluvnou dohodou medzi zástupcom ubytovacieho zariadenia a obchodným partnerom. Veľmi často je táto cena spojená s určitým cenovým zvýhodnením alebo inými výhodami v podobe odmien a doplnkových služieb. Fixné ceny určené podľa objemu predaja sa v súčasnosti nahrádzajú flexibilnými cenami, ktoré umožňujú lepšie riadenie predaja kapacity.

Komplementárna cena (Complimentary Rate) - Ubytovacie služby poskytované bezplatne partnerom alebo významným zákazníkom spoločnosti.

Interný pobyt (House Use) - Špeciálna cena poskytovaná zamestnancom hotela alebo ich rodinám. Niekedy je výška tejto ceny nulová.

Skrytá ponuka (Opaque Rate) - Verejne nedostupná, časovo obmedzená a individuálna cena pre konkrétneho zákazníka (zákaznícky segment).

Motivačná cena (Incentive Rate) - Špeciálna sadzba poskytovaná obchodným partnerom, ktorí využívajú ubytovacie služby ako motiváciu pre svojich zamestnancov, rodiny alebo iných obchodných partnerov. Ponuka je spojená so špeciálnym „promo“ kódom a vedie k stimulácii dopytu po ubytovacích službách.

Skupinová cena - Cena poskytovaná najmä pre spoločnosti, ktoré požadujú veľké množstvo ubytovacích kapacít. Táto cena býva nižšia ako cena BAR, čo zodpovedá aj zníženiu distribučných nákladov. Veľmi často dochádza k predaju veľkým skupinám s veľkým časovým predstihom. Skupinová cena potom tvorí základnú úroveň predanej kapacity.

Cenová parita - Stratégia založená na predaji ubytovacích služieb za rovnakú cenu na každom dostupnom online portáli. Dohody o cenovej parite sa už od OTA nevyžadujú, ale stále ich možno nájsť na iných portáloch. Tým sa eliminuje vplyv cenových rozdielov v rozhodovacom procese a zákazník sa rozhoduje len na základe ostatných služieb poskytovaných distribučným kanálom.

Cenová disparita - Opakom cenovej parity je cenová disparita. Stratégia, ktorá je postavená na cenovom zvýhodnení vybraných distribučných kanálov. Čo umožňuje riadiť dopyt po ubytovacích službách. Rozhodovanie zákazníkov je priamo ovplyvnené ponúkanou cenou.

Plná penzia (American Plan) - Ubytovacie služby s plnou penziou, t. j. raňajky, obed a večera. Cena služieb sa účtuje vrátane týchto služieb.

Ubytovanie bez ďalších služieb (European Plan) - Predaj len ubytovacích služieb.

B&B (Continental Plan) - Ubytovanie s raňajkami. Najbežnejší cenový/stravovací plán, ktorý sa musí spravovať a vykazovať oddelene v rámci PMS (t. j. príjmy z ubytovacích a stravovacích služieb).

All-Inclusive - Špeciálna cena, ktorá zahŕňa nielen ubytovacie služby, ale aj všetky ostatné služby, ako je strava, dane a poplatky. Rozsah služieb a spôsob ich využitia musia byť vopred jasne definované.

DDR - Delegate Daily Rate (denná cena na delegáta) je cena využívaná v rámci MICE sales, kde je celková cena všetkých služieb (občerstvenie, prenájom miestnosti a iné služby) rozpočtovaná na jedného delegáta a deň. Cena ubytovania je uvedená samostatne. Pri kratších eventoch sa používa skrátená sadzba HDDR (Half Day Delegate Rate) alebo iné možnosti v závislosti od dĺžky podujatia.

Účtovníctvo, poplatky a dane

Každý pobyt zákazníka je spojený s určitým pohybom peňazí a jeho neoddeliteľnou súčasťou sú aj rôzne poplatky a dane. V tejto časti nie sú podrobne opísané daňové otázky ani jednotlivé poplatky, ktoré sú spojené s prevádzkou ubytovacieho zariadenia v konkrétnej destinácii.

Oneskorený príkaz - Suma pripísaná na účet hosťa po jeho odchode. Najčastejšie ide o doplatok za minibar alebo náhradu za poškodený majetok.

Zákaz zaúčtovania (No Post) - Špeciálna funkcia systému PMS, ktorá zabraňuje zaúčtovaniu dodatočných poplatkov na účet hosťa z iných oddelení.

Anulace – Anulace, případně zrušení poplatku, případně položky na hotelovém účtu. V mnoha PMS systémech je možné anulovat položky pouze v případě, kdy je hosta přihlášen k pobytu.

Storno - Zrušenie alebo storno poplatku prípadne položky na hotelovom účte. V mnohých systémoch PMS je možné zrušiť platnosť položiek len v čase keď je hosť prihlásený k pobytu.

Pobytové dane/poplatky - Miestne dane, poplatky, sú určitou formou turistickú dane za používanie verejných statkov. Platcom týchto poplatkov je zákazník, výber vykonáva ubytovacie zariadenie, ktoré ich odvádza miestnej samospráve.

DPH - Daň z pridanej hodnoty je spojená so spotrebou určitých služieb a výrobkov. Všetky položky v rámci PMS sú centrálné riadené z hľadiska DPH, aby v rámci účtovníctva nevznikali nezrovnalosti.

Poplatok za poškodenie vybavenia - Počas pobytu môže hosť spôsobiť škodu na vybavení izby, ako aj na spoločnom zariadení ubytovacieho zariadenia. Toto poškodenie môže hosť nahlásiť alebo môže byť zistené počas upratovania alebo údržby. V tomto prípade je potrebné postupovať podľa rozsahu poškodenia. V prípade väčších škôd je potrebné od hosťa požadovať náhradu pre uvedenie miesta do pôvodného stavu.

Poplatok za stratu kľúča/karty (Room Key Loss) - Karty od izieb sa klientom poskytujú bezplatne, ale v niektorých ubytovacích zariadeniach sa za ne v prípade straty platí poplatok. Tento poplatok je založený na opatreniach potrebných na zaistenie bezpečnosti súčasných a budúcich klientov.

Usmerňovacie pokyny - Súbor pravidiel, ktoré sú uvedené pre konkrétnu rezerváciu v systéme PMS. Tieto pravidlá sa automaticky uplatňujú v rámci účtovania poplatkov a služieb na účet hosťa alebo iných pridružených subjektov. Príkladom je umiestnenie poplatkov a platieb pre firemné rezervácie, kde ubytovanie platí spoločnosť, všetky ostatné služby potom hradí hosť. To isté platí pre skupinové rezervácie, kde základ platí CK a zvyšok doplatí individuálny klient.

Výhody (amenity) - Služba alebo produkt, ktorý sa hosťovi poskytuje bezplatne počas check-inu alebo pobytu. Tento produkt je poskytovaný s malými nákladmi, ale s veľkým vplyvom na celkovú spokojnosť klienta s poskytovanými službami.

Poplatok za detskú postieľku - Poplatok za detskú postieľku pre dieťa do 5 rokov (veková hranica môže byť individuálne stanovená konkrétnym prevádzkovateľom ubytovacieho zariadenia alebo môže byť poskytnutá bezplatne).

Poplatok za prístelku - Poplatok za pridanie prístelky do izby (ak je prístelka prispôsobená veľkosti a jednoduchosti manipulácie a obsluhy izby). Tento poplatok je vypočítaný z nižšej ceny, ako je cena lôžka v rámci daného štandardu.

Housekeeping a status izby

Pri vybavovaní rezervácií, prihlasovaní klientov na pobyt alebo počas samotného pobytu je potrebná koordinácia s upratovaním. Jednou zo základných informácií pre recepciu je pridelenie statusov jednotlivým miestnostiam v súvislosti s ich upratovaním a údržbou. Nasledujúce pojmy opisujú rôzne stavy izieb, ako aj ďalšiu terminológiu týkajúcu sa upratovania.

Obsadená izba - Izba je obsadená hotelovým hosťom, ktorý v nej je ubytovaný.

Obsadená izba - Stayover - Hotelová izba obsadená hosťom, od ktorého sa neočakáva, že dnes odíde. V súvislosti s plánovaním priebežného upratovania sa používa osobitné označenie pre prenocovanie. Daná izba zostane obsadená minimálne jednu noc.

Odchod - upratovanie - Hotelová izba už nie je obsadená hotelovým hosťom, ktorý sa odhlásil alebo už opustil ubytovacie zariadenie. Daná izba nie je uprataná, a preto ju nemožno priamo prideliť iným hosťom.

Nerušit (Do Not Disturb) - Hotelový hosť požiadal o zrušenie upratovania alebo o zachovanie súkromia v čo najväčšej miere bez vyrušovania. V tomto režime nie sú hosťovi ponúkané žiadne ďalšie služby.

Prebieha upratovanie - Upratovačka začala upratovať izbu a čoskoro by mala skončiť. Pri využití reportingu v reálnom čase je možné check-in klienta pozdržať a danú izbu alokovať keď sa jej stav zmení na upratanú.

Prebiehajúce upratovanie - čakajúci hosť (on Queue) - Hotelová izba už bola pridelená klientovi, ktorý sa zaregistroval na pobyt, ale jeho izba ešte nie je pripravená a práve sa upratuje. V takejto situácii je možné ponúknuť klientovi gratuity alebo s ním komunikovať o situácii.

Uprataná izba - Hotelová izba je uprataná a pripravená na ďalšie obsadenie hotelovým hosťom.

Kontrola - Hotelová izba nebola obsadená určitý počet nocí (najčastejšie 3 noci) alebo bola dotknutá zamestnancom alebo hosťom. V tomto prípade je potrebná kontrola kvality čistenia priestorov a odstránenie prípadných nedostatkov. Po kontrole sa stav izby aktualizuje na upratanú alebo vyžadujúcu údržbu alebo upratovanie.

Dotknutá izba - Dotknutá hotelová izba nebola obsadená, ale navštívila ju tretia osoba. Po tomto narušení je potrebné izbu skontrolovať.

Špinavá izba - Označenie izby pre jej čistenie. V tomto prípade je tiež možné rozlišovať rôzne úrovne čistenia. Túto izbu nie je možné prideliť prichádzajúcim hosťom.

Sleep-out – Špeciálne označenie pre izbu, ktorá je formálne obsadená klientom, ktorý v nej v danú noc nebol. Toto označenie je potrebné z dôvodu bezpečnosti a zníženia úrovne upratovania.

Mimo prevádzku (Out-of-Order (OOO)) – Označenie izby mimo prevádzku predstavuje významnú prekážku pri ubytovaní hotelových hostí. Tieto izby sú priamo vyradené z hotelového inventára, čo znemožňuje predaj tejto kapacity. Ide napríklad o izby, ktoré prechádzajú zmenou vybavenia alebo veľkou prestavbou.

Mimo službu (Out-of-Service (OOS)) – Izba, ktorá je mimo prevádzky, nie je vyradená z hotelovej evidencie, ale tiež nemôže byť pridelená na rezervácie z dôvodu technickej poruchy. Veľmi často ide o izby, ktoré si vyžadujú operatívnu údržbu, ktorá by mala byť vyriešená v krátkom čase.

Bez check-outu (Did Not Checked-out (DNCO)) – Klient neprešiel formálnym procesom odhlásenia, ale už nie je v ubytovacom zariadení. Účet za izbu je zaplatený, a preto je saldo rezervácie nulové.

Opozdený odjazd (Late Check-out (LC)) – Niektoré segmenty zákazníkov vyžadujú využitie hotelovej izby po štandardnom čase odchodu. Táto služba je niekedy spoplatnená, ale v prípade dostatočnej kapacity sa poskytuje bezplatne ako súčasť služieb zákazníkom.

Skorý príchod (Early Check-in (EC)) – V osobitných prípadoch ubytovacie zariadenie umožňuje skorší príchod, t. j. príchod pred štandardným časom. To sa zvyčajne účtuje rovnako ako LC alebo je to umožnené, ak je k dispozícii dostatočná kapacita a dobré podmienky na upratovanie.

Odmietnuté upratovanie – Upratovanie izby host' odmietol umiestnením nápisu na kľučku hotelovej izby alebo zrušením upratovania na intranete hotela. Prípadne je možné izbu uzamknúť.

Hostia a segmenty trhu

Práca na hotelovej recepcii zahŕňa rozpoznávanie rôznych zákazníkov a ich požiadaviek alebo rozpoznávanie rozdielov medzi týmito zákazníkmi. Hoci je potrebné poskytovať služby na vysokej úrovni, je potrebné prispôbiť tieto služby individuálnym zákazníkom. Segmentácia trhu, t. j. rozdelenie trhu na homogénne skupiny zákazníkov podľa ich požiadaviek a správania, je jednou z kľúčových činností, ktoré vykonávajú marketéri a manažéri hotelov. Tento e-book predstavuje najbežnejšie a najčastejšie používané segmenty zákazníkov. Podrobný pohľad na segmentáciu zákazníkov ponúka napríklad Stanislav Ivanov vo svojej publikácii „Hotel Revenue Management: From theory to practice“ z roku 2014.

Frequent Individual Traveller (FIT) – Individuálni turisti najčastejšie využívajú BAR ceny na internetových portáloch alebo na webových stránkach hotelov. Tieto rezervácie sú smerované na obdobie sviatkov, predĺžených víkendov alebo iných voľných dní. Dĺžka pobytu závisí od termínu pobytu, a to od 1 do 6 nocí. Títo zákazníci nevyužívajú len ubytovacie služby, ale aj ďalšie služby poskytované ubytovacím zariadením. V kontexte revenue managementu je tento segment dobre reagujúci na cenové stimuly a možno ho označiť ako „leisure individual“.

Leisure skupiny – Tieto skupiny možno očakávať počas hlavnej sezóny destinácie (napríklad letné prázdniny v Prahe) s pobytmi na 7 až 13 nocí. Títo zákazníci najčastejšie cestujú prostredníctvom cestovnej kancelárie, majú vopred stanovený rozsah služieb a ich množstvo (tieto služby sú vopred zaplatené cestovnou kanceláriou). Dodatočný predaj nie je bežný, ani dodatočné zvýšenie hodnoty rezervácie. Nie sú to zákazníci lojálni voči hotelu, ale ak sú spokojní, sprostredkovatelia získajú ich lojalitu. Front office musí napláňovať príchod týchto skupín a v spolupráci s CK vytvoriť rooming listy pred príchodom a expresné vybavenie skupinového check-in, aby sa znížil dopad tejto záťaže na ostatných klientov.

Korporátna klientela - Služobné cesty, ale aj firemné cesty vo všeobecnosti, sú dobrým zdrojom financií pre ubytovacie zariadenia. Traja klienti cestujú najmä počas pracovného týždňa. Vo väčšine prípadov sú ubytovacie služby viazané na zmluvné vzťahy s organizáciou. Tieto služby hradí spoločnosť, a preto sú niekedy vyššie. Tento segment nereaguje veľmi pružne na zmeny cien a je viazaný obchodnou príležitosťou, čo je tiež výhodou pre jeho oslovenie.

Korporátne skupiny – Najčastejšie ide o zákazníkov v rámci MICE cestovného ruchu, t. j. zákazníkov, ktorí sú delegátmi určitého podujatia (konferencie, stretnutia, kongres). Cena ubytovania sa stanovuje individuálne na základe spolupráce s organizátorom podujatia alebo spolupráce s vysielajúcou organizáciou. Ide o veľmi bonitnú klientelu, ktorá je časovo a miestne obmedzená, a preto je možné predať viac služieb za vyššie ceny.

SMERF – Skratka pre zákazníkov v sociálnom sektore (Social), armáde (Military), vzdelávaní (Educational), náboženských skupinách (Religious) alebo iných spoločenstvách (Fraternal). Tento segment nie je veľmi početný, ale jeho zákazníci majú veľmi špecifické požiadavky, ktoré je potrebné splniť.

Hotelový nehost' - Klient, ktorý nemá záujem o ubytovacie služby, ale o iné služby poskytované ubytovacím zariadením alebo o informácie týkajúce sa ubytovacieho zariadenia a jeho okolia.

VIP – Označenie pre veľmi významných klientov, ktorí sú klasifikovaní ako klienti so špeciálnym prístupom. Pre týchto zákazníkov sú definované osobitné postupy a praktiky, ktoré sú náročnejšie a vedú k prednostnému uspokojeniu ich potrieb.

FAM Trip – „Výlet“ pre zástupcov cestovných kancelárií, eventových agentúr a iných poskytovateľov služieb, ktorí majú možnosť vyskúšať si služby zadarmo (alebo za veľmi výhodných podmienok) a získať osobné skúsenosti pred predajom produktu. Ide o veľmi nákladný, ale účinný spôsob, ako prilákať nových zákazníkov.

PRESS Trip – V rámci propagácie ubytovacieho zariadenia je možné zorganizovať špeciálne podujatie pre zástupcov tlače alebo iné subjekty, ktoré pomôžu s PR na novom trhu. Press trip sa využíva na predstavenie spoločnosti na novom trhu a je spojená s prezentáciou služieb, často bezplatnou. Rovnakým spôsobom sa propaguje aj destinácia, v ktorej sa ubytovanie nachádza.

Letecký personál - Ubytovacie zariadenia v blízkosti letiska alebo s dobrou dostupnosťou na letisko môžu na základe zmluvy s leteckou spoločnosťou prilákať veľmi bonitnú klientelu v podobe leteckého personálu, ktorý sa v hoteli ubytuje na čas potrebný na odpočinok. Tento segment zákazníkov vyžaduje veľký rozsah služieb a vysokú úroveň služieb pre dostatočný odpočinok.

Host' na „blacklistu“ – Klient, ktorý nemôže byť ubytovaný z dôvodu predchádzajúceho neprijateľného správania alebo neprijateľného správania v partnerskom hoteli. Nízka úroveň klienta a jeho zaradenie na „čiernu listinu“ umožňuje účinne predchádzať prípadným problémom.

Základné ukazovatele výkonnosti ubytovacích zariadení

V mnohých prípadoch majú zamestnanci recepcie za úlohu reportovať výkonnosť ubytovacieho zariadenia. Hoci ide o taktické alebo strategické reporty, je dôležité im rozumieť. Podrobnejší opis týchto pojmov nájdete v publikáciách zameraných na revenue management ubytovacích zariadení.

Miera obsadenosti - Percento obsadených izieb a izieb na predaj. Veľmi často sa vyjadruje v percentách, a preto sa toto percento zvyčajne násobí 100. Pri výpočte je nevyhnutné rozlišovať medzi celkovým počtom izieb (t. j. celkovou kapacitou izieb v zariadení) a izbami, ktoré sú k dispozícii na predaj (t. j. celkový počet izieb v zariadení znížený o nepoužívané izby). Toto rozlíšenie sa používa aj pri iných ukazovateľoch.

Market Penetration Index (MPI) – MPI sa používa na porovnanie výkonnosti s trhom alebo priamymi konkurentmi. MPI je pomer vlastnej miery obsadenosti k priemernej miere obsadenosti konkurenčných zariadení. Hodnoty nad 1 znamenajú lepšiu výkonnosť ako je priemer trhu, hodnoty pod 1 znamenajú horšiu výkonnosť. Tento ukazovateľ sa však týka len kapacity, nie predajných cien.

Priemerná denná cena (ADR) – Príjmy z predaja ubytovacích služieb vydelené počtom predaných izieb. Tento výpočet nezohľadňuje príjmy iných stredísk ani náklady vynaložené na poskytovanie týchto služieb.

Average Daily Index (ADI) – Rovnako ako v prípade MPI ide o pomer vlastných ADR k priemerným ADR konkurenčných zariadení (compset). Vyhodnotenie je identické, t. j. hodnota nad 1 znamená predaj za ceny vyššie ako je priemer trhu, hodnota pod 1 znamená predaj za ceny nižšie ako konkurencia. V tomto prípade sa berie do úvahy len cena, nie predaná kapacita.

Priemerná cena na hosťa (AGR) – Príjmy z predaja ubytovacích služieb vydelené počtom izieb pre hostí ubytovacieho zariadenia. Podobne možno vypočítať aj výnosy na lôžko alebo iné jednotky kapacity.

Výnosy z disponibilnej izby (RevPAR) – Výpočet tohto ukazovateľa je podobný ako pri ADR, hoci vychádza z celkového počtu izieb, ktoré sú k dispozícii na predaj (viac Miera obsadenosti). Príjmy z ubytovacích služieb sa delia celkovým počtom izieb, ktoré sú k dispozícii. V tomto prípade sa berie do úvahy nielen kapacita (miera obsadenosti), ale aj predajná cena (ADR). RevPAR sa môže vypočítať aj ako násobok obsadenosti a ADR.

Revenue Generation Index (RGI) – RGI možno analogicky opísať pomocou MPI a ADI. Rozdiel je v používaní ukazovateľa RevPAR.

Celkové výnosy z disponibilnej izby (TRevPAR) – Na rozdiel od ukazovateľa RevPAR je tento ukazovateľ založený na využití celkových príjmov ubytovacieho zariadenia, t. j. nielen príjmov z ubytovacích služieb. Veľký rozdiel medzi RevPAR a TRevPAR poukazuje na významný zdroj príjmov v iných oddeleniach.

Hrubý operatívny zisk z disponibilnej izby (GOPPAR) – Predchádzajúce ukazovatele pracovali najmä s tržbami, ale nezohľadňovali náklady na poskytovanie týchto služieb. GOPPAR poskytuje lepší pohľad na výkonnosť ubytovacích zariadení, pretože zahŕňa nielen predajné ceny a predanú kapacitu, ale aj celkovú veľkosť ubytovacieho zariadenia a náklady potrebné na jeho prevádzku. Kladné hodnoty

naznačujú možnosť dosiahnutia prevádzkového zisku, ale je potrebné vziať do úvahy, že ide o hrubý zisk pred zdanením.

Náklady na obsadenú izbu (CPOR) – Podiel celkových nákladov na ubytovacie služby a počet obsadených izieb. Samotný výpočet je vzhľadom na poskytovanie ďalších služieb a vzájomnú závislosť týchto služieb len orientačný, napriek tomu však umožňuje lepšie riadenie predajných cien a predaja vo všeobecnosti.

Výnosy z obsadenej izby (RevPOR) – Tento ukazovateľ úzko súvisí s ukazovateľom RevPAR, rozdiel je v izbách, ktoré sú zahrnuté do výpočtu. V tomto prípade ide len o obsadené izby. Ide o kombináciu ADR a RevPAR. Samotný výpočet zostáva rovnaký, t. j. ako pomer príjmov z ubytovacích služieb k počtu obsadených izieb.

Informačné technológie a distribučné kanály

Posledná časť terminológie sa zaoberá oblasťou informačných a komunikačných technológií a distribučných kanálov. Vo väčšine prípadov sú tieto pojmy špecifické pre hotelierstvo, a preto je potrebné ich dôkladne poznať. Neoddeliteľnou súčasťou je aj oboznámenie sa so základnými aplikáciami/programami, s ktorými sa môže pracovník front office stretnúť.

Hotelový systém – Property Management Systems (PMS) – Srdce hotelovej prevádzky, ktoré predstavuje komplexný systém pre správu ubytovacích zariadení. Predchodcom systému PMS bol recepcný systém, ktorý sa zameriaval predovšetkým na správu rezervácií a databázy hostí. Moderné systémy PMS umožňujú komplexnú správu ubytovacieho zariadenia založenú na údajoch o klientoch, ako aj o celkovej prevádzke. Údaje sa ukladajú do centrálnej databázy alebo dátového skladu a používajú sa podľa potreby každého modelu PMS. Z pohľadu PMS sa systém používa na správu rezervácií a tiež ako nástroj na podporu starostlivosti o zákazníkov. Podobne je v rámci front office je automatizovaný aj reporting a monitorovanie výkonnosti.

Reštauračný systém - Point of Sale (POS) - V kontexte prevádzky stravovacích zariadení je ich prevádzka rovnako komplexná ako prevádzka ubytovacích zariadení, a preto možno vnímať silnú analógiu medzi POS ako nástrojom na riadenie stravovacích zariadení a PMS. POS je nástroj na podporu prevádzky reštauračného zariadenia a rozhodovania na rôznych úrovniach managementu. Z pohľadu front office je vhodná čiastočná znalosť základnej prevádzky, ale aj znalosť prenosu informácií medzi týmito systémami.

Globálny distribučný systém (GDS) - Prvý z komplexných distribučných kanálov, ktorý bol vyvinutý predovšetkým pre letecké spoločnosti. GDS pracujú na báze B2B, kde ponúkanú kapacitu nakupujú sprostredkovatelia, nie koncoví zákazníci. Samotné ubytovacie služby sa kupujú veľmi zriedkavo, zvyčajne sa kupuje väčší počet služieb súvisiacich s cestovaním. To umožňuje prilákať medzinárodnú klientelu a vyšší objem rezervácií. Je však potrebné zohľadniť aj vyššie distribučné náklady a nižšie predajné ceny. Rovnako ako strata kontroly nad konečnou cenou pre zákazníka.

Online cestovná agentúra (OTA) – Cestovné agentúry boli prvými zákazníkmi GDS a boli vytvorené s cieľom urýchliť komunikáciu a znížiť počet sprostredkovateľov distribúcie. S rozvojom internetu sa presunuli z fyzických kancelárií do podoby e-shopov, ktoré ponúkajú veľmi dobrý výber rôznych ubytovacích služieb. Ich funkčnosť je podriadená zážitkom a požiadavkám návštevníka. Samotný predaj prostredníctvom OTA je možný priamou cestou (uzavretím zmluvy) a nepriamou cestou (OTA prekupujú kapacitu od iných distribučných portálov). Sprostredkovateľská provízia sa vypláca mesačne alebo sa strháva priamo pri platbe klienta. V prípade nenastúpenia alebo zrušenia pobytu je potrebná dôkladná administratíva, aby nedošlo k plateniu provízie za neuskutočnené pobyty. Samotná distribúcia touto formou môže byť veľmi nákladná, a preto sú zavedené interné usmernenia a postupy, ktoré majú klienta presvedčiť, aby v prípade opätovnej návštevy využil priame distribučné kanály.

Cestovní kancelář (TO) – Cestovná kancelária (TO) - Cestovné kancelárie sú jedným z tradičných offline distribučných kanálov, ktoré sa zameriavajú na hlavnú turistickú sezónu. V rámci spolupráce sa vytvorí alokácia pre určitú kapacitu, ktorá je podľa stanoveného dátumu čerpaná alebo predávaná iným subjektom. TO tvoria zájazdy, ktoré sú komplexným produktom pre konečného zákazníka. Alokácie a rezervácie sa vykonávajú v dostatočnom predstihu.

Webový rezervačný systém (WBE) - Umiestnenie rezervačného systému na webovej stránke ubytovacieho zariadenia predstavuje jediný nástroj priameho online predaja. Rozvoj webových stránok súvisí so zmenou správania zákazníkov, ale aj s vývojom iných distribučných kanálov. Tento vývoj smeruje k väčšej interaktivite, urýchľuje proces vytvárania rezervácie a zjednodušuje jej následnú správu. Aj tento systém je spojený s poplatkami.

Meta Search Engine (MSE) – Meta vyhľadávač je reklamná platforma, ktorá umožňuje zákazníkom vyhľadať najlepšiu ponuku konkrétneho ubytovania dostupnú online. Vyhľadávač indexuje vopred definované portály a stránky, z ktorých získava informácie o dostupnosti a cenách konkrétnych ubytovacích zariadení. Rezervácie sa uskutočňujú na týchto indexovaných stránkach, ktoré potom vyplácajú späťne províziu MSE alebo platia poplatky za reklamu. Príkladmi sú Tripadvisor.com, Trivago alebo Kayak.

Channel Management Systems – Nástroj na riadenie distribúcie alebo distribučných kanálov. Úprava cien, dostupnosti alebo iných podrobností jednotlivých distribučných kanálov môže byť časovo náročná, preto je vhodné používať nástroj, ktorý po pripojení distribuuje základné informácie jednotlivým portálom a následne sťahuje rezervácie z týchto portálov do centrálného prehľadu. Tieto údaje sa potom prepíšu do systému PMS.

Concierge aplikácie – V mnohých hoteloch je concierge nahradený samotnou recepciou alebo interaktívnymi aplikáciami, ktoré umožňujú hosťom spravovať služby a produkty alebo získať viac informácií o týchto službách. Podobne aj komunikácia s klientom prebieha prostredníctvom aplikácie, ktorá nevyžaduje priamy kontakt. Aplikácie Concierge sú úzko spojené s pobytom hosťa.

Aplikácie zamerané na podporu komunikácie s klientom – Komunikácia s klientom môže byť automatizovaná pred jeho príchodom a prostredníctvom webových aplikácií alebo samotných aplikácií pre smartfóny. Tieto aplikácie umožňujú správu rezervácií, iných služieb, registráciu alebo dokonca odomknutie ubytovacieho zariadenia a izby pomocou prideleného kľúča na princípe Bluetooth alebo NFC. Podobne sa môže hosť odhlásiť online check-out a všetku komunikáciu viesť online bez priameho kontaktu.