МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Кафедра международного туризма и менеджмента

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**ОСОБЕННОТИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ РАЗМЕЩЕНИЯ**

**VIP-ГОСТЯМ**

Работу выполнила \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Н.Б. Чачанидзе

Институт географии, геологии, туризма и сервиса

Направление подготовки 43.03.01 «Туризм», 2 курс ОФО

Научный руководитель

доцент, канд. геогр. наук \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.Г. Максименко‬‬‬

Нормоконтролер

доцент, канд. геогр. наук \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_А.Г. Максименко‬‬‬

Краснодар 2019

СОДЕРЖАНИЕ

|  |  |
| --- | --- |
| Введение……………………………………………………..…………………. | 3 |
| 1 Теоретические основы обслуживания клиентов в гостиничных комплексах…………………………………………………………………… | 5 |
| 1.1 Процесс обслуживания гостей в гостиничных комплексах ………. | 5 |
| 1.2 Категории гостей, подлежащие обслуживанию по типу «VIP» … | 11 |
| 2 Условия и методы обслуживания VIP гостей ………………..…...……. | 15 |
| 2.1 Требования к качеству обслуживания ......………………………… | 15 |
| 2.2 Стандарты общения персонала с VIP гостями | 18 |
| 3 Анализ деятельности гостиницы ««MarcoPoloPresnja» ……………….. | 25 |
| 3.1 Характеристика гостиницы «MarcoPoloPresnja» ………………….. | 25 |
| 3.2 Организационно-производственная структура отеля …………… | 26 |
| Заключение……………………………………………………………………. | 30 |
| Список использованных источников……………………………………….. | 32 |

ВВЕДЕНИЕ

Основой в обслуживании клиентов является служба приема и размещения. Она актуальна по причине высокого и быстрого уровня развития гостиничного бизнеса в целом. Данную службу можно назвать лицом гостиницы , от которой зависит эффективнсть работы гостиницы и ее заполняемость. Нельзя не заметить, что предоставление услуг размещения VIP-гостям – направление, являющееся очень прибыльным в сфере маркетинга. Иными словами, оно обеспечивает экономическую стабильность каждого отеля.

Целью данной работы является внедрение в саму технологию обслуживания VIP-клиентов и описание методов работы с VIP-гостями на примере гостиницы «MarcoPoloPresnja».

Для достижения данной цели были поставлены задачи:

* рассмотреть процесс обслуживания гостей в гостиничных комплексах;
* исследовать организацию обслуживания VIP-персон в гостиничных комплексах;
* рассмотреть общие сведения о гостинице «MarcoPoloPresnja».
* определить процесс организации обслуживания VIP-персон в гостинице «MarcoPoloPresnja».

Объектом данной работы являются гостиничные комплексы, в которых применяются программы обслуживания VIP-гостей.

При этом предметом данной работы является процесс организации обслуживания VIP-гостей в гостиничных комплексах. Так, VIP-гость – это индивид, имеющий какие-либо персональные привилегии в определенном отеле непосредственно по причине своей популярности или своего социального статуса.

Для решения поставленных задач был использован комплекс методов исследования: изучение литературы по теме исследования, аналитический обзор и выводы, анализ и другое.

Теоретической базой исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых, а так же материалы периодических изданий, и ресурсы сети Интернет.

Нормативно-правовую базу работы составили: Гражданский кодекс Российской Федерации, Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» , Закон Российской Федерации «Об основах туристской деятельности в России» , Правила оказания гостиничных услуг в Российской Федерации и другие.

Курсовая работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованных источников, включающего 31 наименований. Работа изложена на 34 страницах машинописного текста.

1 Теорет.ические ос.новы обслу.живания кл.иентов в гост.иничных ко.мплексах

* 1. Процесс обс.луживания госте.й в гостин.ичных комплексах

Про.цесс обслу.живания – это кр.итерии, необ.ходимые дл.я обеспече.ния результ.ативности с.истемы мене.джмента качест.ва, совоку.пность про.цедур и ка.ждодневных о.пераций, в.ыполняемых персо.налом и способст.вующих макс.имальному удовлет.ворению посет.ителей. Залогом ко.ммерческого ус.пеха гости.ничного пре.дприятия я.вляется уме.ние его вл.адельцев пре.дугадать л.юбое возмо.жное желан.ие потенци.ального кл.иента. В д.анной главе рассмотр.им основные о.перации в про.цессе обслу.живания госте.й в гостин.ичных комп.лексах. Слу.жбы гостин.ицы и их х.арактерист.ика Организ.ационная стру.ктура гост.иничного пре.дприятия о.пределяетс.я назначен.ием гостин.ицы, ее кате.горией, раз.мером номер.ного фонда, место.положением, с.пецификой госте.й и другим.и факторам.и. Она явл.яется отра.жением пол.номочий и об.язанностей, воз.ложенных н.а каждого ее р.аботника. Пр.и этом мож.но выделит.ь основные с.лужбы, имеющиеся в л.юбой гости.нице:

* административно-управленческая с.лужба;
* служба прие.ма и разме.щения;
* служба обслуживания но.мерного фо.нда;
* служба общест.венного пит.ания;
* коммерческая с.лужба;
* инженерно-техническая с.лужба;
* вспомогательные и до.полнительн.ые службы.

Административная с.лужба отвеч.ает за орг.анизацию у.правления все.ми службам.и гостинич.ного компле.кса, решает ф.инансовые во.просы, вопрос.ы кадрового обес.печения, з.анимается соз.данием и по.ддержанием необ.ходимых ус.ловий труд.а для персо.нала гости.ницы, контро.лирует соб.людение уст.ановленных нор.м и правил по о.хране труд.а, технике безо.пасности, прот.ивопожарно.й и эколог.ической безо.пасности [13].

Служба пр.иема и раз.мещения за.нимается ре.шением вопросо.в, связанн.ых с брониро.ванием номеро.в, приемом госте.й, прибыва.ющих в гост.иницу, их ре.гистрацией и р.азмещением по но.мерам, оказ.анием разл.ичных услу.г, а также от.правкой до.мой.

Служба обс.луживания но.мерного фо.нда обеспеч.ивает обслу.живание тур.истов в но.мерах, под.держивает необ.ходимое са.нитарное состо.яние номеро.в и уровен.ь комфорта, з.анимается о.казанием б.ытовых услу.г.

Служба общест.венного пит.ания обеспеч.ивает обслу.живание госте.й в рестор.анах, кафе и.ли барах гост.иницы, реш.ает вопрос.ы по орган.изации и обс.луживанию б.анкетов, презе.нтаций и т..д.

Состав слу.жбы: менед.жеры, повар.а, работни.ки кухни, а.дминистратор.ы зала и оф.ицианты за.ла и служб.ы банкетинга.

Коммерческая с.лужба зани.мается вопрос.ами операт.ивного и стр.атегическо.го планиро.вания, опт.имизацией пре.доставляем.ых услуг, а.нализирует состо.яние гости.ничного ры.нка и изуч.ает потреб.ности клие.нтов. Фина.нсовая слу.жба анализ.ирует резу.льтаты хоз.яйственной и ф.инансовой де.ятельности пре.дприятия.

Инженерно-техническая с.лужба созд.ает услови.я для функ.ционирован.ия санитар.но-техничес.кого обору.дования, э.лектротехн.ических устро.йств, служб ре.монта и стро.ительства, с.истем слаб.ых токов (те.левидение и с.вязь), систе.м кондицио.нирования и те.плоснабжен.ия [10].

Вспомогате.льные служб.ы обеспечи.вают процесс р.аботы гост.иничного ко.мплекса, пре.длагая услу.ги прачечно.й, портновс.кой, химчист.ки и др.

Процесс обс.луживания госте.й в гостин.ицах всех к.атегорий мо.жно предст.авить в ви.де следующ.их этапов:

* предварительный з.аказ мест в гост.инице (бро.нирование);
* прием, рег.истрация и р.азмещение госте.й;
* предоставление ус.луг прожив.ания и пит.ания (убор.ка номера);
* предоставление до.полнительн.ых услуг про.живающим;
* окончательный р.асчет и офор.мление выез.да.

Предварительный з.аказ мест, ре.гистрация пр.и поселени.и, расчет з.а проживан.ие и оказа.нные услуг.и, оформле.ние выезда про.исходит в с.лужбе прие.ма и разме.щения. Во м.ногих гост.иницах РФ эт.а служба и.меет англи.йское назв.ание «Reception». Служба пр.иема и раз.мещения яв.ляется пер.вым подраз.делением, с котор.ым знакомитс.я гость, пр.иезжая в гост.иницу. Впеч.атления, по.лученные от это.го знакомст.ва, во мно.гом формиру.ют отзывы госте.й о качест.ве обслужи.вания в це.лом. Основ.ными функц.иями служб.ы приема сч.итаются: бро.нирование мест в гост.инице, рег.истрация и р.азмещение тур.истов, офор.мление расчето.в при выез.де гостя, пре.доставление р.азличной и.нформации. Пр.и регистра.ции и офор.млении выез.да произво.дятся расчет.ы за прожи.вание в гост.инице и до.полнительн.ые услуги. Пр.и выписке про.веряют счет гост.я, уточняют все е.го расходы з.а время про.живания и пр.инимают оп.лату. Очен.ь важен ко.нтроль за в.ыездом, чтоб.ы не допуст.ить отъезд.а гостей, котор.ые не запл.атили по счету. Порт.ье отвечает з.а хранение и в.ыдачу ключе.й от номеро.в проживаю.щим по пре.дъявлении в.изитной карточ.ки. Кроме то.го, в службу пр.иема и раз.мещения часто обр.ащаются гост.и, чтобы по.лучить каку.ю-либо инфор.мацию или и.ную услугу. О.ператор ме.ханизирова.нного расчет.а (кассир) ко.нтролирует с.воевременну.ю оплату все.х видов ус.луг, получ.ает оплату з.а проживан.ие при нал.ичном расчете и сост.авляет кассо.вые отчеты д.ля бухгалтер.ии. Работн.ик паспорт.ного стола про.веряет дан.ные паспорт.а, правиль.ность их з.анесения в ре.гистрацион.ную карточ.ку, контролирует сро.ки действи.я виз [15].

Бронирование - пре.дварительн.ый заказ мест и но.меров в гост.инице. С это.го процесс.а начинаетс.я обслужив.ание госте.й. Брониро.ванием номеро.в занимаютс.я менеджер.ы отдела бро.нирования и.ли службы пр.иема и раз.мещения. И.менно в эт.и подразде.ления посту.пают заявк.и на брониро.вание от клиенто.в. И для гост.иницы, и д.ля гостя же.лательно, чтоб.ы номера б.ыли заброн.ированы зар.анее, и че.м раньше, те.м лучше [6].

Следующая ч.асть опера.ционного про.цесса рассе.ление - состо.ит в свою очере.дь из встреч.и, регистр.ации, вруче.ния ключа и со.провождени.я до номера.

Возможны д.ва вида встреч:

* в аэропорту и.ли на вокзале (на д.альних подсту.пах);
* около вход.а в гостин.ицу или в вест.ибюле (на б.лижних подсту.пах).

Встреча на д.альних подсту.пах позвол.яет до приб.ытия в гост.иницу позн.акомиться с госте.м, составит.ь или скорре.ктировать про.грамму обс.луживания р.ассказать о гост.инице и пре.доставление ус.лугах. В гост.иницах высо.кого класс.а гостей встреч.ает швейцар, котор.ый приветст.вует их у в.хода. В небо.льших гост.иницах гост.ь подходит к сто.йке службы пр.иема и раз.мещения, г.де его при.ветствует а.дминистратор. Про.цесс регистр.ации различ.ается в гост.иницах раз.личной кате.гории по вре.мени и качест.ву обслужи.вания, но и.нформация о госте вез.де одинако.вая. В гост.иницах, име.ющих автом.атизирован.ную систему, ре.гистрации про.ходит очен.ь быстро. Р.азличают д.ва типа кл.иентов, котор.ые прибыва.ют для рег.истрации. О.дни из них з.аранее забро.нировали мест.а в гостин.ице, другие – нет. Посе.ление в гост.иницу клие.нтов по бро.ни в автом.атизирован.ных гостин.ицах заним.ает нескол.ько минут. Пр.и предварите.льном заказе д.анные о кл.иенте уже из.вестны из з.аявки на бро.нирование. А.дминистратор уточ.няет номер з.аявки, выб.ирает необ.ходимый мо.дуль в ком.пьютерной с.истеме и про.изводит ре.гистрацию. Про.цесс регистр.ации госте.й без пред.варительно.го брониро.вания зани.мает больше вре.мени, иног.да до 5 ми.н. Кроме то.го, в процессе об.щения с госте.м нужно обсу.дить такие во.просы, как сто.имость номер.а, сроки р.азмещения, пор.ядок оплат.ы [11].

Все помеще.ния гостин.иц делятся н.а четыре ос.новные гру.ппы :

* жилые;
* административные;
* обслуживающие и по.дсобные.

Жилые: номер.а всех кате.горий и не.посредстве.нно связанные с ни.ми бытовые по.мещения.

Административные: вест.ибюль со все.ми входящи.ми в него по.мещениями и ко.ммуникациями админ.истративные к.абинеты.

Обслуживающие: по.мещения об.щественного н.азначения и об.щего пользо.вания (кино.концертные з.алы, музык.альные сало.ны, залы конфере.нций, пере.говоров).

Подсобные: хоз.яйственные и с.кладские по.мещения (бе.льевые и пр.ачечные, и.нвентарные и ре.монтные мастерс.кие, кладо.вые, склад.ы, мастерс.кие).

Гостиничн.ый номер в.ключает в себ.я почти все э.лементы жи.лища челове.ка (кроме ку.хни), здес.ь должно б.ыть место д.ля отдыха и с.на, работы, пр.иема госте.й [28].

В зависимост.и от степе.ни благоустро.йства, комфорт.ности, чис.ла комнат но.мера делятс.я на следу.ющие категор.ии:

* Многокомнатные номера (а.партаменты) об.ычно состо.ят из трех ко.мнат: спал.ьни, гости.ной, кабинет.а. Имеется м.ини-кухня, д.ва санузла. Но.мера-люксы состо.ят из двух ко.мнат (спал.ьни и гост.иной). Осн.ащены высо.кокачестве.нной гарнитур.ной мебель.ю и оборудо.ваны в соот.ветствии с требо.ваниями ме.ждународны.х стандарто.в.
* Дубль-номера пре.дставляют собо.й пары номеро.в, которые мо.гут быть сое.динены в о.дин через с.межную двер.ь.
* Стандартный но.мер - стан.дартное ос.нащение од.нокомнатны.х номеров з.ависит от к.атегории гост.иницы и до.лжно соответст.вовать требо.ваниям гост 50645 -.94 Классиф.икация гост.иниц.

Технология пр.иема госте.й и их засе.ление предус.матривает сле.дующие меро.приятия: Наличие в с.лужбе прие.ма компьютер.ной програ.ммы, в базе д.анных которо.й содержитс.я полная и.нформация о состо.янии номер.ного фонда все.х категори.й, паспорт.ные данные госте.й, а также бу.хгалтерска.я информация [9]. Наличие и.нформацион.ных листов, з.аполняемых н.а каждом этаже (шахматки). В шахматке отражаетс.я информац.ия о прожи.вающих на эт.аже, общее ч.исло занят.ых номеров, д.анные по пересе.лению из но.мера в номер, ч.исло госте.й, прожива.ющих в каж.дом номере, д.аты заездов [21]. Проведение убороч.ных меропр.иятий жило.го фонда гост.иницы и об.щественных помещений. Оформление з.аявок на с.воевременн.ый ремонт и л.иквидацию все.х неполадо.к в номера.х в инженер.но-техническую с.лужбу гост.иницы. Проведение о.пределенно.го вида убор.ки (генера.льной, пос.ле выезда гост.я, уборки заброниро.ванного но.мера). При выпол.нении убороч.ных работ обс.луживающий персо.нал обязан в.ыполнять требо.вания по с.анитарному со.держанию по.мещений гост.иницы [14].

Главная фу.нкция средст.в размещен.ия - предост.авление вре.менного жи.лья, а так.же услуг пит.ания и раз.влечения. Большие оте.ли управля.ются их упр.авляющими и гру.ппой испол.нительных д.иректоров (.менеджеров), к.аждый из котор.ых предста.вляет ключе.вые службы, т.акие как с.лужбы прие.ма и разме.щения, обс.луживания но.мерного фо.нда, питан.ия, маркет.инга [8].

Служба пит.ания гости.ницы, или п.ищевой ком.плекс гост.иницы, - это от.дельное стру.ктурное по.дразделение, которое воз.главляет Д.иректор, по.дотчетный у.правляющему оте.лем (Директору гост.иницы) [25].

Главным рас.порядителе.м и организ.атором все.й работы по по.дготовке и по обс.луживанию госте.й в рестор.ане являетс.я метрдоте.ль или рестор.анный мене.джер. Утро.м, придя н.а работу, метр.дотель про.веряет состо.яние торго.вых помеще.ний: качест.во проведе.нной уборк.и, наличие и ис.правность мебе.ли, оборудо.вания, офор.мления, ос.вещения и пр.инимает необ.ходимые мер.ы к устране.нию обнару.женных недост.атков или не.исправносте.й. Прежде че.м дать рас.поряжение оф.ициантам о сер.вировке сто.лов, он зн.акомится с з.аписями пре.дыдущей сме.ны, наличие.м предварите.льно принят.ых заказов н.а обслужив.ание. В тече.ние рабоче.го дня метр.дотель наб.людает, на.правляет и ко.нтролирует р.аботу офиц.иантов и дру.гих подчине.нных ему р.аботников. Пор.ядок в зале во м.ногом завис.ит от того, кто и к.ак встречает госте.й, как размещены посет.ители за сто.ликами. Поэто.му-то и пр.инято счит.ать правило.м: встретит.ь гостей и пр.игласить и.х к столу - об.язанность метр.дотеля [20].

Таким образом, именно клиентариентированность и в целом слаженная деятельность всех служб гостиницы в итоге помогает обеспечить обслуживание VIP-гостей и просто гостей наиболее продуктивным образом [17].

* 1. Категории госте.й, подлежа.щие обслуж.иванию по типу «VIP»

Отличительной чертой VIP-гостя является его потребность в повышенном уровне обслуживания, а также в стремлении приобрести дорогостоящие услуги и в высоком уровне платежноспособности. Надо учесть, что у всех VIP-клиентов завышенные ожидания [23].

Гостиничный бизнес привлекает к себе внимание не только крупных корпораций или муниципальных объединений, но и достаточно мелких компаний и даже частных предпринимателей. Десятилетняя эволюция европейского гостиничного бизнеса привела к появлению эмпирической пропорции: 60% постояльцев обслуживают крупные отели, 40% потока туристов - гарантированная доля малого гостиничного бизнеса. Особо важным является стимулирование клиентов, которое помогает сформировать базу постоянных клиентов и обеспечивает экономическую стабильность гостиницам. Стимулирование и поощрение является важным и необходимым на различных уровнях, включая и VIP-обслуживание [29].

В высококлассных отелях разработаны специальные инструкции для обслуживания VIP-клиентов (очень важные персоны). К ним относятся политические деятели, артисты, крупные бизнесмены и др. Эта категория клиентов требует повышенного внимания персонала отеля. Все ожидания гостя, сформированные пребыванием в лучших гостиницах города, должны быть реализованы. Любые мелочи, любые предметы обихода и даже документы, с которыми он сталкивается при оформлении, должны соответствовать высокому уровню европейского стандарта обслуживания [16].

При этом гостиница не ограничивает себя в ценовом диапазоне при выборе оборудования и предметов интерьера: все расходы будут учтены при формировании стоимости гостиничной услуги. VIP-клиенты доставляют много дополнительных хлопот администрации, но они всегда платят более высокую цену за предоставляемые услуги, их периодическое проживание в отеле автоматически повышает его имидж, значительно увеличивает доход и влияет на темпы развития отеля [27].

Проведение мероприятий по стимулированию лояльности VIP-клиентов гостиничных услуг предполагает личные и информационные взаимосвязи между малой гостиницей и потребителем посредством вовлечения последнего в деятельность отеля, чтобы вызвать у него психологически-эмоциональное чувство привязанности (индивидуальный подход с учетом вкусов гостя, его национальной специфики и т.п.). Кроме того, высококлассные гостиницы могут использовать множество других приемов по увеличению лояльности VIP-клиентов к отелям. Те предприятия гостиничной индустрии, которые уделяют работе с VIP-клиентами должное внимание, а для VIP-гостя очень важно: подчеркивание особой значимости; скорость обслуживания; демонстрация того, что в отеле понимают его статус, получают достаточно высокие прибыли, несопоставимые с затратами на проведение этой работы [18].

Стоит заметить , что обслуживание гостей в крупных предприятиях отличается от обслуживания в малых средствах размещения. Для примера рассмотрим обслуживание VIP-гостей в Кемпински Гранд отеле, Геленджик [31]. У них на сайте описаны специальные предложения, одним из которых является «леди в красном». Эта услуга представляет собой помошницу в решении любых задач, связанных с планированием и организацией дневных мероприятий. Бронирование театральных представлений и столиков в ресторанах, экскурсии по городу и трансферы, услуги няни и заказ цветов или подарков – «Леди в красном» позаботится обо всем необходимом.

Таким образом, становится видно, что крупные предприятия придусматривают более широкую клиентариентированность путем использования различных программ и специальных предложений. Так, скидки могут предоставляться в зависимости от частоты проживания в гостинице в течение года, количества дней проживания за какой-либо промежуток времени, перечисления предоплаты и т.д. При этом они могут быть разовыми, постоянными, накопительными, бонусными. В свою очередь , перечень услуг малых гостиниц более компактный, но это не сказывается на их качестве. Малые гостиницы имеют возможность уделять больше внимания качеству обслуживания клиентов, создавать необходимую домашнюю атмосферу, следить за желаниями и впечатлениями клиента, т.е. продукт малых гостиниц более мобилен и современен. Он приспосабливается под требования рынка и регулярно обновляется [30].

Особенности деятельности отеля, а также стоящие перед ним цели выдвигают принципиально новые требования к работникам – руководителям, специалистам, в части организации и содержания их подготовки и переподготовки [19].

При оценке качества гостиничных услуг потребитель сравнивает то, что ему предоставили, с тем, что он желал получить. Добиться от персонала умения и желания предоставлять услуги и гарантировать их высокое качество – далеко не такая простая задача, как это может показаться на первый взгляд. При предоставлении гостиничных услуг необходимо учитывать, что может вызвать недовольство гостя. Таким образом, в обслуживании не должно быть мелочей, которые делают пребывание гостя неприятным. Таковы общие особенности, принципы и стандарты обслуживания гостей на высшем уровне в гостиницах [22].

2 Условия и методы обслужива.ния VIP госте.й

2.1 Требования к качест.ву обслужи.вания

К приему V.IP-клиенто.в необходи.мо тщатель.но и заранее гото.виться. Отдел брон.ирования до.лжен провер.ить подтвер.ждение приб.ытия VIP-гост.я за день до е.го ожидаемо.го прибыти.я, чтобы убе.диться, что бро.нирование ост.алось в си.ле и не из.менились никакие дет.али брониро.вания.

Для этого необ.ходимо еще р.аз проверит.ь следующу.ю информац.ию:

* полное имя V.IP-клиента;
* занимаемая до.лжность/титу.л;
* название ко.мпании/конт.актная инфор.мация;
* количество персо.н;
* категории/тип но.мера;
* срок пребывания, а отеле;
* тариф прож.ивания;
* дата, врем.я прилете/.вылета, но.мер рейса и пр.;
* заказан ли тр.ансфер из аэро.порта;
* особые поже.лания/пред.почтения V.IP-клиента.

Удостоверившись в то.м, что запрос.ы VIР-госте.й точно со.впадают с д.анными по бро.нированию, от.дел брониро.вания подгот.авливает л.ист заезда V.IP-клиенто.в. Документ пере.дается под по.дпись руко.водителям все.х подразде.лений, ответст.венных за обс.луживание V.IP клиенто.в. На инфор.мационных дос.ках служб, з.адействова.нных в обс.луживании, до.лжна быть по.лная инфор.мация о спе.цифики и н.юансах обс.луживания то.го или ино.го важного гост.я. Полная и.нформация о пр.ибытии VIP персо.н в гостин.ицу касаетс.я, в перву.ю очередь т.аких подраз.делений ка.к служба р.азмещения, а.дминистрат.ивно-хозяйст.венной слу.жбы, отдел обс.луживания в но.мерах, кух.ня, служба безо.пасности [17].

Когда VIP-.гость брон.ирует номер по ф.аксу или те.лефону, он ср.азу же может в.ыразить те и.ли иные по.желания, котор.ые немедле.нно будут з.анесены в профайл гостинично.й программ.ы и, естест.венно, испо.лнены. В к.аждый после.дующий приез.д VIP-гост.я пожелани.я автоматичес.ки будут в.ыполняться без до.полнительн.ых напомин.аний. Поже.лания могут к.асаться настро.йки индиви.дуальной те.мпературы в но.мере, предост.авления до.полнительно.й подушки, до.полнительн.ых полотене.ц, минерал.ьной воды ко.нкретного про.изводителя. V.IP-гость мо.жет потребо.вать, напр.имер, не ст.авить в но.мер свежие ц.веты в связ.и с аллерг.ией и т.д. Ру.ководитель с.лужбы прие.ма и разме.щения регу.лярно провер.яет лист пр.ибытий так.их гостей и з.а день до з.аезда дают соот.ветствующие п.исьменные р.аспоряжени.я всем слу.жбам, котор.ые будут уч.аствовать в обс.луживании д.анных госте.й.

Обслуживание V.IP-гостей н.ачинается у.же в аэропорту. З.а VIP-госте.м высылаетс.я автомоби.ль предста.вительского к.ласса. VIP-.клиента об.язан встреч.ать предст.авитель от ру.ководства оте.ля. Необхо.димо провер.ить правил.ьность нап.исания име.ни гостя н.а табличке д.ля встреч в аэро.порту, Желательно при встрече вруч.ить VIP-кл.иенту букет ц.ветов. Далее гост.я сопровож.дают к маш.ине, провер.ив при это.м наличие все.го багажа. Ес.ли точное вре.мя прибыти.я VIP-гост.я в отель не.известно, с.лужба прие.ма и разме.щения сооб.щает всем от.делам, котор.ых это дол.жно касатьс.я, сразу, к.ак только гость пр.ибудет в оте.ль [4].

Перед приез.дом номера до.лжны быть соот.ветствующи.м образом пр.иготовлены. К.ак правило, по.д проживан.ие VIP госте.й отводятс.я номера в.ысшей кате.гории. Это но.мера большо.й площади, с нес.колькими р.азличными по н.азначению ко.мнатами, нес.колькими с.анузлами. Ч.асто в сост.ав таких но.меров вход.ит кухонное по.мещение с соот.ветствующи.м оборудов.анием. Хоз.яйственный от.дел должен с.набдить ко.мнату пред.метами особо.го внимани.я к гостю [24].

Такими пре.дметами, в до.полнение к то.му, что было сказано в.ыше могут я.вляться:

* сувениры с с.имволикой гост.иницы;
* фирменные по.дарочные ко.мплекты оде.жды и аксессуаро.в с логоти.пом отеля;
* папки и ка.нцелярские пр.инадлежност.и с логоти.пом гостин.ицы и др.

Флористы поз.аботятся об у.крашении но.мера цвета.ми. Это мо.жет быть о.дна роза и.ли композиции из цвето.в разных р.азмеров.

Если гость ост.ановился в гост.инице на мес.яц и более, то в пер.иод его про.живания од.ин раз в д.ве недели в е.го номере сер.ви­руют раз.ные подарк.и (amenities), каждый р.аз увеличи.вая прести.ж­ность и з.начимость по.дарка. Опис.ания всех по.дарков нахо.дится на печ.атном носите.ле у работ.ников служб.ы RoomService и у менед.жера VIP-эт.ажа и имеют ст.андартный в.ид. На каж.дом бланке об.язательно у.казывается н.а­звание по.дарка, даетс.я его фото.графия, ук.азывается место сер.ви­ровки, по.дробный сост.ав продукто.в в грамма.х для боль.ших блюд, сто.имость под.арка (amenity). Бланк и.меет две по.дписи: мене.джера служб.ы RoomService и менеджер.а службы п.итания.

Номера, пр.иготовленн.ые для прие.ма VIP-госте.й, должны б.ыть безукор.изненно убр.аны и чист.ы. Горничн.ые должны б.ыть хорошо обуче.ны правила.м уборки т.аких помеще.ний. Логич.но поручат.ь уборку но.меров, зан.имаемых VI.P гостями, н.аиболее от.ветственным и о.пытным гор.ничным.

Помимо осно.вной уборк.и, за таки.ми номерам.и в течение все.го дня уст.анавливаетс.я «специальное наблюдение». К.ак только гост.ь покидает но.мер, горнич.ная стараетс.я попасть в не.го, чтобы про.извести экс.пресс- убор.ку.

Желательно до воз.вращения гост.я очень быстро продел.ать следую.щую работу:

* поменять полоте.нца (если необ.ходимо);
* проветрить по.мещение;
* вынести мусор;
* привести в пор.ядок пепел.ьницы;
* протереть с.антехничес.кое оборудо.вание;
* обработать по.мещение ос.вежителем воз.духа.

Количество т.аких уборок не ре.гламентируетс.я.

В высококл.ассных оте.лях уборка в но.мерах произ.водится утро.м и вечеро.м. Если гост.ю требуетс.я дополните.льная убор.ка всего но.мера, ванно.й комнаты, от.дельно посте.ли, замена по.лотенец - все это бу.дет сделано д.ля него без до.полнительно.й оплаты.

В приветст.венном пис.ьме категор.ически недо.пустимо не.правильное н.аписание и.мени гостя. В это.й работе в.ажно даже то, к.аким цвето.м чернил н.аписано пос.лание. К пр.имеру, надо з.нать, что д.ля предста.вителей аз.иатских стр.ан нельзя офор.млять инфор.мацию крас.ным цветом, т.ак как тако.й цвет испо.льзуется для написан.ия извести.й о смерти.

На приветст.венных пос.ланиях к гост.ям должен пр.исутствоват.ь логотип отеля.

Завершать т.акие посла.ния желате.льно фразо.й, приглаш.ающей гостя в.новь посет.ить отель.

Каждая слу.жба размещ.ает в номере необ.ходимые дл.я приема V.IP-клиенто.в предметы в соот.ветствии с эт.алонными фото.графиями, котор.ые есть в с.лужбах нар.яду с текстовыми матер.иалами и пособ.иями.

Все номера д.ля VIP-госте.й должны б.ыть провере.ны руководст.вом до приезда высоко.поставленн.ых гостей.

В течении все.го срока про.живания ко.мнаты VIP-.гостей регу.лярно провер.ятся руково.дством в це.лях поддер.жания высо.ких стандарто.в обслужив.ания.

Обслуживать V.IP-клиента об.язательно необ.ходимо на в.ысшем уров.не, ведь и.менно клие.нты такого ро.да могут соз.дать репут.ацию отелю [5].

2.2 Стандарт.ы общения персо.нала с VIP гост.ями

Профессиональная эт.ика - это со.вокупность мор.альных нор.м, которые о.пределяют от.ношение че.ловека к с.воему професс.иональному до.лгу. Нравственные к.ачества работ.ника рассм.атриваются к.ак один из ос.новных эле.ментов его професс.иональной пр.игодности. У.мение общат.ься с людь.ми являетс.я самым ва.жным и необ.ходимым качест.вом для работника индустр.ии гостепр.иимства.

Подлинный професс.ионализм о.пирается н.а такие мор.альные нор.мы, как до.лг, честност.ь, требовате.льность к себе и ко.ллегам, от.ветственност.ь за резул.ьтаты свое.го труда.

В гостинич.ном бизнесе у.мению общат.ься с клие.нтами удел.яется особое в.нимание. Вес.ь персонал, в пер.вую очеред.ь те работ.ники, котор.ые постоян.но общаютс.я с клиент.ами, прохо.дят специа.льное обуче.ние: персо.нал учат, к.ак общатьс.я с разным.и клиентам.и, говорит.ь по телефо.ну, выслуш.ивать жалоб.ы и т.п. От.дельно для к.аждой кате.гории персо.нала (для с.лужбы прие.ма, бармено.в, официанто.в) разрабат.ываются по.дробные инстру.кции, в котор.ых поэтапно о.писана их р.абота (напр.имер, подо.йти, улыбнут.ься, поздоро.ваться, пре.дложить напитки и т..д.).

Из общих пр.авил для персонала в.ыделим сам.ые важные:

* работник оте.ля должен б.ыть всегда гото.в оказать к.лиенту услу.гу тогда, ко.гда эта ус.луга нужна к.лиенту, а не то.гда, когда это у.добно работ.нику;
* работник до.лжен демонстр.ировать поз.итивное от.ношение к к.лиенту: по.казывать у.важение, вест.и беседу безу.коризненно ве.жливо, дру.желюбным то.ном, ни в кое.м случае не по.вышая голос.а, не выказ.ывать свое.го неудово.льствия, ес.ли, например, к.лиент прихо.дит в само.м конце его р.абочего дн.я, сохранят.ь выдержку со вз.дорными, а.грессивным.и, бестолко.выми, пьян.ыми клиент.ами, всячес.ки демонстр.ировать кл.иенту, что сотрудник оз.абочен его проб.лемой;
* работник оте.ля должен у.лыбаться к.лиенту, по.ддерживать поз.итивный ко.нтакт глаз.ами. В раз.говоре с гост.ями использо.вать соответст.вующие фраз.ы («доброе утро»; «.конечно, я с у.довольствие.м сделаю это» и т..п.);
* нужно умет.ь тактично и.нформироват.ь клиента и сооб.щать ему д.аже неприят.ные новост.и, например, о том, что к.лиент должен доплат.ить некотору.ю сумму;
* ни один р.аботник оте.ля не имеет пр.ава спорит.ь с гостем, д.аже по пуст.якам; если к.лиент сооб.щает что-н.ибудь работ.нику, то пос.ледний дол.жен продемо.нстрироват.ь максимал.ьное желан.ие понять к.лиента, ки.вать голово.й, вставлят.ь слова «по.нятно», «хоро.шо», а есл.и ему не оче.нь понятно же.лание клие.нта, то за.давать вопрос.ы типа «ес.ли я вас пр.авильно по.нял, вы хот.ите...».

Проблемы к.лиента нуж.но решать б.ыстро и безот.лагательно. Р.аботник гост.иницы долже.н сделать все воз.можное, чтоб.ы как можно б.ыстрее успо.коить гост.я. Если работ.ник не может с.ам решить проб.лему, он до.лжен напра.вить клиент.а (а лучше со.проводить е.го) к мене.джеру, котор.ый способе.н решить во.прос. В тече.ние 20 мин с.ледует поз.вонить по те.лефону и убе.диться, что проб.лема разре.шена, а гост.ь доволен. Ну.жно сделат.ь все возмо.жное, чтоб.ы в дальне.йшем не потер.ять гостя к.ак клиента.

Каждый работник гост.иницы долже.н:

* демонстрировать у.веренность и ко.мпетентност.ь и соответствовать о.жиданиям к.лиента;
* практиковать обс.луживание типа «на рассто.янии трех ш.агов»;
* обеспечивать в.ыполнение ст.андартов н.а той долж.ностной позиции, котору.ю он заним.ает;
* знать запрос.ы внутренн.их и внешн.их потребите.лей (други.х сотрудни.ков и госте.й) и поэто.му уметь пре.доставить и.м продукты и ус.луги, котор.ые те ожид.ают. Для учет.а конкретн.ых запросо.в гостей с.ледует пол.ьзоваться с.пециальным б.локнотом;
* понимать кру.г порученн.ых ему обяз.анностей и з.адач, опре.деленных в каждом стр.атегическо.м плане;
* постоянно в.ыявлять не.достатки, котор.ые он замеч.ает в отеле, и принимать мер.ы к их устр.анению;
* нести ответст.венность з.а обеспече.ние максим.ального уро.вня чистот.ы.

Необходимо обес.печить абсо.лютную наде.жность выпо.лнения поже.ланий клие.нта, в особе.нности так.их, как побу.дка в желае.мое время.

Существуют и о.пределенные ст.андарты госте.приимства, котор.ым должны с.ледовать р.аботники гост.иницы, в ч.астности:

* запоминат.ь имена госте.й, их привыч.ки, любимые н.апитки;
* по возмож.ности удел.ять всем к.лиентам од.инаковое в.нимание, т.ак как все к.лиенты рав.ны вне зависимости от и.х внешнего в.ида;
* помнить пр.авила: Гость всегд.а прав, гост.ь всегда до.лжен быть до.волен; гост.ь является с.амым важны.м лицом в гост.инице неза.висимо от то.го, присутст.вует ли он л.ично, обра.щается в письменном в.иде или по те.лефону; Гость являетс.я живым че.ловеком со с.воими предр.ассудками и о.шибками, а не пре.дметом сухо.й статисти.ки; гость я.вляется неотъе.млемой част.ью бизнеса, а не посторо.нним лицом. О.н – главная пр.ичина, по которой тру.дится весь персо.нал.

Что нельзя делать сотруднику отеля по отношению к гостю:

* показывать к.лиенту, нра.вится он в.ам или нет;
* читать кл.иенту нравоуче.ния;
* расспрашивать гост.я о личной ж.изни;
* прислушив.аться к раз.говорам кл.иентов;
* высказыват.ь свое мне.ние без соот.ветствующего пре.дложения к.лиента;
* обсуждать с к.лиентами вопрос.ы политики и ре.лигии;
* ругаться с коллегами в пр.исутствии к.лиентов;
* показыват.ь свое неодобрение нетрез.вому клиенту;
* разговари.вать с кол.легой, ког.да клиент ж.дет.

Недопустимы по.пытки вымо.гательства персо.налом чаев.ых. Так, пр.ямым канди.датом на у.вольнение мо.жет стать нос.ильщик, требу.ющий плату з.а исполнен.ие своих пр.ямых обяза.нностей — пере.носку веще.й постояль.цев. У гор.ничных ино.гда возник.ает соблаз.н прихватит.ь что-нибу.дь из номер.а. Однако к.лиенты, а особе.нно иностр.анцы, очен.ь не любят, ко.гда хозяйн.ичают на и.х территор.ии, и за кусоче.к шоколада и.ли апельси.н можно по.платиться рабочим место.м.

Прежде чем пере.йти к обслу.живанию сле.дующего кл.иента, необ.ходимо спрос.ить у пред.ыдущего кл.иента, не нужно л.и ему еще что-.либо.

Надо всегд.а предлагат.ь клиенту в.ыбор из нес.кольких возмож.ных варианто.в услуги.

С детьми н.адо общатьс.я вежливо, но не так формаль.но, как со взрос.лыми.

С инвалида.ми нельзя р.азговариват.ь покровите.льственно, гро.мко. Если о.ни плохо с.лышат или не по.нимают, обр.ащаться необ.ходимо име.нно к ним, а не к со.провождающ.им.

При разговоре по те.лефону необ.ходимо соб.людать пра.вила этикета:

* отвечать не поз.же чем через тр.и телефонных звонк.а и всегда с у.лыбкой;
* представит.ься, назва.в свой оте.л ь (или службу оте.ля) и свою ф.амилию;
* если нет воз.можности ср.азу ответит.ь звонивше.му, необхо.димо попрос.ить его перез.вонить или з.аписать его но.мер телефо.на;
* не застав.лять клиента ждать и.нформации бо.лее 45 с;
* если на от.вет требуетс.я больше вре.мени, следует с.просить кл.иента, сог.ласен ли о.н подождат.ь или с ним н.адо связат.ься позже;
* не слушат.ь разговор.ы по телефону ме.жду другим.и людьми;
* по возмож.ности не пере.адресовыват.ь звонки.

Сотрудник до.лжен чувст.вовать себ.я послом с.воего отел.я. Он долже.н быть макс.имально инфор.мирован об оте.ле, его ус.лугах, рас.положении с.лужб, проце.дурах заказ.а, меню в рестор.ане и т.д., чтоб.ы ответить н.а вопросы госте.й. Следует все.гда говорит.ь о деятел.ьности свое.го отеля то.лько полож.ительно, н.икаких отр.ицательных ко.мментариев, все.гда подчер.кивать пре.имущества своего отел.я перед ко.нкурентами.

Вместо того чтоб.ы просто сооб.щить гостю, г.де находитс.я то или и.ное помеще.ние, следует про.водить его ту.да. Если гост.ь выразил же.лание приобрест.и что-нибу.дь съестное, е.му следует ре.комендоват.ь воспользо.ваться внутре.нними точк.ами по про.даже еды и н.апитков, а не н.аправлять е.го в другие стру.ктуры.

Создать бл.агоприятну.ю среду дл.я работы по.может лозу.нг: «Мы ле.ди и джент.льмены, котор.ые обслужи.вают други.х леди и д.жентльмено.в»; он рож.дает гордост.ь за свою професс.ию.

Одним из атр.ибутов, поз.воляющих су.дить о качест.ве гостини.цы, являетс.я внешний в.ид обслужи.вающего персо.нала. Гост.иница, работ.ники которо.й имеют сво.ю фирменну.ю одежду, объе.диненную ф.асоном, цвето.м, отделко.й и различ.ительными з.наками, ост.авляет приятное в.печатление у к.лиента.

При этом же.лательно, чтоб.ы форма те.х работнико.в, которые не.посредстве.нно не конт.актируют с к.лиентами, от.личалась от фор.мы тех, кто эт.и контакты осу.ществляет. Это об.легчает контро.ль за работ.никами.

Униформа до.лжна быть безу.пречной, обу.вь начищен.ной, на бейдже должны быт.ь четко на.писаны имя и ф.амилия работ.ника.

Внутрифирменные пр.авила стро.го регулиру.ют внешний в.ид: аккурат.ная причес.ка, аккурат.ные руки, м.инимум укр.ашений у же.нщин. Не до.пускается з.апах лука, чесно.ка и тем бо.лее пота.

Внешний ви.д персонал.а является о.дним из фа.кторов, фор.мирующих и.мидж гостиницы.

Таким образом, VIP-клиенты доставляют администрации много хлопот, но они платят и более высокую цену за обслуживание. Их периодическое проживание в отеле повышает его имидж, существенно увеличивает доход и влияет на развитие заведения.

Организация качественного обслуживания VIP-клиентов предполагает особое отношение к уборке номеров, манере обращения с гостями и т.д. Чтобы обеспечить VIP-клиенту прием и сервис на высоком уровне, необходим квалифицированный персонал [20].

3 Анализ деяте.льности гост.иницы

3.1 Характеристика гост.иницы «MarcoPoloPresnja»

Отель носит и.мя знаменито.го путешест.венника Мар.ко Поло. Этот б.листательн.ый итальяне.ц более 20 лет путе.шествовал по все.му миру, ст.ара­ясь сое.динить Зап.ад и Восто.к. Следуя это.й идее, гост.иница "Мар.ко Поло Прес.ня" вносит с.вой вклад в стро.ительство мост.а между За.падом и Восто.ком, делая все, чтоб.ы путешест.вие в Моск.ву было нез.абываемым, ко.мфортным и безо.пасным, со.храняя чувство до.ма вдали от ро.дины.

Гостиница «.Марко Поло Прес.ня», небольшо.й четырех з.вездочный оте.ль, располо.женный в т.иши Патриар.ших прудов в с.амом центре Мос.квы, сочет.ает в себе безу.пречный евро.пейский сер.вис и русс.кое гостепр.иимство. З.десь царит ат.мосфера до.машнего уют.а, позволя.ющая гостям чувство.вать се­бя к.ак дома.

Гостиница «.Марко Поло Прес.ня» это биз.нес- отель, в ос.новном она н.а­целена н.а бизнес тур.истов, поэто.му там соз.даны все необ.ходимые ус.ловия для де.ловых поез.док. Главно.й целью гост.иницы являетс.я создание м.акси­мально ко.мфортных ус.ловий для госте.й, имея пр.и этом приемлимые цены для к.аждой категории гра.ждан.

Услуги, предост.авляемые в гост.инице:

* ресторан «.Марко Поло» с Европейс.кой и Русс.кой кухней
* кафе «Дон Пе.дро»
* открытая лет.няя террас.а
* лобби-бар
* Wi-Fi на всей терр.итории оте.ля
* номера для не.курящих
* зал для ко.нференций- до 150 чел.
* комната для перего.воров- до 1.2 чел.
* бизнес-центр
* автотранспорт
* прачечная, х.имчистка
* оздоровительный це.нтр
* выставка-продажа к.артин и су.вениров
* заказ билето.в в театр, э.кскурсии
* заказ авиа- и ж/.д билетов
* обмен валют.ы

Номерной фо.нд гостини.цы состоит из: ве.ликолепно обустрое.нных 70 но.меров, из котор.ых 30 стан.дартных но.меров, 20 у.лучшенных (Superior) номеров, 8 полулюксов «Джейн», 4 л.юкса «Марко По.ло», 1 люкс «Губернаторс.кий», 1 лю.кс Мэра.

3.2 Обслуж.ивание VIP-.гостей в гостинице «.Марко Поло Прес.ня»

В гостинице «.Марко Поло Прес.ня» обслуж.ивание VIP-.гостя начи.нается уже в аэро.порту. За V.IP-гостем в.ысылается а.втомобиль пре.дставительс.кого класс.а. VIP-клие.нта обязан встреч.ать предст.авитель от ру.ководства оте.ля. Далее гост.я сопровож.дают к маш.ине, провер.ив при это.м наличие все.го багажа. Ес.ли точное вре.мя прибыти.я VIP-гост.я в отель не.известно, с.лужба прие.ма и разме.щения сооб.щает всем от.делам, котор.ых это дол.жно касатьс.я, сразу, к.ак только гост.ь прибудет в оте.ль.

После приб.ытия VIP-гост.я в отель, ш.вейцар, вы.гружая баг.аж гостя, сооб.щает о его пр.ибытии в кро.шечный микрофо.н, замаскиро.ван­ный в ворот.ничке унифор.мы. Это особе.нно важно д.ля встречи V.IP-гостей. Ш.вейцар обяз.ан при­ветст.вовать и н.азывать VI.P-клиентов по и.мени. Это с.лышат со­тру.дники Reseption. Таким обр.азом, они у.же подгото.влены к пр.иветствию V.IP-гостя по и.мени. Гост.ям очень пр.иятно, ког.да они слы.шат свое и.мя. Улыбчи.вая девушк.а или моло.дой челове.к за стойко.й ресепшен встречают гостя со с.ловами: «М.ы очень ра.ды видеть В.ас в нашем оте.ле!», «Вы самый луч.ший гость д.ля нас!».

При заезде в гост.иницу Марко По.ло VIP-клие.нту облегч.ают процедуру ре.гистрации. V.IP-клиенту пре.доставляетс.я право за.полнить ре.ги­страцио.нные формы у сто.йки ресепшен или в хол.ле отеля, и д.аже в номере в с.покойной обст.ановке.

Администрация н.ашего отел.я заранее гото.вится к их встрече, пос.ылает в ко.мнату шамп.анское, фру.кты, цветы, ор.ганизует до.полнительну.ю систему безо.пасности, пре.длагает до.полнительн.ые услуги, ор.иентировоч.ный перече.нь которых з.ависит от ф.антазии ру.ководства з.аведения и и.ндивидуальных пре.дпочтений к.лиента.

Необходи­мо по пр.ибытии орг.анизовать со.провождение V.IP-клиента в но­.мер. Обычно это я.вляется об.язанностью ру.ководителя с.лужбы прие.ма и разме.щения. В ис.ключитель­.ных случая.х при заез.де сверхва.жной персо.ны организуетс.я эс­корт в но.мер VIP-гост.я во главе с ге.неральным ме.неджером оте­.ля. В номере гост.ю четко и б.ыстро инфор.мируют о то.м, какие у.добства и обору.дование име.ются в номере и к.ак ими пол.ьзоваться. З.атем сопро.вождающий же.лает гос­т.ю приятного преб.ывания в оте.ле, еще раз н.азывает свое и.мя, должност.ь, контакт.ный телефо.н и предла.гает присл.ать челове­.ка, который поможет р.аспаковать б.агаж.

В ресторане «MarcoPolo» VIP-клиенту мо.гут готовит.ь блюда по и.ндивидуаль.ному заказу с по.дачей прямо в но.мер, предост.авлять пов.ышенный уро.вень комфорт.а номеров, что в.ыражается в соот.ветствующе.м оформлен.ии номера, ос.нащенности е.го теле-, в.идеоаппаратурой и дру.гой технико.й.

Во время про.живания VI.P-персон в гост.инице Марко По.ло Пресня н.икогда не з.абывают об и.х особых по.желаниях и пре.дпочтениях. По.желания кл.иентов быв.ают иногда вес.ьма оригин.альными, а поро.й и странн.ыми. В оте.ле ведется учет пре.дпочтений все.х по­стоян.ных или особо в.ажных госте.й. Отель ст.арается ма.ксимально у.довлетворит.ь потребност.и клиен­то.в, если это не выходит з.а рамки разу.много и не дост.авляет не­у.добства дру.гим гостям, а т.акже не вред.ит сотрудн.икам отеля.

К примеру, о.дин гость хочет, чтоб.ы каждый де.нь на его по­.душке лежа.ло зеленое яб.локо – в это.м нет ника.кой пробле.мы для гост.иницы. Дру.гой гость же.лает, чтоб.ы в его но.мер был дос­т.авлен конь.як пятидес.ятилетней в.ыдержки, з.а который о.н готов рас.платиться. Дост.ать такой ко.ньяк будет с.ложно для гост.ини­цы, но воз.можно. Трет.ий гость хоте.л бы, чтоб.ы в его но.мере ус­та.новили нес.колько тре.нажеров, в.ключая бего.вую дорожку. Чет­.вертый гост.ь предпочит.ает видеть у себ.я в спальне 11 бе.лых ли­лий. П.ятый просит зер.кало в пол.ный рост и т. д. Все это требует о.пределенны.х усилий д.ля персона.ла гостиницы, но в.ыполнить это ре.ально.

Если день ро.ждения клие.нта выпадает н.а период про.жива­ния в н.ашем отеле, сотру.дники удел.яют ему ма.ксимум вни.ма­ния. Ка.к правило, это соб.ытие сопро.вождается поз.дравлениям.и и вручен.ием подарко.в (цветы, п.ирог, торт со с.вечами, набор шо.коладных ко.нфет, суве.ниры и т. д.). В этот де.нь необход.имо особен.но дать по.нять гостю, что о не.м заботятс.я, как в ро.дном доме. Но.мер гостя с.набжается поздр.авительной от.крыткой.

Менеджеры оте.ля «MarcoPoloPresnja», и.меют широк.ий кругозор, и я.вляются все­сторо.нне развит.ым. Понятно, что не.возможно об.ладать дет.аль­ными з.наниями по все.м отраслям хоз.яйства. Но, гото.вясь к пе­ре.говорам по по.воду возмо.жного прож.ивания в гост.инице VIP-.клиента, ме.неджеры гост.иницы узна.ют деятель.ность ожид.аемого гост.я и изучают не.которые во.просы его професс.ии. Эти зн.ания во мно.гом помо­гут з.авязать и по.ддержать р.азговор, р.асположить к себе к.лиента, а з.атем убедит.ь его оста.новиться име.нно в этой гост.инице.

Сотрудники все.х смен в гост.инице обла.дают точно.й информац.ией обо все.х прибытия.х, продлен.иях срока про.жива­ния и, конечно же, отъез.дах VIP-госте.й.

При отъезде гостя дежурный менеджер проверяет все детали оплаты за проживание и оказанные VIP-клиенту ус­луги гостиницы, учесть все скидки. Так же, заблаговремен­но уточняет время выезда гостя из отеля для своевременного за­каза транспорта. И контролирует, чтобы багаж кли­ента был спущен вниз заранее, то есть сделать все, чтобы гость не волновался перед отъездом. При отъезде VIP-гостя благодарят за пребывание в отеле и желают вновь сюда вернуться.

Обслуживание VIP-гостей в гостинице «MarcoPoloPresnja», вполне подходит под требования, предъявляемые к обслуживанию такого рода гостей. Поэтому данную гостиницу посещает все больше и больше особо важных персон.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В соотвтствии с постевленными во введении целью и задачами, проанализировав особенности технологии услуг размещения, в работе были закрепленны и выделены основные моменты по обслуживанию VIP-клиентов.

В этой курсовой работе рассказывалось о технологии обслуживания VIP-гостей в гостинице. В первой и во второй главе данной работы, дается определение VIP-клиенту и охарактеризовывается данный тип клиента, рассказывается о правилах поведения и общения персонала с клиентом, и так же требования, которые необходимо соблюдать, если гостиница принимает у себя важного гостя.

В третьей главе все полученные знания систематизируются и показываются на примере гостиницы «MarcoPoloPresnjaHotel», рассказывается как же обслуживание VIP-гостей происходит в данной гостинице.

Каждый отель считает за честь принять у себя известного во всем мире человека. Прием такого лица является самой лучшей рекламой для отеля. VIP-гости существенно влияют на успех отеля. Сообщения о пребывании особо важной персоны в той или иной гостинице попадают в СМИ, на телевидение. Таким образом, повышается рейтинг отеля. В книге почетных гостей VIP-клиенты часто оставляют свои положительные отзывы о проживании в отеле. Рекламный буклет или проспект гостиницы часто начинается с перечисления высокопоставленных людей, которые посещали данную гостиницу. В общественных помещениях гостиницы можно видеть фотографии знаменитых людей во время их пребывания в данном отеле. VIP-клиенты помогают отелю привлекать других клиентов, тем самым способствуя процветанию бизнеса. Часто гостиницы идут на большие уступки в цене на свои услуги для особо почетных гостей, понимая что, обслуживая таких людей, гостиница выигрывает в плане своего престижа и имиджа.

Так, соблюдая все требования и правила, предъявляемые к обслуживанию VIP-гостей, будет повышаться рейтинг отеля. Оказывая должное внимание таким гостям, им будет хотеть вернуться в отель снова, а тогда он, из статуса «особо важной персоны», перейдет в статус постоянного клиента, что будет залогом успешного процветания гостиницы. Поощрительная политика гостиницы выведет гостиницу на новый уровень, привлечет новых гостей и удержит старых. Таким образом, можно сделать вывод, что все рекомендации и мероприятия по совершенствованию обслуживания VIP-клиентов в первую очередь будут способствовать увеличению конкурентоспособность предприятия на рынке гостиничных услуг и позволят укрепить свои позиции среди гостиниц. Вовторых, с улучшением качества обслуживания увеличивается рост постоянных гостей и VIP-клиентов, что приводит к увеличению прибыли. В-третьих, персонал будет испытывать удовлетворение от работы с VIP-гостями, от правильной организации трудовой деятельности, что приведет к уменьшению текучести кадров.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30 ноября 1994 г. №51-ФЗ (Ч. I) (с изм. от 9 марта 2016 г. 60-ФЗ) // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1994. – 32. – ст. 3301; Российская газета от 11 марта 2016 г. №51.   [Электронный ресурс] // СПС КонсультантПлюс:  – Режим доступа: http://consultant.ru/. – Дата обращения 09.03.2019.
2. Закон РФ «О защите прав потребителей» (закон о правах потребителя) от 07.02.1992 №2300-1 (с изм. от 13 июля 2015 г. №233-ФЗ)..  [Электронный ресурс] // СПС КонсультантПлюс:  – Режим доступа: http://consultant.ru/. – Дата обращения 09.03.2019.
3. Постановление Правительства РФ от 25.04.1997 490 (ред. от 13.03.2013) «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации»  [Электронный ресурс] // СПС КонсультантПлюс:  – Режим доступа: http://consultant.ru/. – Дата обращения 09.03.2019.
4. Артёмова Е.Н. Основы гостеприимства и туризма / Е.Н. Артемова , В.А. Козлова. – Орёл: ОрёлГТУ, 2005.
5. Агамирова Е.В. Управление персоналом в туризме и гостинично-ресторанном бизнесе / Е.В. Агамирова – М.: Пресс, 1994
6. Аванесова Г.А. Туризм, гостеприимство, сервис: словарь-справочник / Г.А. Аванесова. – М.: Аспект Пресс, 2012
7. Балашова Е.А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса/ Е.А. Башалова – М.: ООО «Вершина», 2005.
8. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство: организация, управление, обслуживание / С.И. Байлик. – Киев: Альтерпресс, 2002.
9. Брашнов Д.Г. Основы индустрии гостеприимства / Д.Г. Брашнов, Е.В. Мигунова – М.: Академия , 2010.
10. Бреев Б. А. Развитие сферы гостиничных услуг / Б.А. Бреев. – М.: Поли-пресс, 2004.
11. Ван Дер Ваген Л. Гостиничный бизнес / Л. Ван Дер Ваген. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2001.
12. Гаранина Е.Н. Клиенто-ориентированная концепция конкурентоспособности гостиниц / Е.Н. Гаранина // Вестник РМАТ. – 2015. – №1. – С. 86–97.
13. Гвозденко А.А. Гостиничный и туристский бизнес / А.А. Гвозденко – М.: Тандем, 1998.
14. Ёхина М.А. Пособие для студ. сред.проф. образования / М.А. Ёхина.  – М.: Академия, 2008.
15. Зорин И.В. Туристический бизнес и гостиничное хозяйство / И.В. Зорин. – М.: Финансы и статистика, 2005.
16. Индина Т.А. VIP-клиент: миссия выполнима-нюансы и тонкости обслуживания / Т.А. Индина // Business Class. – 2012. – С. 23–25.
17. Каурова А.Д. Организация сферы туризма / А.Д. Каурова. – М.: СПб.: Издательский дом Герда, 2004 г.
18. Кусков А.С. Гостиничное дело Учебное пособие / А.С. Кусков – М.: Дашков и Ко, 2009.
19. Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания / И.Ю. Ляпина. – М.: ПрофОбрИздат, 2001.
20. Леснико А.Л. Организация и управление гостиничным бизнесом / А.Л. Леснико. – М., 2002.
21. Медлик С. Гостиничный бизнес / С. Медлик, Х. Инграм. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
22. Михайличенко А. VIP-обслуживание / А. Михайличенко // Весь мир , 2009. – С. 34–37.
23. Потапова С.А. Гостиничная индустрия / С.А. Потапова. – М.: МИЭМП, 2008.
24. Радченко А. Отдыхать, так с комфортом! / А. Редченко // Туризм, 2009. – С. 23–25.
25. Тимохина Т.Л. Организация приема и обслуживания туристов / Т.Л. Тимохина – М.: Пресс, 2010.
26. Уокер Д. Введение в гостеприимство / Д. Уокер – М.: Юнити, 2002.
27. Филипповский Е.Е. Экономика и организация гостиничного хозяйства / Е.Е. Филипповский, Л.В. Шмарова. – М.: Финансы и статистика, 2005.
28. Ходорков Л.Ф. Мировое гостиничное хозяйство / Л.Ф. Ходорков. – М.: ВКШ по иностранному туризму, 1991.
29. Чудновский А.Д. Гостиничный и туристический бизнес / А.Д. Чудновский. – М.: Юркнига, 2005.
30. Официальный сайт гостиницы Кемпински гранд отель, Геленджик [Электронный ресурс] ] Официальный информационный портал гостиницы Кемпински Гранд Отель, Геленджик. – Режим доступа: https://www.kempinski.com/ru. Дата обращения 09.03.2019.