

## **Hotelová recepce: komunikace s hostem i upselling**

*Hotelová recepce je jedním z klíčových uzlů, v němž mohou zaměstnanci hotelu reflektovat hostova přání a stížnosti. Společně s několika odborníky na hotelový provoz jsme se podívali na to, jak by vše mělo fungovat. Následně jsme vyzpovídali zejména front office managery několika známých hotelů a zjišťovali, jak to funguje v praxi právě u nich.*

Vliv recepčního na dojem hosta je zcela zásadní. Je to po rezervacích druhý, případně první člověk, který hosta vítá a na konci pobytu se s ním loučí. Většinou se i přímo o hosta stará, ať už se jedná o pomoc s programem během pobytu, pomoc v případě jakéhokoli problému či stížnosti a svým přístupem k řešení těchto situací ovlivňuje hostovi dojmy a pocity. „Recepční jsou často v kontaktu s hosty nejvíce ze všech zaměstnanců hotelu, proto jejich chování a vystupování má jeden z největších vlivů na to, jak se hosté v hotelu cítí. Tento vliv personálu hotelu může být dokonce na hosta tak silný, že dokáže buď zkazít celkový dojem z jeho pobytu, byť se třeba jedná o velmi kvalitní hotelový produkt, nebo naopak svým příjemným a profesionálním přístupem hosta ovlivní natolik, že některé lehké nedostatky přehlédne a, o co nám jde především, doporučí náš hotel svému blízkému okolí,“ říká Jiřina Jenčková z poradenské společnosti Perfect Hotel Concept. Prvořadou úlohu recepci dává také Jaroslav Vaculka, předseda Vzdělávací sekce a lektor Podnikatelské akademie Asociace hotelů a restaurací ČR, zároveň ale podotýká: „U luxusnějších hotelů do toho, pravda, ještě vstupuje osoba hotelových halových služeb, tzv. portýra, dveřníka či bagážisty, ale hlavní komunikace a tvorba prvního dojmu stejně leží na bedrech pracovníků recepce.“

O recepci jako „hlavním mozku“ či „vstupní bráně“ hovoří také Kamil Schaumann z konzultační společnosti SD Resort. „Samotný začátek kontaktu s hostem (příjezd a ubytování hosta) je první a nejdůležitější krok, podle kterého si hosté dělají úsudek nejen o recepci, ale i o celém ubytovacím zařízení. Pokud recepční zanechá dobrý dojem, je pak host pozitivně naladěný a kolikrát přehlédne případné nedostatky v průběhu svého pobytu,“ míní Kamil Schaumann a dodává: „Pokud však recepční podcení naladění hosta a nevěnuje se mu jak má, host zpravidla toto vnímá negativně a při jeho dalším pobytu je daleko citlivější na případné nedostatky. Někteří hosté se pak snaží buď vědomě, nebo podvědomě kompenzovat špatný dojem recepce v jiných střediscích hotelu, kde pak bývají kritičtější a neústupnější.“ Podle něj je ale recepce článkem celého řetězu služeb a možností, které hotel nabízí. Pokud jsou ostatní služby hotelu na špatné úrovni, recepce vše nevyřeší. Toto oddělení by ale i tak mělo patřit k těm silnějším článkům a zanechávat v prvé řadě dobrý první dojem, být konstruktivní při řešení požadavků hostů nebo případných stížností a v neposlední řadě být „přítelem“ každého klienta hotelu.

### **Jak vybírat recepčního**

Již z výše uvedeného vyplývá, že pozice recepčního je komplexní činnost, která vyžaduje člověka připraveného po mnoha stránkách. Na co se tedy při výběru recepčního nebo recepčního zaměřit? Základní přehled je v rámečku „Jaké charakteristiky má...“. Adept na práci recepčního by ovšem měl mít i méně zřejmé a odhalitelné vlastnosti. „Pro nejrůznější situace je prakticky nezbytné, aby byl psychologem, hercem, člověkem, který je odolný proti stresu, který se vždy usmívá, je milý, příjemný, pozitivně naladěný. Musí být zároveň týmovým hráčem a osobností, hostovi příjemným partnerem. Ale tím nejdůležitějším atributem je stejně ve většině případů nakonec samotná lidskost a laskavý přístup,“ míní Jaroslav Vaculka. Osobnost na pozici recepčního by měla mít také základní prodejní dovednosti nebo prodejního ducha. „Vždyť právě pracovník recepce má jedinečnou možnost a příležitost hostovi v rámci komunikace nabídnout, doporučit a prodat službu či produkt nad rámec jeho původní objednávky. A to jsou peníze navíc, které hotel utrží,“ doplňuje Jaroslav Vaculka. Na takzvaný upselling upozorňuje také Jiřina Jenčková: „Recepční, který perfektně ovládá

problematiku upsellingu, upgradingu a crosssellingu je bez nadsázky pro hotel k nezaplacení. Samozřejmě se nejedná jen o osobu recepčního, ale všech, kteří jakoukoli měrou hotel prodávají. Ale v kategorii ubytování jsou tyto výsledky, nebo chcete-li dodatečné tržby, nejvíce čitelné.“ Podle ní mnohdy stačí školení prodejního personálu, aby navýšení tržeb překročilo úroveň 5 %.

Výběr recepčního nebo vedoucího recepce dnes také více a více podléhá pravidlům, jež se uplatňují při hledání osob na manažerské posty „V dnešní době se klade stále větší důraz na doporučení, profesní historii a samotný kredit pracovníka,“ říká Kamil Schaumann a ale zároveň upozorňuje: „Pod mého názoru by se měla klást největší váha na profesní přístup a motivaci ze strany pracovníka. Jeho dobrá motivace dokáže v mnoha případech překonat i starého profesionála bez motivace k dané práci.“

Při výběru recepčního nemůžeme také opominout skutečnost, zda zároveň poskytuje služby concierge. To v rovině běžné konzultace či rady poskytuje prakticky každý recepční, což potvrzuje Jaroslav Vaculka. „V dnešní době se činnost recepce a concierge vesměs až na výjimky prolíná. Již dávno neplatí, že by se recepce starala jen o náležitosti související s ubytovací procedurou hosta a concierge o to ostatní.“ Jen v málokterém hotelu jsou dnes tyto činnosti odděleny. Větší a luxusnější hotely nabízejí tento servis samostatně – jak říká Jaroslav Vaculka – coby „určitou formu zachování tradičního pojetí“. Jaroslav Vaculka se ale domnívá, že je maximálně žádoucí, aby pracovníci recepce i concierge byli plně zastupitelní, pokud již nejsou v jedné osobě. Jiřina Jenčková jako hlavní výbavu pracovníka concierge identifikuje znalosti: „Nutná je velmi dobrá znalost především města a okolí, ale také dalších destinací v rámci republiky, které hosté často navštěvují. Neméně důležitý je konstantní všeobecný přehled o kulturních památkách a kulturních událostech, s čímž souvisí znalost nabízených produktů jako okružní jízdy v rámci města i mimo něj, schopnost doporučení restaurací, koncertů a divadelních představení a schopnost na základě těchto znalostí dobře doporučit program podle různých typů hostů a národností.“ Výhodou concierge je v poslední době bezpochyby možnost využívání internetu, nebo si k tomuto účely zajistit externí agenturu. Podle Kamila Schaumann je concierge v pravém smyslu většinou výsadou jen pražských top hotelů: „Ve valné většině dělají nabízené služby tohoto typu bez větších nedostatků. Dále pak 'pokus' o poskytování concierge služeb nabízí nespočet čtyřhvězd, rekreačních zařízení nebo pensionů. U recepce je pak zřízeno concierge 'pododdělení', které úzce spolupracuje s pracovníky recepce. Ti pak služby jen nabízejí – nevykonávají tudíž přímo tvorbu produktu, přímou organizaci nebo koordinaci. Při požadavku hosta na concierge služby by měla mít recepce specializovaného pracovníka věnujícího se těmto nabídkám.“ Podle něj hotely, které nemají concierge specialistum nemohou tyto služby poskytovat kvalitně. Požadavky na specialistu jsou v podstatě totožné jako na klasického recepčního. Navíc by měl mít vyvinutý smysl pro organizaci a improvizaci. U těchto druhů služeb často dochází k alternativním a operativním změnám.

### **Chybí úsměv**

Na recepcích se lze stejně setkat s nejrůznějšími prohřešky, které lze najít i v jiných částech provozu. Problémem zde je ale jejich okamžitá viditelnost pro hosta. „Nejčastěji je to absence úsměvu, pak hlasité hovory s kolegy, neprofesionalita vůči hostům, někdy i neochota se hostům dostatečně věnovat, absence aktivního přístupu při řešení stížností a problémů. Výjimečně se může jednat i o jazykovou bariéru,“ říká Jiřina Jenčková. Její kolegyně Vendula Uhlířová, mj. front office manager hotelu President, dodává: „Někdy se může jednat i o dočasný či trvalý podstav zaměstnanců recepce, což samozřejmě v období vyšší obsazenosti vytváří na recepční větší tlak a rychleji tak mohou sklouznout k ne úplně profesionálnímu chování a chybám, což se k konečnému důsledku promítne na nespokojenosti hosta a třeba i špatném celkovém hodnocení hotelu.“ Podobného názoru je také Kamil Schaumann, který své

výtky shrnuje do několika bodů: vyřizování si osobních telefonních hovorů, privátní návštěvy a vedení osobních hovorů před hosty, neochota vyhovění hostovi ke konci nebo na konci směny – „spěchám domu, tak mi dejte pokoj“, u nižších skupin pak neprofesní přístup k čemukoliv. Jaroslav Vaculka připojuje osobnější pohled: „V dnešní době, kdy hotely převážně navštěvuji jakožto host, prostě jen pozoruji a vnímám tyto činnosti o něco více citlivěji než ostatní hosté, neboť znám poměrně detailně, co probíhá z druhé strany recepcce a co by mělo probíhat. A věřte, že toto pozorování je někdy velmi zábavné.“

Předcházet těmto věcem se dá různými způsoby. Základem by mělo mít pravidelné vzdělávání a konzultace s pracovníky recepcce. Na tom se shodují Jiřina Jenčková i Kamil Schaumann. Pro recepci lze připravit různé typy školení z poměrně širokého okruhu témat. Jistou formou školení je i okamžitý rozbor situace, která se zrovna odehrála a zhodnocení, zda uplatněné řešení bylo vhodné či nikoli. „Zde vzniká prostor pro jakýsi brainstorming, kdy se mohou zapojit všichni přítomní kolegové a vyjádřit svůj názor, případně doporučit vlastní řešení do budoucnosti,“ říká Jiřina Jenčková. Kamil Schaumann tvrdí, že z praxe je nejosvědčenější praktika stálé kontroly činnosti nadřízeným a zpětné vazby. To potvrzuje také drtivá většina námi oslovených front office managerů. Cílené vzdělávání nebo coaching pracovníků představují jednu z osvědčených metod, jak dosáhnout kvalitní služby. „Je to však běh na dlouhou trať a při dnešní migraci pracovních sil některé hotely shledaly tuto cestu příliš ekonomicky nákladnou. Snaží se pak v rámci migrace přetahovat kvalitní pracovní síly z jiných zařízení,“ doplňuje Kamil Schaumann. S tím částečně nesouhlasí Jiřina Jenčková: „Někteří zaměstnavatelé se svým způsobem bojí do svých zaměstnanců v tomto ohledu investovat vzhledem k případné fluktuaci zaměstnance, ale opak bývá pravdou.“ Podle ní tam, kde zaměstnanec cítí, že je o něj postaráno, bývá naopak loajálnější a i tento faktor bere v úvahu, pokud přemýšlí o změně zaměstnání. „Dokonce to je chápáno jako nepřímá bonusová složka mzdy,“ říká Jiřina Jenčková.

K řešení problémů se také hodně využívají motivační metody nebo metoda 'cukru a biče'. Prohřešky se většinou řeší buď ústním napomenutím, případně srážkou bonusové složky, v nejhorším případě písemným upozorněním. Ale první dvě zmíněné varianty většinou fungují spolehlivě. V obecné rovině fungují také jazykové kurzy, školení upsellingu nebo mystery guest.

### **Jak testovat**

Pokud se rozhodneme ověřit si fungování recepcce, dá se využít řady zpětných nebo monitorovacích technik. „Nejekonomičtější a nejvíce vypovídající je zpětná reakce hosta. Je však třeba brát v úvahu objektivní podmínky té či oné hostovy reakce,“ upozorňuje Kamil Schaumann.

Pokud uvažujeme o externím hodnocení, můžeme použít v zásadě tři metod. Mezi nejrozšířenější patří tzv. mystery calls. „Zde můžeme pověřit svého dobrého známého z oboru, připravit si scénář a hovorů lze provést i několik tak, abychom získali přehled z obou se střídajících směn,“ říká Vendula Uhlířová. Touto cestou je podle ní vhodné prověřit i jazykovou vybavenost zaměstnanců. Hovor se zaměřuje mimo jiné i na znalosti nabízených produktů a služeb, nabídky správných cen a umění upsellingu. Hovory jsou přesně zaznamenané, texty ideálně převedené ze záznamníku, obodované a jmenovitě vyhodnocené.

„Dále známe mystery shopping, který se zaměřuje především na cenovou politiku a dodržování parity cen v hotelu. Tento způsob může probíhat buď mailem nebo přes IRS systémy apod. Závěry se týkají samozřejmě i rezervačního a obchodního oddělení. Tuto kontrolu si můžeme provést i my sami,“ říká Jiřina Jenčková.

Nejnáročnější způsob kontroly představuje „mystery visit“. „Tady bych určitě už doporučila profesionální společnost, která celou akci zorganizuje a zaznamená. Pobyt bývá nečekaný a velmi nenápadný. Ani management hotelu často neví, kdo a kdy na kontrolu

přijede,“ říká Vendula Uhlířová. V tomto případě jde o komplexní test hotelu, který se dotýká všech oddělení. Závěr bývá obsáhlý, podrobný a v mnoha ohledech velmi poučný pro všechna oddělení. „Je to svým způsobem určitý druh auditu úrovně a servisu hotelu velmi prospěšný pro dlouhodobé udržení kvality,“ dodává Jiřina Jenčková.

S ohledem na ekonomickou stránku i operabilitu se samozřejmě nejvíce dozví front office manager denním kontaktem se svými podřízenými. Lze tak zjistit komunikaci mezi odděleními, eventuálně množství chyb při zúčtování s hostem, množství a způsob řešení stížností. V neposlední řadě lze použít vlastní dotazník spokojenosti hosta. Tyto metody, které si realizuje sám hotel nebo probíhají spontánně přes zaměstnance hotelu, mohou mít nevýhodu v určité ztrátě nadhledu a kontextu trhu.

**Stanislav D. Břeň**

### **Samostatný box:**

DOPORUČENÍ

#### **Jaké charakteristiky má mít správný recepční?**

##### **Osobní:**

- sangvinik s kladnými morálními hodnotami
- empatické cítění a takt, přátelský přístup k lidem
- smysl pro povinnost a pořádek, předvídavost
- smysl pro detail
- ochotu zdokonalovat se, pozitivní přístup k práci ve službách

##### **Profesní:**

- bezchybná znalost práce recepčního (pracovní postupy, normy, vyhlášky, znalosti hotelových rezervačních systémů atd.), profesionální komunikativnost a umění komunikace s hostem (příjemné a nenucené vystupování), profesní vystupování a úslužnost, jazykové znalosti (min. dva světové jazyky komunikačně), příjemný vzhled, upravenost, organizační talent
- neformální autorita v celém kolektivu hotelu
- základní znalosti psychologie člověka a psychologie komunikace, organizační talent

### **Samostatný box:**

NÁZOR PROFESIONÁLŮ

#### **Liší se v nějakých rysech přístup recepčního k hostům v malých vs. velkých hotelů a zařízeních nižších (pod 4 hvězdy) a vyšších standardů?**

##### **Kamil Schaumann, SD Resort**

Přístup recepčních se liší podnik od podniku bez ohledu na velikost a počet hvězd. Vše je dáno strategií, zkušenostmi, ekonomicko-materiálním zázemím a cílem majitele nebo firmy provozující zařízení. Ve skupině s nároky na vyšší standardy (čtyři a více hvězd) je situace ohledně kvality přístupu k hostům o poznání lepší než ve skupině tří hvězd. Vše je podle mého názoru úměrné cenové hladině a ekonomické efektivitě hotelu. Tam, kde je vše, jak má být, si pak hotel může dovolit kvalitní recepční, kteří odvádějí profesionální práci. Ve skupině čtyři a více hvězd by s tímto neměli být problémy. U tří hvězd je pak současná situace u nás jak na lanové dráze. Někteří majitelé – profesní neználkové – zaměstnávají kolikrát kdekoho, jen aby nemuseli příliš vynakládat prostředky na práci recepčního. Najdou se však i hotely nebo pensiony, kde by i „čtyřhvězda“ tiše záviděla. Ve skupinách dvou a jedné hvězdy je pak

situace na recepcích přímo katastrofální. Některé připomínají vrátnice z dob totalitní éry – tedy čest výjimkám. U rodinných malých podniků bez specifikace hvězdy, je pak situace také velice různorodá. Některé si své hosty hýčkají a starají se o ně, jiní mají cíl „vydělat za každou cenu“. Obecně ale u těchto podniků chybí profesní znalosti, které dnešní host čím dál tím více vyžaduje.

### **Jaroslav Vaculka, Asociace hotelů a restaurací ČR**

Ano i ne. Všude, bez ohledu na kategorii ubytovacího zařízení a jeho velikost, by měla být všudypřítomná pohostinnost, tzn. úsměv, vlídné přijetí, vstřícnost. Na druhou stranu zcela samozřejmě by zařízení vyššího standardu mělo disponovat širší nabídkou kvalitativně vyšších služeb a obdobné nároky by měly být kladeny i na kvalitu poskytovaného servisu, tzn. na zaměstnance. Obecně lze říci, že ubytovací zařízení menší velikosti mají logicky lepší dispozice pro osobnější a individuálnější přístup k hostovi. Nicméně i velké luxusní hotely se snaží skrze důkladné tréninky tuto vlastnost svým zaměstnancům vnuknout a osvojit si ji.

### **Jiřina Jenčková, Perfect Hotel Concept**

Malé hotely skýtají recepci dobrý přehled o právě bydlicích hostech, tzn. že je v ideálním případě známe jménem, můžeme je konkrétně oslovovat a poskytnout jim osobní přístup. Panuje zde domáctější atmosféra a máme větší prostor pro improvizaci a vlastní iniciativu.

Ve velkých hotelech (jedná se zčásti i o řetězce) je přehled o hostech menší (nemusí platit o servisu pro VIP, exekutivní hosty apod.). Protože se jedná zpravidla o větší počet lidí, není zákonitě na všechny tolik času. S tím také souvisí fakt, že standardy a postupy jsou zde pevně dané, prostor pro improvizaci je menší a každý zaměstnanec má přesně stanovené úkoly podle manuálů, jež plní a jimiž se zabývá, což pro hosta může být někdy zdlouhavé. Ovšem to neznamená, že bych automaticky očekávala neosobní přístup.

Co se týká přístupu v zařízeních nižší a vyšší kategorie, může zde být rozdíl opět v tom, zda se jedná o řetězec či nezávislý hotel. Řetězce mají vypracované systémy a procesy, které jsou přesně definovány, a personál je vyškolen podle mezinárodních standardů. V kategorii čtyři a pět hvězd jsou nároky rozhodně vyšší a je zde zároveň mnohem více zaměstnanců, aby mohl být dodržen vysoký standard služeb. V případě hotelů nezávislých je situace různá, některé mají vytvořeny své vlastní standardy, přizpůsobené svému provozu. Hotely nižší kategorie a zároveň nezávislé často ani žádné standardy nemají, zde spíše záleží na tom, jací lidé jsou zde zaměstnáni a jakou atmosféru a služby dokážou vytvořit a poskytnout.

-sdb-

### **Samostatný box:**

DOPORUČENÍ

#### **Desatero recepční/ho**

1. Být vždy v přirozené dobré náladě a usměvavý; zachovávat profesionální přístup i ve stresových situacích; přesvědčivost.
2. Být vždy čistý a upravený.
3. Být vstřícný, úslužný, diskrétní a trpělivý; kontrolovat projevy neverbální komunikace.
4. Zdravit hosty jako první a ideálně oslovovat jménem.
5. Udržovat oční kontakt.
6. Hledat vždy vstřícné řešení, držení plné pozornosti při komunikaci s hostem.
7. V případě nemožnosti kladného vyřízení nepoužívat při komunikaci „tvrdé NE“, ale hledat náhradní řešení; projevit empatii, je-li host v nesnázích.

8. Nenechat hosty čekat (check-in, check-out nebo jiné příležitosti) a v případě, že je „nával“, organizovat hosty tak, ať nemají pocit, že se o ně nikdo nestará.
9. Jazyková vybavenost; kultivovaný projev v cizím jazyce – správná a vhodná volba slov a formulací.
10. Vůle dělat věci nad rámec svých povinností (myšleno hlavně ve vztahu poskytování služeb hostům v rámci technických a osobních možností); dodržovat dané sliby.

-sdb-

### **Samostatný box:**

POHLED Z PRAXE

#### **Recepce udělá obrovský dojem,**

*říká Michal Dederá, vedoucí ubytovacího úseku pražského hotelu Four Seasons Praha.*

#### **Jak významný je všeobecný dojem hosta hotelu, který zanechá recepční?**

Obrovský, často až rozhodující. Především vliv na první dojem, příjezd do hotelu a přivítání hrají důležité role v tom, jak se nadále host v hotelu cítí. Toto mohou říci nejen na základě dojmu, ale dokazují to i naše průzkumy spokojenosti hostů, kde se vliv recepce zobrazuje na předních místech.

#### **Které požadované osobnostní i profesionální charakteristiky je třeba vyzdvihnout u pracovníků hotelové recepce? Jak důležité jsou prodejní schopnosti?**

Je jich mnoho: Příjemné vystupování, pozitivní, vstřícný a energický přístup, ochota, usměvavost, chuť učit se novým věcem a být pracovníkem služeb. Dále pak flexibilita a profesionalita a mnoho dalších aspektů. Schopnost prodeje je také jedním z důležitých faktorů, nicméně je to schopnost, která se dá naučit, na rozdíl od některých jiných výše uvedených charakteristik.

#### **Jak se proměňuje úloha pracovníků recepce v době, kdy tzv. první kontakt s hotelem hosté stále častěji činí prostřednictvím nejrůznějších rezervačních rozhraní a služeb na internetu?**

Vliv osobního kontaktu a vystupování je stále velmi důležitý. Navíc Four Seasons neumožňuje internet check-in, každý host je při příjezdu přivítán osobně a technologie hraje pouze doplňkový charakter.

#### **Podle jakých kritérií by měl být vybírán pracovník recepce? Na co klást při výběru největší váhu? Jaké nároky jsou kladeny na pracovníky, pokud recepce navíc nabízí concierge?**

Energie, přístup a ochota jsou priority. V případě služeb concierge je důležité znát město a jeho služby.

#### **Liší se v nějakých rysech přístup recepční k hostům u a) malých vs. velkých hotelů; b) zařízeních nižších (pod čtyři hvězdy) a vyšších standardů?**

Bohužel ano, čím méně hvězd, tím jsou většinou recepční méně profesionální, pravděpodobně je to tím, že jsou na ně ze strany managementu kladeny nižší nároky.

**Jak si ověřujete správné fungování své recepce** Denním a úzkým kontaktem s pracovníky recepce a zároveň tím, že práci recepce sám znám a s týmem pracuji.

-sdb-

### **Samostatný celek:**

ZKUŠENOSTI Z PRAXE

## **Recepční se mění z prodejce na zadavatele do systému,**

*konstatuje Jan Vonšovský, front office manager Grand Hotelu Bohemia.*

### **Jak významný je všeobecný dojem hosta hotelu, který zanechá recepční?**

Podle mého názoru je dojem hosta, který zanechá recepční, zcela zásadní. Většinou to bývá první i poslední zaměstnanec a reprezentant hotelu, se kterým host komunikuje, a podle jeho chování si vytváří představu o hotelu, kde se ubytovává. Milé přivítání v hotelu, příjemné vystupování, přirozená ochota a opravdová snaha splnit hostova přání dokáží hosta naladit tak, že i v případě menších chyb nebo nedostatků je ochoten tyto tolerovat. Opačný přístup recepčního může naopak jen vyhrodit každou i sebemenší chybu a vést ke stížnostem, a hlavně k pokaženému dojmu z celého pobytu, a to i když se ostatní zaměstnanci budou sebevíc snažit.

### **Které požadované osobnostní i profesionální charakteristiky je třeba vyzdvihnout u pracovníků hotelové recepce? Jak důležité jsou prodejní schopnosti?**

Vedle již zmíněných vlastností, příjemného vystupování a ochoty by recepční měl být trochu i psychologem, protože každý host se chová jinak, má jiné nároky a očekávání. Recepční by měl také umět předvídat případné problémy, přání hostů, sledovat jejich zvyky a opakované požadavky. Tomu pak přizpůsobit poskytovaný servis. Velmi důležitá je i odolnost vůči stresu, protože recepční většinou obsluhuje více hostů, někteří jsou netrpěliví, pospíchají a snaží se urychlit své obslužení. Často musí recepční řešit i stížnosti hostů, při nichž musí zachovat klid a rozvahu. Toto je mnohdy výborná příležitost, jak obrátit problém ve výhodu, kdy správná reakce na stížnost a uspokojení zákazníka může přinést jeho věrnost a další pobyty (opakovaná osobní zkušenost).

Prodejní schopnosti jsou důležité nejen z hlediska prodeje pokojů, ale také z hlediska zvýšení prodeje – upsellingu, např. prodeje vyšších kategorií pokojů za příplatek a podpora prodeje hotelové restaurace. Ne každý recepční má ale přirozenou schopnost prodávat a nabízet hostům další služby za příplatek. Osvědčuje se pravidelný trénink doprovázený motivačním systémem provizí z prodeje. Spokojen je pak majitel hotelu i zaměstnanec.

### **Jak se proměňuje úloha pracovníků recepce v době, kdy tzv. první kontakt s hotelem hosté stále častěji činí prostřednictvím nejrůznějších rezervačních rozhraní a služeb na internetu?**

Úloha pracovníků se změnila v tom smyslu, že recepční v této době přestává být skutečným prodejcem ubytování, který klientovi nabízí a přesvědčuje ho, ať už po telefonu nebo při osobním jednání. V tomto ohledu je většinou jen zadavatelem rezervací do hotelového systému. Také předpříjezdová komunikace recepce – host se minimalizuje, jelikož všechny detailní informace najde klient na internetových portálech. Náročnější pro recepčního je pak orientace v množství speciálních nabídek z různých portálů, různé způsoby fakturace a plateb. Kvůli velkému množství přeprůdeje mezi internetovými portály také vzniká vyšší riziko chybných informací, které dostává host o hotelu, a recepční následně musí častěji řešit nedorozumění vzniklá těmito dezinformacemi.

### **Jaké nové nároky klade právě používání IDS nebo GDS na pracovníky recepce?**

Vzhledem k tomu, že naše recepce o víkendech zpracovává i rezervace, musí recepční zvládat i zadávání internetových rezervací, které se automaticky neukládají do hotelového systému. Musí se tedy orientovat nejen ve speciálních nabídkách, které jsou na různých IDS a GDS publikovány, ale musí také ovládat webové aplikace, které obvykle IDS a GDS používají k administraci rezervací. Týká se to nejen přijímání rezervací, ale také jejich vyúčtování a placení provizí, což jsou činnosti, které musí hotel pro IDS a GDS většinou také zpracovávat on-line.

**Podle jakých kritérií by měl být vybírán pracovník recepce? Na co klást při výběru největší váhu? Jaké nároky jsou kladeny na pracovníky, pokud recepce navíc nabízí concierge?**

Podle osobní zkušenosti mnoho napoví způsob komunikace s uchazečem již při jeho pozvání k osobnímu pohovoru po telefonu. Tak, jak komunikuje se mnou, bude pravděpodobně komunikovat i s hosty. Dalšími kritérii jsou příjemné vystupování, ochota sloužit, spolehlivost, pečlivost, přirozenost a recepční by měl být i trochu i herec. Dále je to ochota učit se stále nové věci, flexibilita, jazyková vybavenost – dva světové jazyky jsou nyní nezbytností, důležité také je, aby měl uchazeč týmového ducha a společně se s ostatními kolegy dobře doplňovali.

**Liší se v nějakých rysech přístup recepční k hostům u a) malých vs. velkých hotelů; b) zařízeních nižších (pod čtyři hvězdy) a vyšších standardů?**

Z hlediska našeho hotelu mohu potvrdit, že výhodou menšího hotelu je, že recepční znají dobře naše stálé hosty a hosté znají naše recepční. Často je to velmi vřelé setkání, a to i po delší době. Recepční mají také na hosty více času a mohou jim věnovat větší pozornost a péči. Pokud recepční nabízejí i služby concierge, je to pro ně náročné z hlediska znalostí nabídky kulturních představení, zajišťování rezervací restaurací a dalších požadavků. V našem hotelu to mají recepční náročnější s ohledem na to, že musí zvládat i rezervace ubytování.

Jsou-li recepční správně proškoleni, neměl by host poznat rozdíl mezi chováním recepčního jedno- nebo pěti hvězdičkového hotelu, malého nebo velkého. Vždy by mělo být perfektní. Bohužel to tak není vždy a důvody se mohou různit – od rozdílného finančního ohodnocení až po vyšší požadavků, jež jsou na recepční kladeny. Neplatí ale pravidlo, že horší servis dostane host v hotelu nižších kategorií a lepší v luxusních hotelích – záleží vždy pouze na tom, jak jsou recepční školeni, motivováni a v neposlední řadě také kontrolováni.

**Jak si ověřujete správné fungování své recepce?**

Správnost fungování své recepce si ověřuji každodenní osobní kontrolou, hodnocením hostů na rezervačních portálech [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com), [booking.com](http://booking.com), [expedia.com](http://expedia.com), [hrs.com](http://hrs.com) a i kontrolou dotazníků spokojenosti, které hosté vyplňují na pokojích. Jedenkrát ročně si hotel nechává udělat kontrolu mystery shoppera od řetězce nezávislých hotelů Worldhotels, jehož je náš hotel členem – poslední hodnocení naší recepce z 21. května 2010 bylo 98 %.

**-sdb-**



## **Samostatný celek:**

PRAXE

### **Vedoucí recepce nesmí být odtržený od hotelové recepce,**

*miní Barbora Paličková, front office manager Holiday Inn Prague Congress Centre.*

#### **Jak významný je všeobecný dojem hosta hotelu, který zanechá recepční?**

Recepční a dveřník či portýr (pokud ho hotel má) jsou první osoby, se kterými se host v hotelu setká. To znamená, že jejich chování má na hosta zásadní vliv a podle něj si host dělá obrázek o celém hotelu. Nejdůležitější je pozdrav – vždy zdravíme hosta jako první. Hostovi se díváme do očí. Důležité – při check-inu rekapitulace všech rezervačních detailů (délka pobytu, kuřácký či nekuřácký pokoj, typ pokoje, platba, krátká informace o hotelových službách, nabídnout pomoc se zavazadlem).

Recepční a dveřník jsou zároveň i posledními zaměstnanci hotelu, se kterými se host setká při svém odjezdu. Mají tak svým chováním poslední šanci zanechat v hostovi kladný pocit z celého pobytu v hotelu. Zde je opět důležitý rychlý nekonfliktní check-out, nabídnutí pomoci se zavazadlem, transfer na letiště, vyzvání hosta ke krátkému slovnímu hodnocení hotelu, poděkování za pobyt a přání příjemné cesty domů.

#### **Které požadované osobnostní i profesionální charakteristiky je třeba vyzdvihnout u pracovníků hotelové recepce? Jak důležité jsou prodejní schopnosti?**

Příjemné vystupování, komunikativnost, upravenost, jazykové znalosti.

V každém malém či velkém hotelu je recepční zároveň i prodejcem. Uplatňují při check-inu tzv. upselling – doprodej dodatečných služeb (pokoj vyšší kategorie, masáže, snídaně, večeře, okružní cesty). Prodejní schopnosti může recepční uplatnit i při odjezdu hosta – nabídne další rezervaci, získá na hosta kontakt – lze mu posílat aktuální nabídky hotelu. Veškeré prodejní aktivity recepčního souvisí s komunikací. Recepční se nesmí bát s hostem mluvit, zároveň však musí vycítit, zda o to host stojí, a eventuálně včas „zabrzdit“. Proto musí být i dobrým psychologem.

#### **Jak se proměňuje úloha pracovníků recepce v době, kdy tzv. první kontakt s hotelem hosté stále častěji činí prostřednictvím nejrůznějších rezervačních rozhraní a služeb na internetu?**

Nemyslím, že by tyto kanály zásadním způsobem měnily úlohu recepčního v hotelu. Prozatím převládá názor, že osobní kontakt s hostem je v hotelech tří- až pětihvězdičkových kategorií upřednostňován před „automatizovanými systémy“. Možná nastala mírná změna pro pracovníky rezervačních oddělení, pokud hotel má samostatné rezervační oddělení.

#### **Jaké nové nároky klade právě používání IDS nebo GDS na pracovníky recepce?**

V hotelech, které mají samostatné rezervační oddělení, tuto práci vykonávají rezervační pracovníci. Pro recepční je důležité umět se orientovat ve výstupech z rezervačních systémů, a hlavně si s klientem při příjezdu ujasnit, že detaily rezervace jsou správně chápány oběma stranami.

#### **Podle jakých kritérií by měl být vybírán pracovník recepce? Na co klást při výběru největší váhu? Jaké nároky jsou kladeny na pracovníky, pokud recepce navíc nabízí concierge?**

Ve většině hotelů se stala concierge náplní práce recepčního. Samostatní pracovníci concierge zůstávají víceméně jen v pětihvězdičkových hotelech. Pro recepci to znamená znalost produktů jednotlivých agentur, aby nabídka hostovi byla cílená. Ideální je doporučovat ověřené a osobně vyzkoušené produkty. Důležité je sledovat i zpětnou vazbu od hostů a

vyřadit nekvalitní agentury. Recepční pak musí ke svým běžným povinnostem přibrat ještě obsluhu on-line systémů jednotlivých agentur.

### **Liší se v nějakých rysech přístup recepční k hostům u a) malých vs. velkých hotelů; b) zařízeních nižších (pod čtyři hvězdy) a vyšších standardů?**

Příjemné vystupování a komunikativnost jsou základním kamenem pro práci recepčního bez ohledu na to, zda pracuje v malém či velkém nebo dvou- či pětihvězdičkovém hotelu. V menších hotelech by si recepční měli pamatovat hosty a znát jejich požadavky. Měli by si mezi sebou předávat informace o hostech. Je dobré hosty oslovovat jménem. Ve větších hotelech je toto složitější. Rozdíl cítím v šíři nabízených služeb a tím pádem u hotelů vyšší kategorie ve znalosti složitějšího produktu. Ideální je, když si recepční vyzkoušejí služby hotelu na vlastní kůži. V hotelech nižší kategorie se předpokládá kumulace více funkcí a v některých případech není požadovaná trvalá přítomnost recepčního na recepci.

### **Jak si ověřujete správné fungování své recepce?**

Ideální je, když vedoucí recepce není odtržený od hotelové recepce. Jeho pracoviště by mělo být v blízkosti recepce, aby mohl sledovat chod, popř. i vypomoci podle situace. Důležitá jsou i pravidelná školení, i když v některých hotelech to nepovažují za důležité, myslím, že vždy je co zopakovat, oživit, vysvětlit. Vzhledem k tomu, že pracovníci na recepcích se ve směnách střídají, považují za dobrou věc knihu nebo sešit, kam recepční zapisují informace, které by měl vědět každý z nich (informace o hostech, novinky, pracovní postupy atd.). Je možné doporučit i nástěnku s informacemi. Výsledkem správně fungující recepce je spokojený klient, který se do hotelu rád vrací.

**-sdb-**

### **Samostatný celek:**

ZKUŠENOSTI Z PRAXE

### **Správný odhad zákazníka pomůže při prodeji upgradů, concierge služeb či lepší propagaci,**

*říká Oldřiška Levá, front office manager Hotelu Yasmin.*

### **Jak významný je všeobecný dojem hosta hotelu, který zanechá recepční?**

Všeobecný dojem, který zanechá na hostu recepční, může být podle mého názoru velmi silný. V kladném i záporném smyslu může velmi ovlivnit, zda host odjíždí spokojen a přesvědčen, že jeho výběr hotelu byl správný či naopak. Milá a ochotná recepční, která splní či předčí očekávání hosta, může hosta zcela získat na naši stranu. Osobní faktor hraje v hotelnictví velkou roli.

### **Které požadované osobnostní i profesionální charakteristiky je třeba vyzdvihnout u pracovníků hotelové recepce? Jak důležité jsou prodejní schopnosti?**

Pracovník recepce by měl být znalý své práce, měl by být extrovertní, úslužný v dobré míře, za všech okolností profesionální. Prodejní schopnosti nejsou u pracovníka recepce prioritou či nutností, ale správný odhad zákazníka a správné poskytnutí produktu může pomoci při prodeji upgradů, concierge služeb či lepší propagaci a návštěvnosti ostatních středisek hotelu (restaurace, fitness atd.).

**Jak se proměňuje úloha pracovníků recepcy v době, kdy tzv. první kontakt s hotelem hosté stále častěji činí prostřednictvím nejrůznějších rezervačních rozhraní a služeb na internetu?**

Pracovník recepcy dostane s rezervací hosta všechny dostupné informace, které host vyplnil při zadávání rezervace do systému. Má větší přehled, co host požaduje, může přidělit pokoj a připravit vše pro pobyt podle požadavků. Rezervace prostřednictvím internetu šetří čas rezervačnímu oddělení, potažmo recepci. Vše je přehledné a jednotné.

**Jaké nové nároky klade právě používání IDS nebo GDS na pracovníky recepcy?**

Používání IDS a GDS jde hlavně přes rezervační oddělení. Rezervace přes tyto zdroje je přehledná, poskytuje dostatek informací v případě, že je host zadá do systému.

**Podle jakých kritérií by měl být vybírán pracovník recepcy? Na co klást při výběru největší váhu? Jaké nároky jsou kladeny na pracovníky, pokud recepcy navíc nabízí concierge?**

Pracovníky recepcy vybírám na základě doručeného životopisu. Nekladu důraz na předchozí zkušenosti, někdy jsou naopak na škodu. Největší váhu kladu na osobnost pracovníka, aby měl rád přímý kontakt s hosty, měl příjemné vystupování, dovedl řešit situace i pod vlivem stresu, měl cit pro aplikaci standardních postupů a dovedl používat vlastní zdravý rozum. Recepční by měl být za všech okolností profesionální, musí být týmový hráč a být loajální ke svému zaměstnavateli a spolupracovníkům.

Služby concierge jsou příjemným zpestřením práce na recepci. Recepční musí mít rozsáhlejší znalosti kultury, historie a všeobecný rozhled. U služeb concierge je třeba mít na hosta více času. Recepční musí umět odhadnout, co hosta nejvíce zajímá, a zvolit správnou formu zábavy či kulturního vyžití. Dnes s používáním internetu jsou veškeré dostupné informace hned po ruce, záleží na recepčním, jak jich využije ve prospěch hosta.

**Liší se v nějakých rysech přístup recepční k hostům u a) malých vs. velkých hotelů; b) zařízeních nižších (pod čtyři hvězdy) a vyšších standardů?**

Ve velkém hotelu není možné při menším počtu zaměstnanců poskytnout hostu na recepci mnoho času. Ve velké vytíženosti hotelu se při odbavení mnoha hostů zúží komunikace s hostem na nejdůležitější body. V případě, že máme na hosta více času, je možné jít více do detailů pobytu a služeb. V hotelu nižší kategorie není nabídka služeb tak rozmanitá, přístup k hostu se pak liší podle typu hotelu, v zařízení rodinného typu je přístup osobnější, ve větších hotelech se omezí na základní úkony recepcy. Zařízení vyšších standardů pak klade na své pracovníky větší nároky, toto roste úměrně s cenou za poskytované služby.

**Jak si ověřujete správné fungování své recepcy?**

Správné fungování recepcy je nejlépe prověřeno ve vysoké sezoně. Každou chybou či klopýtnutím máme možnost zdokonalit používaný systém. Správné fungování recepcy nejlépe ohodnotí hosté ať už v dotazníku či během pobytu – svou spokojeností nebo opakovanou návštěvou.

-sdb-

## **Samostatný celek:**

POHLED Z PRAXE

### **Ujistit se v počáteční okamžité spokojenosti,**

*identifikuje Petr Vodička, front office manager InterContinental Praha, jeden z počátečních cílů recepce.*

#### **Jak významný je všeobecný dojem hosta hotelu, který zanechá recepční?**

Pro mě jako vedoucího recepce je dojem hosta, který zanechá recepční, jedním z nejdůležitějších faktorů celkové zkušenosti z pobytu. Hotelová zkušenost začíná již u přivítání hotelového hosta dveřníkem, pokračuje samotnou registrací na recepci a doprovodem na pokoj. Hlavním úkolem pracovníka recepce je se ujistit, že host je během zaregistrování maximálně spokojen, a tudíž jeho pobyt bude ovlivněn počáteční okamžitou spokojeností.

#### **Které požadované osobnostní i profesionální charakteristiky je třeba vyzdvihnout u pracovníků hotelové recepce? Jak důležité jsou prodejní schopnosti?**

Jak jsem se zmínil v předchozí odpovědi, pracovník recepce se musí ujistit, že host odchází na pokoj po registraci maximálně spokojen. Mezi hlavní charakteristiky pracovníků recepce tedy zařazují osobní přístup a maximální vstřícnost. Správný recepční by měl mít také rád svou profesi. Měl by mít velmi dobré komunikační dovednosti, umět správně odhadnout klienty a jejich případné požadavky, mít širší všeobecný přehled o destinaci, ve které působí, a v neposlední řadě pozitivní přístup k řešení jakýchkoliv problémů. S úsměvem jde všechno lépe. Prodejní schopnosti jsou také důležitou charakteristikou pracovníka recepce, jelikož se opětovně snažíme o maximální spokojenost hosta, což úzce souvisí s osobním přístupem, a tudíž splněním požadavků hosta.

#### **Jak se proměňuje úloha pracovníků recepce v době, kdy tzv. první kontakt s hotelem hosté stále častěji činí prostřednictvím nejrůznějších rezervačních rozhraní a služeb na internetu?**

Přestože se neustále zlepšuje a zvyšuje technologické vybavení hotelů, důraz kladený na osobní přístup je a vždy bude na prvním místě.

#### **Jaké nové nároky klade právě používání IDS nebo GDS na pracovníky recepce?**

Nároky na znalost systémů jsou především kladeny na pracovníky rezervačního oddělení, ale samozřejmě pracovníci recepce musí být taktéž informováni.

#### **Podle jakých kritérií by měl být vybírán pracovník recepce? Na co klást při výběru největší váhu? Jaké nároky jsou kladeny na pracovníky, pokud recepce navíc nabízí concierge?**

Pracovník recepce musí být především osoba, která svým přístupem bude maximálně uspokojovat potřeby hosta, a to co nepříjemněji – příjemný, vstřícný, flexibilní, jazykově vybavený, spolehlivý. Zkušenosti v oboru jsou výhodou, ale nejsou jednoznačnou podmínkou pro přijetí. Z hlediska concierge jsou podmínky velmi podobné s tím rozdílem, že znalost Prahy a zkušenosti v oboru jsou velkou výhodou, ne-li podmínkou.

#### **Liší se v nějakých rysech přístup recepční k hostům u a) malých vs. velkých hotelů; b) zařízeních nižších (pod čtyři hvězdy) a vyšších standardů?**

Bohužel nejsem schopen odpovědět na tuto otázku, jelikož se pohybuji celý život pouze v zařízeních s vyššími standardy. Přesto se domnívám, že existuje určitě rozdíl v případě nižších a vyšších standardů, ale v žádném případě by se neměl přístup lišit v malých a velkých hotelech.

### **Jak si ověřujete správné fungování své recepce?**

Osobní přítomností na recepci společně s namátkovými externími či interními kontrolami. Neustálé on-job tréninky a coaching jsou samozřejmostí.

-sdb-

PRAXE

### **Recepčního a concierge je nenahraditelná a i sebetechničtější host uvítá úsměv,**

*říká Šárka Hakenová, front office manager pražského hotelu Marriott.*

### **Jak významný je všeobecný dojem hosta hotelu, který zanechá recepční?**

Pracovník recepce působí v první frontové linii. Přebírá tedy reprezentativní funkci hotelu a od jeho schopností a kvalitně odvedené práce se odrážejí první a poslední dojmy hostů. Každý recepční nereprezentuje pouze svou osobu a nejbližší tým, ale jeho chování, vystupování a přístup mají přímý dopad na celkovou image hotelu. Host si ve většině případů nepamatuje jméno recepční nebo recepčního, ale pamatuje si tvář, zážitek a dojem ze svého příjezdu a odjezdu do hotelu.

### **Které požadované osobnostní i profesionální charakteristiky je třeba vyzdvihnout u pracovníků hotelové recepce? Jak důležité jsou prodejní schopnosti?**

Recepční plní svoji úlohu bez ohledu na své rozpoložení a náladu, i když každodenní scénář se mu neustále mění. Host nesmí nikdy pocítit, že je něco špatně. Dobrý recepční by se měl vyznačovat kombinací několika vlastností a schopností. Z vlastností bych zdůraznila komunikativnost, flexibilitu, spolehlivost, zodpovědnost, smysl pro detail, schopnost naslouchat a stresovou odolnost. Z dovedností a schopností by to pak byly organizační schopnosti, schopnost rozhodování, improvizace, schopnost odhadnout klienta, zdvořilost, úsměv, perfektní servis a profesionální přístup. Ne vždy se musí zákonitě jednat o extroverta. Ze své zkušenosti znám několik velmi dobrých introvertních recepčních. Důležité také je, aby pracovník věděl, co je od něho očekáváno, aby přesně znal své pracovní povinnosti. Pak se může cítit ve své pozici dobře a v tomto duchu může vykonávat svoji práci.

### **Jak se proměňuje úloha pracovníků recepce v době, kdy tzv. první kontakt s hotelem hosté stále častěji činí prostřednictvím nejrůznějších rezervačních rozhraní a služeb na internetu?**

Pamatuji dobu bez mobilních telefonů, internetu, notebooků a terminálů na kreditní karty. Za necelých 20 let, kdy v oboru působím, se změnilo téměř vše a tento proces nekončí. Recepční je hned po portýrovi v současné době v podstatě prvním člověkem, který je s hostem v osobním kontaktu. Často se teprve doladují detaily internetové rezervace, které by jinak vyřídil pracovník rezervačního oddělení. Doba je velmi zrychlená, lidé často na internetu neprostudují veškeré informace a pak může dojít k nepříjemnostem. Jsou ale i hosté, kteří by si i check-in nejlépe zajistili elektronicky. Přesto si myslím, že role recepčního a concierge je nenahraditelná a i sebetechničtější host uvítá úsměv, osobní pozdrav nebo milý hlas dívky raději než e-mailové potvrzení.

### **Jaké nové nároky klade právě používání IDS nebo GDS na pracovníky recepce?**

Denně se setkáváme s technologickým vývojem. Na pracovníky recepce jsou kladeny stále vyšší technologické požadavky na znalosti a schopnosti ovládat nejmodernější kancelářskou

techniku. Nutno ale říci, že nová generace již vyrostla v technokratické době a tím pádem zvládat veškeré technické novinky jí nečiní tak velký problém jako generaci starší.

**Podle jakých kritérií by měl být vybírán pracovník recepce? Na co klást při výběru největší váhu? Jaké nároky jsou kladeny na pracovníky, pokud recepce navíc nabízí concierge?**

Na správný výběr neexistuje přesná definice. Správný výběr je sice velmi důležitý, ale řekla bych, že stejně důležitý je proces zaškolení. Prvotním zaškolením to ale také nekončí, znalosti se musí neustále vyvíjet a nové technologie k tomu pracovníka nutí. Perfektní životopis, bohatá praxe a znalost několika jazyků ještě nejsou zárukou profesionála a neznamenaají, že uchazeč bude dobrý recepční. Mění se i požadavky na jazykové znalosti. Dobrého recepčního můžeme formovat i během zaškolení a dobrý školitel může z pracovníka „vychovat“ dobrého recepčního. Sama jsem se několikrát při výběru pracovníka zmýlila, a to jak v dobrém, tak i ve špatném slova smyslu.

**Liší se v nějakých rysech přístup recepční k hostům u a) malých vs. velkých hotelů; b) zařízeních nižších (pod čtyři hvězdy) a vyšších standardů?**

Podle mého názoru by se lišit měl u čtyřhvězdičkových a pětihvězdičkových hotelů. U těch pětihvězdičkových by se pak nemělo rozlišovat, zda se jedná o malý či velký hotel, protože každý host by měl cítit svoji jedinečnost a u každého hosta by měl být kladen důraz na perfektní servis, i když má hotel 300 pokojů. Je to dané produktem, který recepční nabízí a reprezentuje, počtem zaměstnanců a náklady, které jsou na servis vynakládány. Také očekávání hostů je jiné a hosté si vybírají hotely podle toho, jaký servis žádají a očekávají. Samozřejmě platí pravidlo, že čím lepší servis hosté chtějí, tím vyšší je cena. Čtyřhvězdičkových hotelů je několikrát více než těch pětihvězdičkových, proto znamenají exkluzivitu. Řekla bych, že rozhoduje kvantita versus kvalita. Větší řetězce mají důkladně zpracovány školicí programy, které chybějí malým nezávislým hotelům.

**Jak si ověřujete správné fungování své recepce?**

Velké hotelové řetězce mají velmi dobře vypracovaný program na dotazování stran celkové spokojenosti hostů. Náš průzkum se nazývá Guest Satisfaction Servey, kam hosté sdělují své dojmy a zkušenosti. Každodenně také monitorujeme veškeré stížnosti a komentáře hostů, které s naším týmem probíráme. Tyto komentáře nám dávají obrázek o fungování recepce. Každým rokem také procházíme utajeným auditem, kdy auditor kontroluje, zda jsou dodržovány všechny standarty naší společnosti. Každý člen našeho týmu se maximálně snaží, aby si hosté užili každým moment v našem hotelu, což je i v našem sloganu „Creating Crystal Moments“.

**-sdb-**

**Nikdo vás nenaučí usmívat se až 12 hodin denně,**  
*říká Jaroslav Šíma, front office manager Hotelu Palace Praha.*

**Jak významný je všeobecný dojem hosta hotelu, který zanechá recepční?**

V dnešní době, kdy se stále více rezervací uskuteční pomocí internetu, bývá recepční často první osobou, s kterou se host osobně setkává. Má tedy důležitou a nenahraditelnou úlohu – udělat dobrý „první dojem“. Podle něj pak host bude posuzovat celý hotel. Je to také zaměstnanec recepce, který hosta seznamuje s hotelem, někde ho odvádí na pokoj, pomáhá mu se vším, co host během pobytu potřebuje a nezděravka řeší i případné stížnosti. Pro hosta tedy představuje zástupce hotelu. Zároveň je i posledním zaměstnancem, který se s hostem při odjezdu loučí a podle „závěrečného dojmu“ se host může rozhodovat, zda se ještě vrátí či případně doporučí hotel svým známým.

**Které požadované osobnostní i profesionální charakteristiky je třeba vyzdvihnout u pracovníků hotelové recepce? Jak důležité jsou prodejní schopnosti?**

Práce na recepci je vlastně divadelní vystoupení. Každý host je jiný a je potřeba zvolit správný druh „vystoupení“ – přístupu. Asertivita, schopnost naslouchat, snažit se pochopit potřeby klienta a co od hotelu a pobytu očekává. Pouze pokud víme, co host očekává, můžeme se pokusit tato očekávání překonat a dát mu pocit výjimečnosti.

**Jak se proměňuje úloha pracovníků recepce v době, kdy tzv. první kontakt s hotelem hosté stále častěji činí prostřednictvím nejrůznějších rezervačních rozhraní a služeb na internetu?**

Pokud obě strany – klient (cestovní kancelář) i pracovníci hotelových rezervací – pracují s těmito systémy správně, mohou recepci usnadnit jejich práci. Může se ještě před příjezdem klienta dozvědět mnoho užitečných informací a podle nich se i připravit. Osobní údaje pro možnost před – vyplnění registrační karty, čas příjezdu, požadavky na typ a vybavení pokoje, ale v neposlední řadě mohou být uvedeny i požadavky na různé služby concierge.

**Podle jakých kritérií by měl být vybírán pracovník recepce? Na co klást při výběru největší váhu? Jaké nároky jsou kladeny na pracovníky, pokud recepce navíc nabízí concierge?**

Všechny „tvrdé“ dovednosti recepčního se dají naučit pomocí vhodně zvolených tréninků a praxí. Ať už jsou to prodejní dovednosti, pravidla telefonování, znalost hotelu a jeho služby, typy hostů, národnostní zvyky a zvláštnosti atd. Co se ale nenaučíte a musíte mít v sobě, je schopnost usmívat se až 12 hodin denně, za žádných okolností si nenosit své osobní starosti do práce, nebát se komunikovat, umět naslouchat. Samozřejmostí jsou alespoň dva světové jazyky a znalost okolí.

**Liší se v nějakých rysech přístup recepční k hostům u a) malých vs. velkých hotelů; b) zařízeních nižších (pod čtyři hvězdy) a vyšších standardů?**

Podle mého názoru musí být přístup stejný. Ze správného a profesionálního přístupu se nedá slevit podle počtu hvězd. Host je host a platí naši mzdu. Rozdíl je určitě pouze v rozsahu nabízených služeb a může být i v časovém omezení.

**Jak si ověřujete správné fungování své recepce?**

Máte několik možností. Důležitá je pravidelná kontrola a každodenní přítomnost přímo na recepci. Sledování všech zaměstnanců a vyhodnocování jejich práce. Okamžité upozorňování na chyby a jejich odstranění. V dnešní době je také velice časté, že si hotely najímají firmy,

které se zaměřují právě na kontrolu hotelu a všech jeho středisek. Takový „mystery guest“ se ubytuje v hotelu, využije všech jeho služeb a následně je vyhodnotí a podá zprávu. Není to levná služba, ale je nezávislá a podá opravdu pravdivé informace.

**-sdb-**