

СТАНДАРТ ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ТЕРРИТОРИИ КУРОРТА «ОХТА ПАРК»

1. ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ. КТО МЫ? НАШИ ЦЕННОСТИ?

КТО МЫ:

- Природная территория
- Инфраструктура для жизни и отдыха
- Спортивные развлечения
- Качественный сервис
- Радужие и гостеприимство

НАШИ ЦЕННОСТИ:

- Природа
- Семья
- Активный образ жизни
- Забота
- Вдохновение

ХАРАКТЕР БРЕНДА:

«Охта Парк» — это природная территория с инфраструктурой для жизни и отдыха. Здесь можно жить круглый год или приезжать на выходные, гулять, заниматься спортом и вести здоровый образ жизни. Чем бы вы ни увлекались, в какой бы компании ни приехали (с семьей, друзьями или коллегами) — чистейший воздух, уникальный ландшафт и качественный сервис к вашим услугам. Мы создаем гостеприимную атмосферу и окружаем заботой. Мы ценим комфорт, качественный сервис, покой и уют. Мы молодые, активные, креативные, следим за тенденциями и нередко создаем их сами. Мы постоянно задаем себе вопрос, не устарел ли наш продукт, не наскучил ли, как сделать его удобнее, полезнее, современнее и практичнее. Мы любознательны и активно осваиваем новые виды спорта и развлечения. А после — знакомим с ними наших гостей. Мы делаем все, чтобы наши гости получали радость от общения, занятий спортом, отдыха и вкусной еды. Мы создаем ощущение радости, домашнего уюта и тепла.

НАШИ ЦЕННОСТИ:

Мы считаем, что активный образ жизни помогает быть здоровыми и радоваться жизни. Движение, развитие, красота природы, вкусная еда — то, что вдохновляет и дает новые силы.

Общение с близкими по духу людьми — одно из главных удовольствий в жизни. А время, проведенное в кругу семьи — наивысшая ценность. Именно поэтому мы подготовили площадки, где могут отдыхать и заниматься спортом все члены семьи.

Мы высоко ценим пользу свежего воздуха и то, что дарит нам природа. Поэтому стараемся сохранить естественный ландшафт, органично и аккуратно вписывая в него объекты инфраструктуры. Мы следим за здоровьем деревьев, водоемов и почвы, высаживаем новые растения, чистим лес от мусора и сушняка. Мы ценим ту особую атмосферу, которая сложилась на курорте за многие годы. Ее создали не только мы, но и каждый, кто любит приехать на курорт, вдохнуть полной грудью и выбрать увлекательное занятие по душе. Улыбнуться, ощутить радость и восторг. Поделиться этим с близкими, друзьями, родными. Это место, куда хочется возвращаться снова и снова.

2. СТАНДАРТЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ. ЧТО ЭТО И ЗАЧЕМ НУЖНО?

СТАНДАРТЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ: ЧТО ЭТО?

Свод правил, который закрепляет:

- Требования к внешнему виду, манере разговора и поведению персонала
- Требования к знаниям структуры и услуг курорта
- Требования к содержанию рабочего места
- Содержание и последовательность действий при обслуживании гостей *

* Внутренний регламент работы разрабатывается и контролируется сервисами курорта самостоятельно исходя из специфики оказываемой услуги

СТАНДАРТЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ: ДЛЯ КОГО ЭТО?

Для всех сотрудников front office. То есть для каждого, кто общается с гостями:

- Администратор

- Официант, бармен
- Оператор проката, парковки
- Менеджер по работе с гостями
- Сантехник, электрик, слесарь и другой персонал, обслуживающий коттеджи и номера отеля
- Кассир
- Водитель
- Горничная
- Охранник
- Инструктор
- Руководитель

СТАНДАРТЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ: ЗАЧЕМ ЭТО НУЖНО?

Чтобы принятые ценности проявлялись в обслуживании

Чтобы гостю понравилось, и он хотел возвращаться снова

Важно понимать:

- Гость курорта – это центральная фигура
- Все, что происходит на курорте, делается для него
- Нет более важной задачи, чем понравиться гостю
- Чем больше гость платит, тем выше его ожидания
- Важно радовать и удивлять его при каждом последующем визите
- Наивысшая радость для гостя – отдыхать, не зная забот

КАК ЭТО РАБОТАЕТ?

- Гость приезжает впервые
- Он приятно удивлен нашим сервисом
- Он испытывает яркие эмоции от отдыха
- Он хочет вернуться с семьей и родными
- Он приезжает снова и снова
- Он рассказывает о курорте друзьям и знакомым

РАБОТА НАД СТАНДАРТАМИ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОЗВОЛЯЕТ:

- 1) Выстраивать долгосрочные взаимоотношения с гостями
- 2) Ставить в основу этих отношений нематериальные ценности
- 3) Увеличивать частоту и продолжительность посещений, наращивать объем покупок

ЧТО ВАЖНО?

Гость должен получить больше, чем ожидает! Это вызывает сильные положительные эмоции, которые хочется испытывать снова

- Посещая курорт впервые, гость испытывает ожидания в отношении того, как его обслужат
- Оправдывая эти ожидания, позиция курорта в сознании гостя остается «нейтральной». В следующий раз он будет готов посетить другой курорт в поисках новых ярких впечатлений
- Превосходя ожидания гостя, мы создаем для него чувство восторга, ведь он этого не ожидал
- Гость отмечает не только радушный прием, но и отлаженную систему, настроенную на то, чтобы избавить его от любых забот и дать возможность полноценно отдохнуть
- Покидая курорт, гость думает о том, как здорово он провел время и уже планирует новый визит
- Каждый последующий раз гость получает неизменно высокий уровень обслуживания
- А еще он советует курорт друзьям, родственникам и коллегам

СТАНДАРТЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ ЕДИНЫ ДЛЯ ВСЕХ

- Каждый сотрудник, контактирующий с гостем, должен быть знаком с принятыми на курорте стандартами обслуживания и неукоснительно их соблюдать (как менеджеры, так и горничные)
- Отступлений от стандартов быть не должно ни при каких обстоятельствах
- Выполнение стандартов гарантирует стабильность качественных показателей: не может быть «плохой» или «хорошей» смены официантов, менеджеров, инструкторов и пр.
- Соответствие принятым стандартам означает также строгое выполнение своих должностных инструкций. Горничная не должна решать конфликтные ситуации, оформлять документы, принимать оплаты. Но если гость обратился с вопросом общего характера (как пройти/где купить и пр.) горничная должна корректно на него ответить или сообщить, где можно получить необходимую информацию.

3. ПРАВИЛА ОБСЛУЖИВАНИЯ: СКОРОСТЬ, ТОЧНОСТЬ, ПРЕДВИДЕНИЕ, КОМАНДНАЯ РАБОТА

ПЕРВОЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ

Оно способно подарить курорту еще одного постоянного клиента или сделать так, что он не вернется сюда никогда

Понравится ли гостю курорт напрямую зависит от того, как его обслужили при первом визите. В этот момент гость еще не воспользовался вашей услугой и не может ее оценить. Если первое впечатление от обслуживания окажется негативным, это скажется на общем впечатлении о ваших услугах или вовсе не приведет к их потреблению. В то время как качество самой услуги может быть высоко.

Именно поэтому роль приветствующего администратора или хостес является ключевой. Здесь важно все: организация пространства в зоне ресепшн, внешний вид сотрудников, их манера общения и компетентность. Однако это относится и ко всем остальным сотрудникам, контактирующим с гостями. Ведь каждый сотрудник – это лицо курорта.

КОГДА ГОСТЬ ОБРАЩАЕТСЯ С ПРОСЬБОЙ

3 ЭТАПА ОБСЛУЖИВАНИЯ

- 1) Внимательно выслушайте
- 2) Уточните, если что-то непонятно
- 3) Окажите нужную помощь

ЧТО ВАЖНО?

- Скорость
- Точность
- Предвидение
- Командная работа

Выполняя эти пункты, мы:

- Демонстрируем готовность помочь
- Оказываем внимание, заботу
- Превосходим ожидания гостя
- Проявляем радушие и гостеприимство

Скорость

- Каждый сотрудник курорта всегда готов оказать помощь гостям
- При обращении, вопросом гостя нужно заняться незамедлительно
- Не следует просить гостя обратиться в другой отдел, если вы можете решить вопрос самостоятельно
- Если вопрос не входит в область вашей компетенции, поясните это гостю, пригласите компетентного сотрудника или сообщите гостю, куда и к кому ему обратиться
- Если гостю необходимо обратиться в другой отдел, свяжитесь с коллегами в присутствии гостя и сообщите суть обращения. Так гостю не придется повторять свою просьбу, а ваши коллеги будут готовы оказать нужную помощь
- Все просьбы, жалобы и конфликты решаются до того, как гости покинут курорт

Точность

- Гостям следует сообщать точную и полную информацию
- Исполнять запросы необходимо с точностью до деталей
- Важно помнить и исполнять особые пожелания постоянных гостей

Предвидение

- Необходимо действовать на опережение и предугадывать потребности гостей
- Будьте готовы моментально ответить, как на дополнительные вопросы о вашем сервисе, так и на самые распространенные вопросы о курорте
- Предлагайте сопутствующие услуги, которые сделают отдых гостей комфортнее и разнообразнее

Командная работа

- Все сотрудники курорта – это одна команда вне зависимости от того, из каких отделов и служб состоит курорт
- Помните, что у вас одна цель – сделать гостей курорта счастливыми
- Будьте взаимно вежливыми, уважайте своих коллег
- Сделайте так, чтобы рабочие процессы и внутренние проблемы не сказались на обслуживании гостей: подстрахуйте нового сотрудника, проконсультируйте коллегу из другого отдела по вашим услугам, подмените напарника
- При качественной командной работе личные цели сотрудников не противоречат общей цели компании, а результат превышает ожидания.

4. ПРАВИЛА ОБЩЕНИЯ: КАК ДЕРЖАТЬ МАРКУ И ПОНРАВИТЬСЯ ГОСТЯМ

1. Правило вежливости

ВЫ ВСЕГДА ВЕЖЛИВЫ ВНЕ ЗАВИСИМОСТИ ОТ СИТУАЦИИ

- Любому сотруднику курорта всегда здоровается и прощается с гостями
- Вы также приветствуете гостей, с которыми ранее уже общались, даже если встретили их за пределами своего рабочего места или даже курорта
- Как это сделать? Установить визуальный контакт, улыбнуться и поприветствовать (кивком головы или приветственной фразой)
- Вы всегда общаетесь с гостем только стоя, держите спину прямо, не облокачиваетесь на стол, не качаетесь, излишне не жестикулируете
- Вы сожалеете, если вынуждены ответить отрицательно: «К сожалению, нет»
- Вы всегда приносите извинения за причиненные гостю неудобства

2. Правило внимательности

ГОСТЬ НЕ ДОЛЖЕН ПРОСИТЬ, ЧТОБЫ НА НЕГО ОБРАТИЛИ ВНИМАНИЕ

- С любым гостем, находящимся от вас в радиусе 2 метров, следует первым начинать беседу (поприветствовать и уточнить, есть ли какие-то вопросы)
- Если гость находится в радиусе 8-10 метров, следует улыбаться и держать хороший зрительный контакт, чтобы показать свою готовность к общению
- Даже если вы заняты, важно дать понять гостю, что он замечен (контакт глазами, улыбка, приветствие)
- Если вы точно знаете, когда освободитесь, уместно попросить гостя подождать и сообщить, сколько это займет времени

3. Правило сдержанности

ВЫ НИКОГДА НЕ ДЕМОНСТРИРУЕТЕ СВОИ ЛИЧНОЕ ОТНОШЕНИЕ

к сложившейся ситуации, лично к гостю или к его поведению

- Если поведение гостя вызывает у вас негодование, вы никогда не высказываете своего недовольства
- Вы также не позволяете себе проявлять недовольство в интонациях, неоднозначных выражениях или путем сарказма
- Вы никогда не перебиваете. Вы слушаете и ждете, когда гость договорит
- Вы никогда не спорите с гостем. Вы говорите, что поняли суть обращения, аргументируете свою позицию, предлагая альтернативу
- Вы никогда не повышаете голос и не ставите гостю условия
- Вы сохраняете спокойствие в любой ситуации

4. Правило доброжелательности

БЫТЬ НА СТУПЕНЬ ВЫШЕ ПО ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ ОКРАСКЕ

- Если собеседник доброжелателен, вы – очень доброжелательны
- Если собеседник нейтрален, вы – просто доброжелательны
- Если собеседник агрессивен/раздражен, вы – сдержаны
- Если собеседник расстроен/встревожен, вы – обеспокоены

5. Правило профессионального знания

ВЫ ЗНАЕТЕ ВСЁ ОБ ОКАЗЫВАЕМЫХ ВАМИ УСЛУГАХ

- Состав услуг, стоимость, правила оказания, правила безопасного использования, актуальные акции и специальные предложения
- Вы также отлично знаете структуру курорта: полный список оказываемых на курорте услуг, местонахождение и контактные данные отдельных сервисов
- Если вы администратор / хостес / менеджер по работе с гостями, вы можете ответить на общие вопросы о курорте: как добраться, режим работы, способы оплаты и пр. (см. Приложение 1)

6. Правило понятной коммуникации

ОБЩАТЬСЯ «НА ЯЗЫКЕ» СОБЕСЕДНИКА

- Вы выявляете терминологию собеседника (какими словами он обозначает предметы и процессы) и используете эти же слова
- Необходимо избегать использования специфической терминологии
- Однако если суть вопроса требует использовать специальные термины, вы прибегаете к простым и коротким пояснениям
- Вы – профессионал в своей области. Поправьте гостя, если он допускает ошибку, называя те или иные предметы, относящиеся к вашей специфической области. Разумеется, вы сделаете это вежливо и дружелюбно

7. Правило зеркала

ГОСТЬЮ ДОЛЖНО БЫТЬ КОМФОРТНО ВОСПРИНИМАТЬ ИНФОРМАЦИЮ

- Вы – максимально приятный собеседник для гостя. С вами хочется поговорить еще раз
- Как вы это делаете? Вы «зеркалите». Т.е. подстраиваетесь под собеседника и выбираете ту же скорость речи, громкость голоса и эмоциональный окрас беседы
- Гостю должно быть удобно записывать, диктовать, переспрашивать и при этом не чувствовать себя непонятливым

8. Правило конфиденциальности

ВЫ НЕ РАСПРОСТРАНЯЕТЕ НИКАКУЮ ИНФОРМАЦИЮ О ГОСТЯХ

- Личную информацию, контактные данные, номера коттеджей, сроки проживания и пр.
- Вы также не обсуждаете эту информацию с коллегами, друзьями или родственниками
- Вы сохраняете приватность отдыха гостей

9. Правило прощания

ВЫ ПРОЩАЕТЕСЬ ТАК, ЧТОБЫ К ВАМ ЗАХОТЕЛОСЬ ПОСКОРЕЕ ВЕРНУТЬСЯ

- Вы улыбаетесь, благодарите за отдых на курорте, говорите добрые пожелания
- Вы делаете это искренне и с удовольствием, тогда к вам захочется вернуться

ТАК ГОВОРИТЬ МОЖНО	ТАК ГОВОРИТЬ НЕЛЬЗЯ
Приветствие/прощание	
Приветствие по времени дня: <i>Доброе утро! Добрый день! Добрый вечер!</i> <i>До свидания! Всего доброго! Будем рады видеть вас снова!</i>	<i>Приветствую</i> (слишком официально) <i>Здравствуйте</i> (чаще звучит как «здрасьте») <i>Привет</i> (даже если это ваш знакомый)
Знакомство	
<i>Как я могу к вам обращаться?</i> <i>На чье имя забронировать номер?</i>	<i>Как вас зовут?</i> <i>На кого бронировать?</i>
Начало разговора	
<i>Есть ли у вас какой-то вопрос?</i>	<i>Чем я могу вам помочь?</i>
Согласие	
<i>Да, конечно</i> <i>Да, конечно, одну минуту</i>	<i>Да</i> (коротко, но неприветливо) <i>Да, сейчас</i> (чаще звучит как «да, щас»)
Отказ	
<i>К сожалению, нет</i> <i>К сожалению, по правилам безопасности — это невозможно</i> <i>К сожалению, такие услуги на курорте не оказываются</i>	<i>Нет</i> (грубо и без объяснений) <i>Нет, это невозможно</i> (грубо и безапелляционно) <i>Нет, я не могу / нет, мы не можем</i>
Уточнение	
<i>Повторите, пожалуйста, ваш вопрос</i> <i>Прошу прощения, я не расслышал, повторите, пожалуйста</i> <i>Одну минуту, я уточню этот вопрос</i> <i>Не совсем так ... (далее следует пояснение)</i> <i>Такой вариант был бы возможен, если бы не...</i> <i>Правильно ли я понимаю, что...</i> <i>Я сделаю все, что от меня зависит, чтоб решить ваш вопрос</i>	<i>Повторите</i> <i>Как вы сказали?</i> <i>Я не знаю</i> <i>Вы меня не поняли</i> <i>Вы не правы / Вы ошибаетесь</i> <i>Я вас не понимаю</i> <i>Не могу ничего обещать</i>
Благодарность, ответ на благодарность	

<i>Благодарю вас за обращение</i>	
<i>Спасибо за обращение</i>	
<i>Пожалуйста, хорошего дня/хорошего отдыха/хорошей дороги</i>	<i>Не за что</i>
	<i>Слова-паразиты</i>
	<i>Смотрите, как бы, ну, в общем, вообще-то да, ага</i>
	<i>Уменьшительно-ласкательная форма</i>
	<i>Секундочку, минутку, билетики, ботиночки, лыжки и т.д.</i>

ОБЩЕНИЕ ПО ТЕЛЕФОНУ

1. Общие правила

- Разговаривайте по телефону с улыбкой, это чувствуется
- Голос должен быть приятным, речь чистой, ритмичной, слова четкими
- Не следует перебивать или торопить звонящего, отвлекаться во время разговора
- Выразите сожаление, если пожелание или просьба звонящего не могут быть исполнены
- Поблагодарите за звонок в конце разговора, дайте понять, что все обещания будут выполнены
- Телефонную трубку можно повесить только после того, как это сделал ваш собеседник

2. Начало разговора, ответы на вопросы

- На входящий звонок следует отвечать не позднее 3-х гудков
- При ответе на звонок всегда используется стандартная приветственная фраза:
- название курорта + название сервиса + имя администратора + приветствие по времени суток
- «Охта Парк, служба размещения, Снежана, доброе утро!»
- «Охта Парк, служба инструкторов, София, добрый день!»
- «Охта Парк, информационный центр, Светлана, добрый вечер!»
- Если при ответе на ваше приветствие звонящий не представился, попросите его сделать это
- Обращайтесь к звонящему только так, как он представился (по имени или по имени и отчеству)
- В разговоре необходимо обратиться к звонящему по имени минимум 1 раз
- Внимательно выслушайте звонящего и ответьте на все вопросы четко и полно
- Уточните, если в вопросе звонящего что-то не понятно – это позволит предоставить именно ту информацию, которая необходима

2. Удержание / перевод звонка

- Если вопрос звонящего требует подготовки, скажите ему, что вам требуется уточнить информацию, и сообщите, сколько времени на это потребуется
- Если на подготовку ответа требуется не более 1-ой минуты, предложите звонящему подождать на линии. Не следует ставить звонок в режим ожидания, не получив на это согласия
- Не оставляйте звонок на линии в режиме ожидания более 1-ой минуты
- Если подготовка ответа займет больше времени, поясните звонящему, с чем это связано, сообщите ориентировочное время, когда вы дадите ответ, спросите, в какой форме будет удобно его получить (по телефону/посредством мессенджеров/по электронной почте)
- Дайте ответ в то время, которое вы указали
- В сложных ситуациях вам может потребоваться больше времени на подготовку ответа, чем вы рассчитывали – сообщите об этом гостю. Принесите свои извинения за то, что не смогли дать ответ в срок, поясните, с чем это связано, назовите новый срок, исполните его
- Если звонок требует переадресации, попросите звонящего оставаться на линии. Начните переводить звонок только после согласия звонящего
- Помните, что переадресовать звонок следует не более 1-го раза, поэтому убедитесь в правильности переадресации
- Не следует сразу же соединять звонящего с адресатом – дождитесь ответа адресата, коротко передайте суть вопроса, получите согласие на прием звонка, соедините звонящего с адресатом
- Если перевести звонок не удалось (никто не ответил), вернитесь к звонящему, поблагодарите за ожидание, предложите оставить сообщение. Не следует просить звонящего перезвонить

РАБОТА С ЗАПРОСАМИ ОТ СМИ

1. Средства массовой информации (СМИ):

- Газеты, журналы, телевидение, радио, новостные Интернет-порталы

2. Правила работы с запросами от СМИ

- При поступлении запроса от СМИ с просьбой прокомментировать какое-либо событие или происшествие, связанное с курортом, необходимо выяснить, кто обращается (имя, должность, название СМИ) и незамедлительно соединить с руководителем отдела маркетинга курорта:

Сотрудникам курорта запрещается давать какие-либо комментарии при поступлении подобных вопросов от СМИ

Правильным ответом на вопрос журналиста будет фраза: «К сожалению, я не имею полномочий отвечать на подобные вопросы. Пожалуйста, оставайтесь на линии, я соединю Вас с руководителем отдела маркетинга»

- При поступлении запроса от СМИ с предложением о сотрудничестве необходимо попросить прислать предложение по электронной почте на адрес marketing@ohtapark.ru. В письме попросите кратко описать суть предложения и указать контактные данные для связи.

5. КОНФЛИКТЫ И ЖАЛОБЫ: ПРАВИЛА РАБОТЫ С ВОЗРАЖЕНИЯМИ ОБЩИЕ ПРАВИЛА РАБОТЫ С ЖАЛОБАМИ

- Старайтесь положительно решать все проблемы гостей
- Если гость просит о том, что противоречит правилам оказания услуг или правилам безопасности, поясните ему это, но не злоупотребляйте ссылкой на правила, это крайняя мера
- Обещайте только то, что можете выполнить и обязательно выполняйте то, что пообещали
- Старайтесь решить проблему до того, как гость покинет ваш сервис или курорт
- Если решение проблемы не произошло в момент обращения, на каждом этапе информируйте гостя о текущем состоянии дел
- Если гость хочет высказать свои замечания в письменном виде, предложите ему книгу жалоб
- Проследите, чтобы гость указал свои контактные данные для дальнейшей связи
- Ответ на жалобы, полученные по электронной почте или через сайт курорта, должен быть дан незамедлительно. Если ситуация требует рассмотрения, ответьте, что информация передана на рассмотрение руководству/компетентному сотруднику, укажите должность такого сотрудника, сообщите, когда будет дан ответ
- В пределах рабочего времени письмо с жалобой может находиться без ответа не более 15 минут
- При передаче смены сообщите коллегам информацию о поступивших жалобах – при повторном обращении они смогут быстро сориентироваться в ситуации
- Анализируйте поступающие жалобы, сообщайте о них руководству, предлагайте способы улучшения обслуживания, чтобы избежать подобных жалоб в будущем

КАК ПРИНЯТЬ ЖАЛОБУ

- При поступлении жалобы внимательно выслушайте претензию гостя
- Слушая, демонстрируйте свою обеспокоенность возникшей ситуацией
- Не перебивайте гостя, дайте ему возможность высказаться до конца
- Задайте дополнительные вопросы, если для полного понимания вам не хватает информации
- Получив полную информацию, моментально оцените жалобу
- Выразите свое сожаление по поводу расстройства гостя
- Принесите извинения, если проблема напрямую связана с недочетами в работе курорта
- Не пытайтесь объяснить, кто виноват в сложившейся ситуации, не обвиняйте других сотрудников
- В данный момент для гостя вы являетесь лицом курорта, примите удар на себя
- Внутренние рабочие вопросы вы будете решать после того, как решите проблему гостя

КАК ОТРАБОТАТЬ ЖАЛОБУ

- Оценив ситуацию, найдите решение проблемы и согласуйте его с гостем. Для начала предложите наиболее приемлемый, с вашей точки зрения, вариант. Дождитесь ответной реакции
- Если этот вариант не устроит, предложите альтернативу и дайте гостю возможность выбрать
- Если решение проблемы выходит за пределы вашей компетенции, скажите об этом гостю и пригласите компетентного сотрудника для решения проблемы
- Если такой возможности нет, запишите в присутствии гостя всю информацию, сообщите, что представите ее к рассмотрению компетентному лицу, назовите срок рассмотрения
- Не забудьте записать контактные данные гостя, чтобы сообщить о решении проблемы
- Поблагодарите гостя за обращение – это дает возможность улучшить сервис на курорте

ПРАВИЛА ПОВЕДЕНИЯ ПРИ КОНФЛИКТАХ

- Сохраняйте спокойствие и сдержанность в любой ситуации
- Внимательно слушайте, не перебивайте, демонстрируйте вовлеченность
- Если гость не представился, попросите его сделать это
- В разговоре обращайтесь к гостю именно так, как он представился
- Не спорьте и не возражайте гостю, не пытайтесь доказать, что гость не прав
- Не оправдывайтесь и не обвиняйте гостя
- Не проявляйте агрессию, недовольство, сарказм
- Постарайтесь провести переговоры с гостем, который бурно высказывает свое недовольство, в отдельном помещении за пределами общей гостевой зоны

ВЫ УСПЕШНО СПРАВЛЯЕТЕСЬ С КОНФЛИКТАМИ, ЕСЛИ

- Вы сдержаны, вежливы и сохраняете спокойствие
- Вы сожалеете о сложившейся ситуации
- Вы заинтересованы в том, чтобы решить проблему гостя
- Вы возвращаете разговор в конструктивное русло
- Вы предлагаете несколько вариантов решения проблемы

6. ОШИБКИ В РАБОТЕ: ЧТО ДЕЛАТЬ НЕЛЬЗЯ?

ВО ВРЕМЯ ОБЩЕНИЯ С ГОСТЕМ БУДЕТ ОШИБОЧНО

- Не поздороваться, не попрощаться
- Не представиться и не узнать, как зовут гостя
- Не обращаться к гостю по имени/по имени и отчеству
- Отвлекаться на посторонние дела, других гостей, коллег
- Заниматься чем-либо, одновременно разговаривая с гостем
- Прерывать разговор, откладывая решение вопроса, ссылаясь на более важные дела
- Обращаться к гостю, который находится от вас на расстоянии более 2 метров
- Говорить что-либо гостям «в спину», т.е. когда гость уходит, отвернулся от вас и т.д.

ВО ВРЕМЯ ОБЩЕНИЯ С ГОСТЕМ ЗАПРЕЩАЕТСЯ

- Использовать ненормативную лексику
- Демонстрировать свои личные эмоции (недовольство, раздражение, злость и пр.)
- Ставить условия: «Или вы будете меня слушать, или мы закончим разговор»
- Представлять курорт, отдельные сервисы или сотрудников в негативном свете

СОТРУДНИКАМ КУОРТА ЗАПРЕЩЕНО

- Покидать рабочее место более чем на 10 минут (за исключением перерыва на обед и в случае выполнения задачи за пределами рабочего места)
- Решать личные вопросы, находясь на рабочем месте, в том числе пользоваться личным мобильным телефоном (разговоры, мессенджеры, социальные сети)
- Необходимо ставить мобильный телефон на беззвучный режим. Чтобы воспользоваться личным телефоном, покиньте рабочее место
- Курить в общественных зонах, в т.ч. в непосредственной близости от входов в здания. Для этого используются специально отведенные места
- Демонстрировать свою личную жизнь, в том числе находясь на курорте в статусе гостя
- Выяснять отношения с коллегами в общественных местах
- Сотрудникам разных отделов не разрешается общаться на личные темы, если один из сотрудников в это время находится на рабочем месте
- Публиковать в социальных сетях негативную или компрометирующую информацию о курорте или его сотрудниках
- Находясь в статусе сотрудника курорта принимать участие в розыгрышах, проводимых курортом в том числе в социальных сетях

7. СТАНДАРТЫ ВНЕШНЕГО ВИДА: ФОРМА ОДЕЖДЫ, ПРИЧЕСКА, ГИГИЕНА

ФОРМА ОДЕЖДЫ

- Требуется полная форма — чистая, выглаженная, в хорошем состоянии (не изношенная)
- Группам сотрудников, работающим вместе, необходимо носить одинаковую форму
- Ношение формы в нерабочее время запрещается
- Все сотрудники должны носить именной значок, который крепится слева
- Пиджаки и рубашки следует носить застегнутыми на все пуговицы

- Содержимое карманов одежды не должно искажать ее форму
- Туфли с закрытой пяткой и носком, чистые и в хорошем состоянии

ПРИЧЕСКА И ГИГИЕНА

- Волосы должны быть чистыми, прическа аккуратной
- При удлинённой стрижке волосы должны быть убраны с лица
- Длинные волосы у женщин укладываются в пучок или аккуратно собираются в хвост
- Сотрудники, имеющие дело с едой/напитками, должны носить защитный головной убор
- Макияж должен быть максимально естественным, запрещается использование темных и ярких тонов теней, помад, румян
- Ногти должны быть чистые, коротко подстрижены
- Женщинам разрешаются ногти средней длины, допускается лак нейтрального цвета
- Если мужчина носит бороду или усы, они должны быть ухоженными.

8. СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕГО МЕСТА: В ЗОНЕ ПРЕБЫВАНИЯ ГОСТЕЙ

Рабочие места, расположенные в местах пребывания гостей (общественные пространства), требуют особых условий содержания

- Торговые точки, стойки администраторов и хостес, зона ресепшн, столы менеджеров по работе с гостями – все это рабочие места, расположенные в общественных пространствах. В отличие от служебных помещений они не скрыты от глаз гостей
- Рабочее место сотрудника должно быть чистым, необходимо поддерживать порядок
- На рабочем месте разрешается размещать только все необходимое для работы (техника, канцелярия, документы)
- При наличии стойки администратора все это располагается на нижнем уровне. Верхний уровень предназначен для гостей, на столешнице не должно быть ничего лишнего
- Не допускается держать на рабочем месте личные вещи – они должны быть убраны в сумку или в тумбочку, или храниться в служебных помещениях

ТРЕБОВАНИЯ К РАЗМЕЩЕНИЮ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Печатные информационные и рекламные материалы могут быть размещены только на специальных носителях

- Прозрачные пластиковые подставки для буклетов и визиток
- Деревянные рамки А4/А3 для плакатов и афиш
- Фирменные деревянные папки для прайс-листов
- Все объявления должны быть оформлены на бланке и заламинированы
- При наличии плазменной панели на рабочем месте необходимо своевременно обновлять рекламные и демонстрационные материалы

9. КОНТРОЛЬ СООТВЕТСТВИЯ ПРИНЯТЫМ СТАНДАРТАМ ОБСЛУЖИВАНИЯ РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ ДОКУМЕНТЫ

- Стандарты обслуживания (регламентируются настоящим документом)
- Внутренний регламент работы сервиса (разрабатываются сервисами курорта)
- Должностные инструкции (разрабатываются сервисами курорта)

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

- Каждый, кто становится сотрудником курорта, в своей деятельности должен опираться на правила, закрепленные настоящими Стандартами
- Данные правила распространяются на всех сотрудников, включая руководство
- Ответственность за первичное знакомство сотрудников курорта с настоящими Стандартами возложено на руководителей отделов и сервисов курорта, включая самостоятельные бизнес-единицы
- Текущий контроль исполнения настоящих Стандартов возложен на непосредственного руководителя каждого сотрудника
- Периодический контроль исполнения настоящих Стандартов возложен на отдел маркетинга курорта

ИНСТРУМЕНТЫ

- Анализ обратной связи от гостей курорта
- Раздел на сайте, книга жалоб, аккаунты в социальных сетях, личные жалобы гостей
- Анализ звонков
- Замеры распределения времени и скорости обслуживания гостей
- Прослушивание разговоров
- Вежливость, приветливость, качество предоставленной информации

- Метод «тайного покупателя»
- Видеонаблюдение (интерактивная система)
- Оценка эмоций гостя в момент общения с персоналом курорта