

Управление службой приема и размещения отеля

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 1 день

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Дата начала: 17.11.2025

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

День 1

Стандарты, регламентирующие работу службы приема и размещения

- Служба приема и размещения (СПиР) как стратегическое подразделение гостиницы
- Организационная структура СПиР
- Взаимодействие с другими подразделениями гостиницы
- Правила предоставления гостиничных услуг (основные законодательные акты, протоколы и постановления, касающиеся сферы предоставления гостиничных услуг)
- Формы рабочей документации
- Как сделать выбор операционной системы управления front office
- Общие стандарты службы номерного фонда
- Опросник (check-list) СПиР

Практикумы:

- заполнение предустановочной документации перед инсталляцией операционной системы в гостинице. Как избежать ошибок
- задание по составлению расписания для сотрудников

Операционные процедуры, имеющие влияние на деятельность службы приема и размещения

- Операционные процедуры службы бронирования
- Операционные процедуры службы приема и размещения
- Операционные процедуры консьержей и белменов
- Операционные процедуры телефонных операторов
- Процедура ночного аудита, закрытие финансового дня в гостинице
- Политика upsales

Практикумы:

- разработка операционных процедур и стандартов для СПиР
- кейс «Ночной аудит»

Управление персоналом службы приема и размещения

- Мотивация персонала. Корпоративная культура и стиль управления как важные инструменты мотивации персонала
- Как удержать сотрудников front office, практические советы
- Оценка персонала — как и зачем оценивать сотрудников
- Наставничество и обучение персонала
- Анализ работы персонала. Разработка наград «Сотрудник месяца, года»

Практикум: особенности поиска и подбора гостиничного персонала

Клиентоориентированный сервис

- Работа с различными категориями гостей
- Создание программы лояльности для гостей
- Поощрение частых гостей, распределение Amenity
- Сервис как стратегия
- Знакомство с новейшими технологиями, используемыми в работе службы номерного фонда
- Технология проведения сравнительной статистики

Практикум: составление сравнительной статистики по заданным параметрам в одинаковом сегменте гостиниц. Case study. «Как создать идеальный сервис»

Дистанционная часть (факультативно)

Видеокурс «Психология деловых отношений»

- Деловое общение
- Ключевые компетенции деловых лидеров
- Эмоциональный интеллект как фактор успеха в построении деловых отношений
- Стратегии поведения участников деловых отношений
- Ассертивность
- Средства общения
- Модель поведения в процессе общения. Транзактный анализ
- «Пристройка» в деловом общении
- Модель партнерской коммуникации GROW

Видеокурс «Навыки эффективного общения: совещания, презентации, переговоры»

- Деловые совещания: классификация, правила подготовки и проведения
- Презентация: основные идеи, требования и правила подготовки
- Вербальный, невербальный компонент в презентации
- Определение и суть переговоров
- Место переговоров в процессе делового общения
- Стратегии проведения переговоров
- Условия достижения успеха в переговорах
- Параметры подготовки к переговорам
- Принципы проведения переговоров

Видеокурс «Основы управления проектами»

- Управление проектами как процесс
- Жизненный цикл проекта: предиктивный, адаптивный, циклы ИТ-проектов
- Гибридизация жизненных циклов
- AGILE-подходы к управлению проектами. Принципы и методы

SCRUM

- Организация проектных команд. Функции SCRUM-мастера
- Принципы и инструменты Kanban, Lean, Kaizen
- Менеджмент качества и специфика системы 5S
- Цели и задачи проекта. Основы планирования и риски

Видеокурс «Деятельность менеджера: функции, роли, компетенции»

- Роль менеджера в компании
- Понятие и обеспечение «управляемости». Внутренний клиент
- Функционал менеджера. Структура обязанностей
- Планирование и целеполагание: методики, расчет временных затрат
- Виды мотивации сотрудников. Основные риски при выборе системы
- Формирование работающей обратной связи
- Контроль исполнения задач: инструменты и базовые ошибки
- Делегирование полномочий без потери качества
- Индивидуальная модель компетенций менеджера

Видеокурс «Контент стратегии для создания и развития бренда»

Маркетинговые стратегии и планы

- Этапы развития маркетинга — современная маркетинговая концепция
- Основные функции и задачи маркетинга в компании
- 7 блоков маркетингового анализа
- Источники информации по основным блокам и ее достоверность
- 6 этапов маркетингового плана
- Структура блоков и порядок разработки
- Аудит маркетинга: алгоритм проведения
- Оценка эффективности маркетинговых мероприятий по финансовой модели

Инструменты контент-маркетинга

- Понятие и сущность контент-маркетинга
- Формирования информационного поля бренда
- Взаимосвязь контент-маркетинга и пиар-стратегии

- Каналы и инструменты контент-маркетинга: подробный обзор
- Работа с аудиторией: холодная, теплая, горячая
- Настройка ретаргетинга
- Виды и уровни сложности контента для ЦА
- Стратегия контент-маркетинга
- Формирование воронки продаж
- Метрики измерения эффективности контент-маркетинга

Основы бренд-менеджмента

- Составляющие бренда и его значение
- Основы бренд-менеджмента: правило 4P
- Формирование инфополя бренда
- Как измерить эффективность: ключевые показатели
- 5 уровней реализации бренд-плана
- Девизы и описания: определение сущности бренда
- Реализация и использование сущности
- Визуализация идеи. Позиционирование
- Построение пирамиды потребителей
- Правила нейминга и брендбука
- Показатели «здоровья бренда»
- Рекламная стратегия и продвижение