



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

SUPPORT DE CURS RECEPTIONER DE HOTEL

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capital Uman 2014 - 2020
Axa prioritară 3: Locuri de muncă pentru toți!
Titlul proiectului: Angajați competitivi în Regiunea Vest
Cod proiect: POCU/464/3/12/128211



Proitam



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

1. Comunicarea eficientă la locul de muncă

1.1. Conceptul de comunicare

Cu 2500 de ani în urmă, în Grecia antică apăreau primii germeni ai democrației. Cei care stăpâneau mai bine arta comunicării, se afirmau mai ușor în societate. Artă de a comunica convingător s-a numit **retorică**.

Fiecare om vorbește și scrie pentru a transmite celorlalți gândurile, sentimentele sau dorințele sale.

Limbajul este capacitatea cu care este înzestrat orice om pentru a învăța, a folosi un sistem de semne (gestica, mimica) și pentru a-și reprezenta lumea (imaginația).

Comunicarea este cea care permite stabilirea unei relații între persoane. Ea desemnează acțiunea de a comunica sau rezultatul acestei acțiuni.

Comunicarea umană poate fi:

Verbală;
Non-verbală;
Interpersonală;
Intrapersonală.

Tipurile de comunicare umană sunt:

Comunicarea intrapersonală - comunicare în și către sine;
Comunicarea interpersonală - comunicarea între oameni;
Comunicarea de grup - comunicarea între membrii grupurilor și comunicarea dintre oamenii din grupuri cu alți oameni;
Comunicarea de masă - comunicarea primită/folosită de un număr mare de oameni.

Comunicarea interpersonală este cea mai importantă formă de comunicare și cel mai des folosită. Oamenii nu pot evita acest tip de comunicare; existența lor socială depinde de abilitatea cu care pot angaja discuții cu alții. Viața de familie, relațiile cu prietenii, activitatea profesională, toate depind de această calitate.

Comunicarea interpersonală se referă la comunicarea față în față pentru a te înțelege pe tine și pentru a construi relațiile tale cu ceilalți. Pentru a realiza acest lucru trebuie dezvoltate capacitățile de autoanaliză, autocunoaștere, autoexpunere, precum și cunoașterea barierelor și factorilor perturbatori care îngreunează procesul comunicării. Oamenii trăiesc în comunitate în virtutea lucrurilor pe care le au în comun, iar comunicarea este modalitatea prin care ei ajung să dețină în comun aceste lucruri. Pentru a forma o comunitate sau o societate, ei trebuie să aibă în comun scopuri, convingeri, aspirații, cunoștințe, o înțelegere comună.

Comunicarea este cea care asigură dispoziții emoționale și intelectuale asemănătoare, moduri similare de a răspunde la așteptări și cerințe.

Nivelurile de comunicare sunt:

- Verbal
- Paraverbal





UNIUNEA EUROPEANĂ



- Nonverbal.

Acestea sunt reprezentate astfel:

38% -nivelul verbal (al cuvintelor) - doar 7% din totalul actului de comunicare;

38%

- la nivel paraverbal (ton, volum, viteza de rostire);

55%

- la nivel nonverbal (expresie facială, poziție, mișcare, îmbrăcăminte etc.)

Dacă între aceste niveluri nu sunt contradicții, comunicarea poate fi eficace.

Dacă însă între niveluri există contradicții, mesajul transmis nu va avea efectul scontat.

Percepția mesajelor

În cazul unei comunicări verbale, un individ poate fi atât receptor cât și emittător.

Pentru o bună comunicare emittătorul trebuie să respecte următoarele cerințe:

- să cunoască pregătirea și comportamentul receptorului;
- să pregătească atent mesajul;
- să și supravegheze gesturile proprii;
- să folosească o tonalitate adecvată a vocii;
- să practice un debit adecvat;
- să antreneze receptorul în discuție;
- să verifice înțelegerea mesajului.

Cerințele pe care trebuie să le respecte receptorul sunt:

- să creeze o stare de spirit favorabilă ascultării;
- să participe la discuție;
- să și concentreze atenția asupra esențialului;
- să și exerseze corect memoria pentru a reține corect mesajul;
- să și exerseze corect auzul;
- să acorde atenție timbrului vocii, gesturilor;
- să asculte atent ultima frază din mesaj care sintetizează ideile principale;
- să își supravegheze propriul limbaj al corpului;
- să folosească feed-backul pentru a verifica înțelegerea mesajului.

Caracteristicile temperamentale ale personalității

Cumpărătorul cu **temperament sangvin** este vioi, energic, optimist, sociabil, se adaptează ușor la situații noi de mediu și la diferiți oameni, este sigur pe el, îndrăzneț și rapid în luarea deciziei de cumpărare, dar nu acceptă cu ușurință sfaturile personalului din comerț.

Cumpărătorul cu **temperament coleric** este foarte nervos, își iese repede din fire, fiind nestăpânit, se decide imediat asupra cumpărăturii, dar nu suportă contrazicerile, acceptând destul de greu sugestiile vânzătorului.





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Cumpărătorul cu **temperament flegmatic** este mai lent, calm, răbdător, cu mimică și gesturi mai puțin expresive, mai rezervat, nu-și exprimă vizibil gusturile și preferințele, chibzuind mult până ia decizia de cumpărare, pentru care acceptă sugestiile vânzătorului.

Cumpărătorul cu **temperament melancolic** este foarte sensibil, impresionabil, liniștit, nehotărât, având nevoie de sprijinul vânzătorului cu condiția ca acesta să fie delicat și plin de tact.

Caracterul este dimensiunea psihologică ce exprimă profilul psiho-moral al personalității și profilează câteva tipuri de consumatori:

- consumatorul atotștiutor se consideră competent în legătură cu orice produs, vrând să facă dovada acestei competențe; în acest caz, adoptarea unui comportament al vânzătorului din care să rezulte acordul său cu opinia consumatorului este o regulă general valabilă;
- consumatorul econom_ apreciază mai toate produsele în funcție de bugetul său bănesc, chibzuind îndelung până când se decide să cumpere, fiind foarte atent la prețul produsului, vânzătorul trebuie să insiste mai mult asupra calității produsului și nu asupra prețului;
- consumatorul impulsiv_ia decizii de cumpărare în mod subit, fără să se gândească prea mult; el este impresionat de înfățișarea produsului, de marca lui și nu admite să fie contrazis;
- consumatorul entuziast_este impresionat repede de un produs pe care îl laudă și îl admiră; vânzătorul trebuie să se alăture acestui entuziasm întărindu-i convingerea că a făcut o alegere bună.

Tehnici de comunicare interpersonală

Comunicarea interpersonală este comunicarea între oameni și prezintă următoarele avantaje:

dă posibilitatea emițătorului să-și exprime ideile rapid și ușor;

există posibilitatea controlului prin feed-back;

se pot folosi tehnici persuasive, gesturi, mimică;

există posibilitatea controlării fluxului informațional.

Mesajul verbal depinde de respectarea caracteristicilor comunicării verbale:

- claritate;
- acuratețe;
- empatie;
- sinceritate;
- relaxare;
- contact vizual;
- ținută;

Mesajul trupului_ depinde de poziția corpului. O poziție gârbovită afectează vocea în sens negativ.

Mesajul paraverbal depinde de volumul și tăria vocii, ton, viteză de rostire, zgomotul de fond, folosirea pauzei etc.

Etica profesională se raportează la: obiectul muncii, cumpărător, echipa de lucru, propria persoană etc.





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Etica comunicării umane în raport cu cumpărătorul constă în servirea civilizată, amabilitate permanentă față de clienți, crearea condițiilor în care să se lucreze bine, organizat, rapid, cu un consum minim nervos.

Etica în raport cu echipa de lucru trebuie să cuprindă maximă înțelegere față de colegi, schimb de cunoștințe profesionale, de cultură generală, de experiență, întrajutorare și sprijin, disciplină exemplară pentru sarcinile profesionale.

Etica față de propria persoană presupune îndeplinirea acestei meserii frumoase și dificile cu mândrie, cu demnitate, fără falsă modestie, educarea prin voință, stăpânirea propriilor sentimente și manifestări, să nu manifeste exigențe prea mari față de cumpărători, și prea mici față de sine.

Lucrul în echipă. În ultima perioadă se pune un accent tot mai mare pe lucrul în echipă, ceea ce presupune o comunicare de grup.

Grupul de muncă reprezintă minimum două persoane care realizează o activitate sau o acțiune comună.

Factorii care influențează eficiența grupului sunt:

- coeziunea;
- mărimea grupului;
- caracteristicile personale ale membrilor grupului;
- compatibilitatea membrilor;
- poziția grupului în ierarhia organizației;
- relațiile grupului cu organizația și comunitatea;
- natura sarcinii și gradul de dificultate al acesteia;
- mediul în care își desfășoară activitatea grupul;
- stilul conducătorului;
- relațiile de prietenie între membrii grupului;
- motivarea grupului în îndeplinirea obiectivelor;
- nivelul de participare al membrilor la activitățile grupului;

1.2. Comunicarea in hotel

Intr-o organizatie, cum este hotelul, procesul de comunicare are urmatoarelr aspecte :

Comunicarea organizationala intercompartimentala

1. interdepartamentala pe verticala (descendenta sau ascendenta, scrisa sau verbala) ; pe orizontala (scrisa sau verbala);

2. intradepartamentala pe verticala : ascendenta sau descendenta, scrisa sau verbala ; pe orizontala : scrisa sau verbala ;





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Comunicarea organizationala intercompartimentala

a. *pe verticala* intre conducerea hotelului si compartimentul de receptie (descendenta) - conducerea hotelului comunica formal sefului de departament, pe canalele relationale organizatorice, urmatoarele categorii de informatii :

- Atributiile si sarcinile specifice, programul de lucru, normele de securitate, de protectia muncii si PSI, legislatia si normele hoteliere generale si specifice, reguli si norme specifice interne, reguli de comportament profesional , politica de vanzare -rezervare , sarcini si informatii operative determinate de specificul fiecarei zile hoteliere si al diferitelor categorii de clienti .

- Comunicarea se poate realiza prin documente scrise, sedinte operative planificate saptamanal sau neplanificate ; prin contact direct cu seful departament receptie, in timpul programului de lucru, direct sau prin telefon .

- In cazul informatiilor de importanta majora, ce au un caracter de reglementare a activitatii din receptie, se recomanda comunicarea scrisa, cu confirmare de luare la cunostinta . Comunicarea trebuie sa fie bine structurata, concisa, documentata si sa nu contina ambiguitati .

- Informatiile trebuie sa ajunga in timp util si sa fie aduse la cunostinta tuturor angajatilor din serviciul de receptie, pe canale speciale .

b. Comunicarea intre compartimentul de receptie si conducerea hotelului (ascendenta) - in cazul acesta :

- Departamentul de receptie, respectiv seful departamentului are ca sarcina de a comunica conducerii executive si sefilor altor departamente, unele informatii conform sistemului de comunicare stabilit.

Obiectul comunicarii poate fi reprezentat de :

- Rapoarte si sarcini privind vanzarile, indicatorii specifici ai activitatii de cazare, graficul de lucru si pontajele, situatiile speciale generate de personal sau de clienti, solicitarile speciale ale personalului sau ale clientilor , disfunctii privind echipamentele si instalatiile, alte informatii . Majoritatea informatiilor comunicate se transmit in scris si au termen precis de predare.

Comunicarea organizationala intercompartimentala

a. *pe orizontala* - prin natura activitatii, receptia este legata prin canale de comunicare organizationala cu :

- compartimentul de etaj (Housekeeping)
- compartimentul vanzari-marketing
- compartimentul de restauratie
- compartimentul tehnic de intretiner
- compartimentul prestatoare de servicii suplimentare : agrement, tratament, baze sportive, transport, inchirieri.

1.2.1.Comunicarea intre Receptie si Etaj

Receptia colaboreaza cel mai frecvent cu departamentul de etaj, in scopul valorificarii superioare si eficiente a spatiilor de cazare. Fiind cunoscut faptul ca „etajul produce” serviciul de





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

baza, iar receptia il comercializeaza, intre cele doua servicii se stabilesc canale de comunicare organizationala, receptia avand ca obiective sa comunice :

- situatia camerelor la inceperea zilei hoteliere (orele 6.30-7.00)
- sosirile de turisti pe parcursul zilei hoteliere :
- clienti ocazionali
- clientii casei, VIP ;
- grupuri organizate;
- plecari neanuntate
- plecările clientilor dupa ora 12:00
- situatiile particulare;
- tratamentele speciale pentru clientii casei si VIP-uri;
- comenzile pentru serviciile suplimentare;
- defectiunile reclamate;
- cererile pentru montarea patului suplimentar
- solicitarile speciale ale clientilor si preferintele acestora.

Comunicarea acestor informatii se face in cel mai scurt timp dupa formularea cererii .

1.2.2. Comunicarea intre Etaj si Receptie :

Pentru ca circuitul informational sa fie complet, etajul, prin canalele specifice, va transmite in timp util urmatoarele categorii de informatii (documente) :

- raportul guvernantei privind situatia camerelor (inainte de ora 12.00);
- situatiile particulare ;
- defectiunile depistate si cerere de remediere a acestora ;
- consumul din mini-barul frigorific;
- bonurile pentru serviciile suplimentare;
- obiectele uitate ;

La fel ca si in primul caza comunicarea trebuie sa fie operativa si eficienta .

1.2.3. Comunicarea intre Receptie si Restauratie :

Restauratia este cel de-al doilea departament de baza al hotelului care pune la Dispozitia clientilor, prin unitatile specifice, servicii de alimentatie, agrement si animatie . Comunicarea dintre cele doua departamente este importanta pentru procesul de servire a clientilor si presupune, din partea receptiei, sa comunice :

- numarul de clienti existenti;
- sosirile si plecările;
- numarul de clienti care iau micul dejun (atunci cand el este optional) ;
- structura clientilor (individuali si grupuri) ;
- datele specifice privind grupurile organizate, preluate in comenzile de rezervare :
- data sosirii, a plecării, modificari, anulari ;
- numarul de clienti;

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capital Uman 2014 - 2020
Axa prioritară 3: Locuri de muncă pentru toți!
Titlul proiectului: Angajați competitivi în Regiunea Vest
Cod proiect: POCU/464/3/12/128211





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

- structura clientilor (provenienta, grupe de varsta, motivatie);
- cuantumul alocat serviciilor de alimentatie;
- tipul de pensiune si distributia meselor pe parcursul sejurului;
- meniuri speciale;
- rezervarile de mese in incinta hotelului, modificari, anulari ;
- ocaziile speciale : simpozioane, agape, zile de nastere si onomastice ;
- prezenta clientilor casei si aVIP-urilor, precum si a preferintelor acestora;
- tratamente speciale pentru clientii casei si VIP-uri;
- solicitarile speciale pentru clientii bolnavi sau accidentati;
- comenzile pentru serviciul la camera (room-service);
- persoanele insotite de copii mici, pentru amenajari speciale ;
- reclamatii si solicitarile speciale ;

Pentru a se evita disfunctiile de comunicare se recomanda utilizarea documentelor tipizate si comunicari scrise .

1.2.4. Comunicarea intre Restauratie si Receptie :

Multe hoteluri au eficientizat modalitatile de comunicare intre restauratie si receptie, prin introducerea sistemelor informatice. Prin acestea, informatiile ajung in timp util la receptie pentru a se intocmi situatiile specifice .

Restauratia are ca obiectiv sa transmita :

- listele de preparate si burturi oferite de unitatile componente ;
- programul de functionare al unitatilor;
- programul de divertisment si animatie al unitatilor specializate ;
- notele de plata pentru serviciile prestate, semnate de clienti; obiectele uitate de clienti in restaurant;
- reclamatii formulate de catre clienti .

1.2.5. Comunicarea intre Receptie si compartimentul tehnic :

Departamentul Tehnic (de intretinere) este unul dintre departamentele functionale, avand ca principal rol asigurarea conditiilor tehnice de realizare a serviciilor si remedierea disfunctionalitatilor ce pot sa apara in exploatare.

Relatia cu acest departament presupune din partea receptiei :

Comunicarea defectiunilor si a tuturor problemelor constatate in camere sau in celelalte spatii de catre personalul de etaj sau din receptie .

In unele unitati, receptia ine evidenta defectiunilor si monitorizeaza remedierea lor .

Chiar daca defectiunile sunt depistate, centralizate si monitorizate de catre serviciul de etaj, receptia trebuie informata imediat despre acestea si conditiile de remediere, pentru a se sti daca camerele respective pot fi inchiriate sau raman blocate pentru un timp .





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

1.2.6. Comunicarea între Recepție și compartimentele prestatoare de servicii suplimentare ;

Majoritatea hotelurilor au dezvoltat un sistem complex de servicii suplimentare pentru a veni în întâmpinarea celor mai diverse solicitări ale clienților.

Structura serviciilor oferite diferă de la un hotel la altul, fiind determinate de tipul de unitate, destinația, dimensiunea și categoria de încadrare. Serviciile pot fi prestate de hotel sau de firme specializate cărora li s-au închiriat spații în incinta hotelului.

Serviciile cel mai frecvent oferite sunt cele de :

- tratament (balneo-fozioterapeutic sau de medicină alternativă)
- agrement și animație
- închirieri (articole sportive s.a) ;
- igienă (frizerie, coafură, manechiura, pedichiura) ;
- fitness și wellness
- transport

Din partea recepției, comunicarea presupune :

- efectuarea rezervărilor pentru serviciile suplimentare respective;
- transmiterea de mesaje (corespondență) clienților aflați în spațiile prestatorului de servicii .

- din partea prestatorilor, presupune comunicarea : programului de funcționare , a structurilor și a specificului serviciilor oferite, a condițiilor de acces și a tarifelor practicate;

Încășările contravalorii acestor servicii se poate face direct de către prestatorul de servicii sau prin recepție .

Dacă încasarea se face prin recepție, se eliberează clientului un document (tichet, card) ,care să poată fi prezent în momentul accesului în spațiile prestatorului de servicii .

Comunicarea Organizatională intracompartimentală :

Sistemul relational de comunicare organizatională în cadrul compartimentului de recepție - relația într-o continuă conexiune : sef recepție, rezervări, concierge, recepție, caserie, centrala telefonică .

Seful de recepție are rolul de a planifica, organiza, coordona și controla activitatea personalului din subordine . Informațiile ascendente și descendente au ca scop comunicarea rapidă, corectă și eficientă la nivelul departamentului.

Structura informatională descendentă generată de către seful de recepție are ca scop comunicarea :

- normelor și regulamentelor specifice activității de recepție ;
- formațiilor de lucru stabilite;
- programului de lucru stabilit;coordonatelor politicii de vânzare, rezervare și suprarezervare;
- acțiunilor ce presupun pregătiri și măsuri speciale ;
- măsurilor speciale stabilite în anumite situații .
- tratamentelor speciale pentru clienții casei și VIP-uri;





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

- reclamațiilor și a altor probleme care au fost semnalate .
- Personalul din recepție trebuie să comunice sefului de recepție, prin canalele de comunicare specifice, următoarele informații :
- indicatorii specifici de exploatare ;
 - situația zilnică a rezervărilor ;
 - solicitările speciale ce depășesc competența lucrătorilor din recepție;
 - situațiile particulare;
 - probleme personale

Comunicarea intracompartimentală între secțiunile specializate ale recepției - pe orizontală :

Între secțiunile specializate ale recepției se stabilesc canale de comunicare organizațională, menite să confere eficiența proceselor de comunicare .

Comunicarea între Rezervări și Recepție - elementul esențial al comunicării este soluționarea comenzilor de rezervare. Comenzile de rezervare pot fi adresate secțiunii Rezervări, dar și direct la Recepție.

Comunicarea dintre cele două secțiuni presupune ca recepției să-i fie transmise :

Rezervările efectuate - mapă cu comenzi de rezervare - înainte cu o zi sau la începutul zilei hoteliere - cu mențiunile privind :

- Solicitățile speciale, formulate sau neformulate în scris, în comenzile de rezervare;
- Tipul de rezervare și garanțiile depuse;
- Rezervările pentru clienții casei sau VIP -uri;

Recepția comunică : disponibilitățile de rezervare ; comenzile preluate direct prin recepție sau prin telefon .

Comunicarea între Recepție și Concierge :

Recepția pune la dispoziția secțiunii concierge toate informațiile despre client, în scopul organizării activităților specifice :

Informația se referă la :

- data și ora sosirii / plecării clienților ;
- numărul și structura clienților ce sosesc sau pleacă ;
- comenzile pentru serviciile suplimentare specifice ;
- situațiile particulare.
- comunicarea între Recepție și Centrala telefonică

Între cele două secțiuni, comunicarea este permanentă și presupune :

a. *Din partea recepției :*

- comunicarea solicitărilor formulate de clienți prin recepție (concierge) pentru trezire;
- solicitarea unor legături telefonice în localitate sau în afara localității;
- solicitarea unor numere de telefon sau unor adrese ;

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capital Uman 2014 - 2020
Axa prioritară 3: Locuri de muncă pentru toți!
Titlul proiectului: Angajați competitivi în Regiunea Vest
Cod proiect: POCU/464/3/12/128211





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

- solicitarea bonurilor telefonice pentru clientii care pleaca inainte de expirarea sejurului (pentru hotelurile unde convorbirile telefonice nu sunt inregistrate automat in contul camerei clientului);
- comunicarea defectiunilor specifice aparute;
- transmiterea de mesaje clientilor;
- comunicarea situatiilor particulare.

b. *Din partea centralei telefonice* transmiterea :

- listelor cu numere de telefon utile (de interior, urgente etc);
- listelor cu tarifele si taxele specifice ;
- bonurile pentru serviciile de telefonie prestate clientilor;
- situatiilor particulare .

Comunicarea intre Receptie si Casiereie

Organizarea unor sectiuni distincte, specializate, de receptie si casierie este specifica doar marilor hoteluri de categorie superioara .Din ratiuni de eficienta economica, in majoritatea hotelurilor s-a trecut la unificarea celor doua sectiuni.

Presupunand ca cele doua sectiuni sunt distincte si asistate de doua persoane,acestea vor colabora astfel :

Receptia va comunica :

- soldul clientului pentru incasarea serviciilor in cadrul casiereiei;
- plecările anticipate si alte situatii particulare.

Casieria va comunica receptiei orice situatie speciala :

- clienti insolvabili;
- neconcordanțele constatate de client între serviciile de care a beneficiat si soldul final de plata;
- debitele;
- alte situatii.

