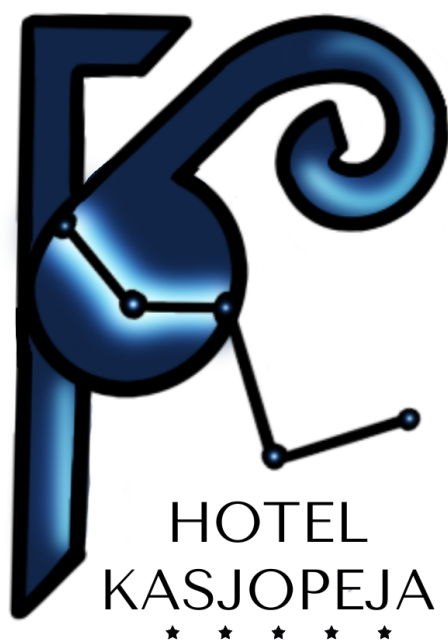


CASE STUDY 6

Hotel Kasjopeja



Aleksandra Sopolińska

WYZWANIE

Odbudowanie zaufania gości, poprawa wizerunku hotelu, przywrócenie dawnej renomy obiektu.

PROBLEMATYKA

Hotel „Kasjopeja” przez wiele lat uznawany był za ekskluzywny ośrodek, oferujący usługi najwyższej klasy. Jednakże, po zmianie właścicieli, obiekt znalazł się w trudnej sytuacji. Wprowadzone modyfikacje mające na celu obniżenie kosztów spowodowały znaczny spadek standardów jakości obsługi, co skutkowało narastającym niezadowoleniem gości. Decydującym momentem dla reputacji hotelu okazał się pobyt Kazotto, znanego youtubera i stałego klienta. Podczas swojej ostatniej wizyty Kazotto doświadczył licznych problemów, takich jak opóźnienia w obsłudze, niska jakość posiłków oraz zaniedbanie w czystości i utrzymaniu pokoi, co skutkowało jego negatywną opinią w mediach społecznościowych i zostawiło skazę na wizerunku obiektu.

Jak zmiany w zarządzaniu wpłynęły na hotel?

Analiza wprowadzonych zmian w zarządzaniu po zmianie właścicieli może obejmować kilka kluczowych obszarów, które przyczyniły się do spadku jakości usług w hotelu.

1. Zarządzanie personelem:

- **Redukcja personelu:** jednym z głównych obszarów, który wpływa na jakość obsługi w hotelu, jest liczba i jakość personelu. Redukcja zasobów ludzkich może prowadzić do przeciążenia pracowników, co z kolei wpływa na ich zdolność i jakość świadczonych usług.
- **Brak odpowiedniego szkolenia:** wprowadzenie oszczędności w dziale szkoleń może skutkować brakiem odpowiednich umiejętności i wiedzy u pracowników, co ma wpływ na jakość obsługi.

2. Zarządzanie

- **Oszczędności w zakupie surowców:** spadek jakości świadczonych usług może być spowodowane korzystaniem z tańszych materiałów czy surowców.
- **Niedostateczna kontrola jakości:** brak skrupulatnej kontroli jakości może prowadzić do obniżenia standardów w obszarze świadczonych usług jak i w gastronomii.

3. Zarządzanie finansami:

- **Nadmierna redukcja budżetu:** cięcia kosztów mogą prowadzić do degradacji w kluczowych obszarach (środki przeznaczone na utrzymanie i konserwacje sprzętu, modernizacja wnętrza).
- **Niskie inwestycje w rozwój:** brak inwestycji w rozwój infrastruktury i technologii może wpływać na konkurencyjność i jakość świadczonych usług.
- **Brak inwestycji w marketing:** redukcja budżetu przeznaczonego na działania marketingowe może obniżyć zainteresowanie potencjalnych jak i stałych gości.

4. Relacjami z Gośćmi :

- **Zaniedbanie opinii gości:** niedostateczna reakcja na opinie i sugestie gości może prowadzić do utraty lojalności gości.

5. Zarządzanie kryzysowe:

- **Brak planu działania w problematycznych sytuacjach:** nowi właściciele mogą nie być odpowiednio przygotowani do radzenia sobie z nagłymi sytuacjami, co może skutkować spadkiem jakości obsługi i zmniejszenie zaufania u gości.

Nowa strategia

Aby przywrócić hotelowi ekskluzywny charakter, można zrestrukturyzować poniższe departamenty:

1. Personel:

- Ponowne ocenienie liczby pracowników i zatrudnienie dodatkowego personelu tam, gdzie to konieczne, aby poprawić obsługę gości.
- Inwestycje w szkolenia personelu w obszarze obsługi klienta, komunikacji interpersonalnej i umiejętności zawodowych.

2. Gastronomia:

- Wprowadzenie wysokiej jakości składników i staranność w przygotowywaniu potraw.
- Eksperymentowanie z innowacyjnymi daniami, aby zaoferować unikalne doświadczenia kulinarne.

3. Inwestycje w infrastrukturę:

- Przegląd i modernizacja wnętrza hotelu, aby zapewnić elegancki i luksusowy wystrój.
- Ulepszenie i utrzymanie sprzętu, aby zapewnić gościom komfort i wygodę.

4. Marketing i relacje z Gośćmi:

- Przegląd strategii marketingowej i zwiększenie inwestycji w promocję obiektu.
- Tworzenie programów lojalnościowych dla stałych gości, oferując dodatkowe korzyści i oferty specjalne.

5. Nadzór jakości:

- Wprowadzenie rygorystycznych standardów kontroli jakości w każdym obszarze działalności obiektu.
- Stałe monitorowanie opinii gości i szybkie reagowanie na wszelkie uwagi lub problemy.

6. Eventy:

- Rozwinięcie oferty dla gości biznesowych - organizacja konferencji, szkoleń.
- Zapewnienie profesjonalnej obsługi podczas imprez i spotkań.

7. Zarządzanie kryzysowe:

- Opracowanie planu zarządzania kryzysowego, aby skutecznie radzić sobie z sytuacjami awaryjnymi i utrzymać reputację hotelu.

8. Ekologia:

- Wprowadzenie praktyk zrównoważonego rozwoju i ekologii, co może dodatkowo podnieść prestiż hotelu.

Przywrócenie ekskluzywnego charakteru hotelowi wymaga odpowiedniego podejścia na wszystkich frontach działalności. Kluczowe jest również stałe monitorowanie i dostosowywanie strategii w odpowiedzi na zmieniającą się sytuację rynkową i oczekiwania gości.

Poprawa wizerunku i odzyskanie zaufania gości.

1. Zdefiniowanie standardów obsługi:

- Określenie standardu obsługi, które są zgodne z ustawą o usługach hotelarskich, kategoryzacją oraz z ekskluzywnym charakterem obiektu.
- Sprecyzowanie oczekiwań dotyczących postawy personelu, szybkości obsługi, czystości, dostępności, i innych kluczowych elementów.

2. Odzyskanie zaufania gości:

- Wdrożenie kampanii informacyjnej przedstawiającej plan poprawy jakości usług.
- Zaoferowanie specjalnych promocji i rabatów dla powracających gości, aby zrehabilitować wcześniejsze niedogodności.

3. Promocja ekskluzywności:

- Wprowadzenie strategii marketingowej opartej na promocji ekskluzywności obiektu.
- Promocja unikalnych cech i ofert (luksusowe pokoje, wyjątkowe doświadczenia, eventy, programy lojalnościowe).

4. Nadzór i dostosowywanie:

- Wprowadzenie systemu monitorowania jakości usług poprzez regularne kontrole i ankiety gości.
- Bieżące dostosowywanie strategii w oparciu o zmieniające się trendy rynkowe i oczekiwania gości.

Kreatywne rozwiązania mogące odzyskać zaufanie gości:

Zaoferowanie unikalnych doświadczeń pozwoli na większe wyróżnienie się na rynku, a także pomoże w zbudowaniu lojalnej bazy gości. Warto także nawiązać do nazwy „Kasjopeja”.

1. Doświadczenia tematyczne nawiązujące do nazwy obiektu:

- **Obserwacje nocnego nieba:** organizacja obserwacji gwiazd dla gości hotelowych.
- **Sesje relaksacyjne pod gwiazdami:** strefa relaksu na zewnątrz hotelu, gdzie goście mogą cieszyć się wieczorem pod gwiazdami.
- **Wieczory tematyczne z mitologią grecką:** organizacja unikalnych wydarzeń nawiązujących do postaci „Kasjopei” - bankiet (np. Na wzór Dionizji), występy teatralne, czy żywe lekcje historii.
- **Gastronomia:** tematyczne menu z daniami inspirowanymi kuchnią grecką, oferowanie specjalnych koktajli inspirowanych nazwami gwiazdozbiorów czy greckich bogów.

2. Personalizacja usług:

- Wdrożenie systemu personalizacji usług, dzięki któremu zapewni gościom unikalny pobyt.

3. Sztuka Lokalna:

- Stworzenie unikalnej atmosfery poprzez dekorowanie obiektu sztuką lokalną.
- Wystawy sztuki lokalnej.
- Koncerty lokalnych muzyków.
- Stworzenie przewodnika po szlakach lokalnych artystów czy rzemieślników.

4. Działalność charytatywna:

- Zaangażowanie się w programy społeczne i inicjatywy charytatywne.
- Sponsoring.

Kroki, jakie obiekt może podjąć aby poprawić standard i jakość usług.

1. Analiza opinii:

Ankieta satysfakcji gości: - przeprowadzenie ankiet wśród gości, pytając o ich doświadczenia, uwagi i sugestie odnośnie różnych obszarów hotelu.

Analiza recenzji online:

- Przegląd recenzji na stronach rezerwacyjnych i innych platformach, aby zidentyfikować najczęstsze skargi i niezadowolenia.

2. Kategoryzacja problemów:

Identyfikacja kluczowych obszarów problemowych:

- Skategoryzowanie zgłaszanych problemów według obszarów, takich jak obsługa klienta, jakość jedzenia, stan infrastruktury, czystość.

Analiza skali problemów:

- Przypisanie wag poszczególnym problemom w zależności od ich wpływu na doświadczenie gości.

3. Określenie priorytetów:

Ważne jest ustalenie priorytetów dotyczących popraw, które mają największy wpływ na negatywne doznania gości (usługi noclegowe, usługi gastronomiczne, usługi komplementarne).

4. Natychmiastowe działania:

- Wprowadzenie natychmiastowych działań naprawczych w obszarach, które mają bezpośredni wpływ na zadowolenie gości (usługi noclegowe, usługi gastronomiczne, usługi komplementarne).

5. Krótkoterminowe cele:

- Określenie krótkoterminowych celów poprawy dla obszarów, które nie wymagają natychmiastowej interwencji, ale są kluczowe dla zadowolenia gości (usługi dodatkowe, usługi fakultatywne, infrastruktura).

5. Komunikacja z Gośćmi:

- Informowanie gości o podjętych działaniach naprawczych i planach na przyszłość.

Zaangażowanie gości:

- Zachęcanie gości do dzielenia się dalszymi opiniami i sugestiami oraz aktywne reagowanie na ich feedback.

6. Monitorowanie postępów:

- Regularne analizy wyników.

Metody motywowania personelu.

Motywowanie personelu jest kluczowe dla zwiększenia zaangażowania, poprawy atmosfery a także dla zwiększenia jakości świadczonych usług.

1. Programy nagród i wyróżnień:

- Wprowadzenie systemu nagród i wyróżnień może obejmować miesięczne wynagrodzenie lub coroczne wyróżnienia za wieloletnią pracę.

2. Rozwój Zawodowy:

- Inwestycja w szkolenia i rozwój zawodowy pracowników.

3. Komfort:

- Zapewnienie komfortu w miejscu pracy (ergonomiczne i dobrze wyposażone stanowiska, dobra komunikacja z przełożonymi).

4. Jasne cele i oczekiwania:

- Określenie klarownych celów i oczekiwań.

5. Feedback i oceny wyników:

- Udzielanie konstruktywnego feedbacku podkreślającego osiągnięcia i obszary do poprawy.

6. Zrównoważony styl zarządzania:

- Zrównoważony styl zarządzania uwzględniający nie tylko cele biznesowe, ale i dbałość o samopoczucie personelu.

7. Spotkania integracyjne i motywacyjne:

- Organizacja spotkań integracyjnych i motywacyjnych pozwoli na ulepszenie atmosfery i zbudowaniu więzi.

8. Benefits:

- Wprowadzenie benefitów przez pracodawcę (np. Karty na siłownię, pakiety zdrowotne).

Wdrożenie nowoczesnych technologii

Wdrożenie nowoczesnych technologii w hotelu może znacząco poprawić doświadczenia gości, podnieść efektywność operacyjną oraz zwiększyć jakość usług. Implementacja nowoczesnych technologii wymaga dokładnego planowania i stopniowego wprowadzania zmian. Kluczowe jest również ściśle monitorowanie i dostosowywanie strategii w oparciu o uzyskiwane wyniki oraz feedback od gości i personelu.

1. Zarządzanie pokojami:

- Wprowadzenie systemu zarządzania pokojami, który umożliwia gościom łatwe sprawdzanie dostępności i wybieranie preferowanych opcji.

2. Systemy płatności online:

- Integracja systemów płatności online, aby umożliwić gościom bezpieczne i wygodne dokonywanie płatności nie tylko w obiekcie, ale i w serwisach rezerwacyjnych.

3. Aplikacje mobilne:

- Opracowanie aplikacji mobilnej umożliwiającej gościom dostęp do informacji o hotelu, rezerwacji, personalizacji usług.
- Dostosowywanie ponownych rezerwacji na podstawie wcześniejszych pobytów.
- Dostęp do ekskluzywnych usług i rabatów dla posiadaczy aplikacji.

4. System komunikacji:

- Wdrożenie wewnętrznego systemu komunikacji między personelem a gośćmi, aby szybko reagować na ich potrzeby i prośby (np. Specjalny chat w aplikacji, skanowanie kodu QR w pokoju, który przenosi gościa do konwersacji z wybranym działem).

5. Chatboty i sztuczna inteligencja:

- Wprowadzenie chatbotów i sztucznej inteligencji do odpowiadania na podstawowe zapytania gości oraz automatyzacji procesów obsługi klienta.

6. Inteligentne pokoje i nowoczesne systemy rezerwacji usług:

- Wprowadzenie smart pokoi z automatyczną regulacją oświetlenia, temperatury, dostępem do multimediów.

- Wdrożenie elektronicznych menu w restauracji i możliwość składania zamówień przez aplikację mobilną.
- Możliwość rezerwacji innych usług (room service, usługi SPA & Wellness) poprzez aplikację.

PODSUMOWANIE

Powyższa analiza zarządzania obiektem przez nowych właścicieli pozwoliła na wypunktowanie klarownych modyfikacji, które warto wdrożyć w wyżej wymienionych departamentach, by Hotel Kasjopeja mógł cieszyć się wieloletnią renomą i zaufaniem gości.

ŹRÓDŁA

Autor logo „Hotel Kasjopeja” - Aleksandra Sopolińska

- https://blendpr.pl/czym-jest-branding-marki-i-jak-go-stworzyc/?gad_source=1&gclid=CjwKCAiA2pyuBhBKEiwApLaIO-Hg5p4gkvuA2fDf6XeQgWo8UyXYMvaoFwJDz8jeYAWXglw5OIIITRoCEcQQAvD_BwE
- https://www.smartlunch.pl/blog/co-to-jest-branding-i-jak-zbudowac-skuteczna-marke?utm_term=&utm_campaign={CampaignName}~{AdGroupName}&utm_source=google&utm_medium=cpc&hsa_acc=2274082101&hsa_cam=14596358106&hsa_grp=125778858854&hsa_ad=544768406775&hsa_src=g&hsa_tgt=dsa-43245954176&hsa_kw=&hsa_mt=&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gad_source=1&gclid=CjwKCAiA2pyuBhBKEiwApLaIO2tmNzTfH5cEWrlpYr82TxJkol9znnvIKRrd8YP8HhqNQocqOR2zyBoCb2gQAvD_BwE
- <https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-marketing-mix-cz-1>
- <https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-kryzysy-w-sieci-jak-nimi-skutecznie-zaradzac>
- <https://inewi.pl/Blog/kreowanie-wizerunku-firmy-czym-jest-i-jak-do-tego-podejsc>
- <https://www.profitroom.com/pl/materialy/artykuly/5-najwazniejszych-aspektow-budowania-marki-hotelu/>
- <https://www.e-hotelarz.pl/artykul/49601/5-najwazniejszych-aspektow-budowania-marki-hotelu/>
- <https://commplace.pl/blog/marketing-w-hotelu-garsc-sprawdzonych-sposobow-na-pozyskanie-gosci/>
- Realizacja usług w recepcji. Część 1. o 2. wyd. WSiP, HGT.o6. Podręcznik do nauki zawodu: technik hotelarstwa (Barbara Cymańska-Grabowska, Danuta Witrykus, Grzegorz Wojciechowski, Grzegorz Wolak)
- Krok w przedsiębiorczość 1 wyd. Nowa Era (Zbigniew Makiela, Tomasz Rachwał)