

**Источники и каналы
получения гостиницей
запросов на
бронирование номеров**



VLADSTUDIO

Top-Desktop.ru - лучшие обои для вашего рабочего стола

Содержание:

1.

Введение.....
.....слайд 3

2.Источники получения гостиницей запросов на бронирование
номеров.....слайд 4

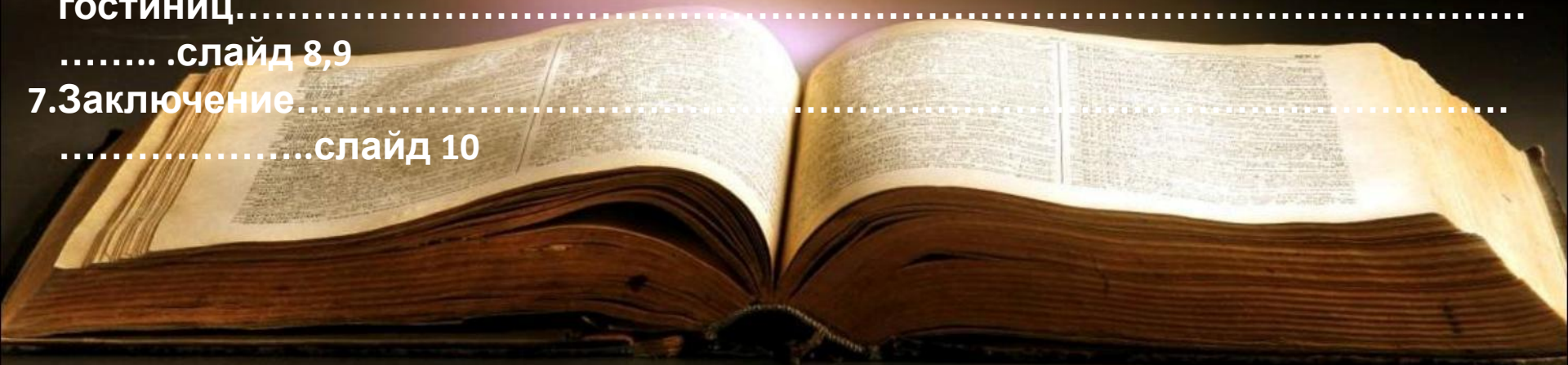
3.Заявки на бронирование с помощью
телефона.....слайд 5

4.Заявки на бронирование с помощью
факса.....слайд 6

5.Служба резервирования самой
гостиницы..... .слайд 7

6.АСУ
гостиниц.....
..... .слайд 8,9

7.Заключение.....
.....слайд 10



Введение

Современные компьютерные технологии активно внедряются в сферу социально-культурного сервиса (СКС) и туристского бизнеса, их применение становится неотъемлемым условием успешной работы. Известное изречение «Кто владеет информацией, тот владеет миром» особенно актуально для сферы туристского бизнеса, так как именно оперативность, надежность, точность, высокая скорость обработки и передачи информации во многом определяют эффективность управленческих решений в этой области.

Любые управленческие информационные процессы включают в себя процедуры регистрации, сбора, передачи, хранения, обработки, выдачи информации и принятия управленческих решений. В системах организационного управления наиболее распространены автоматизированные информационные технологии, в которых выработка управляющего воздействия возложена на человека. К таким системам относятся практически все информационные системы, используемые в области социально-культурного сервиса и туризма. Гостиничный сервис -- ведущая отрасль сферы обслуживания. Современное состояние рынка гостиничных услуг характеризуется высоким уровнем конкуренции, разнообразием видов предоставляемых основных и дополнительных услуг, повышением уровня обслуживания. С точки зрения организации и управления гостиничные комплексы представляют собой сложные системы, которые состоят из различных взаимосвязанных служб.

Источники получения гостиницей запросов на бронирование номеров.

туристические фирмы, -занимающиеся организацией выставок, симпозиумов, семинаров и т. п., промышленные и прочие компании, имеющие в том месте, где находится гостиница, свой бизнес и нуждающиеся в размещении своих сотрудников или партнеров по бизнесу

Разовые источники это- физические лица или компании, у которых возникла необходимость в разовом размещении в гостинице.

Основными каналами получения заявок являются: Телефон, факс , интернет.

Заявки на бронирование с помощью телефона.

Заявки по телефону приходят, как правило, от физических лиц и небольших компаний. Оно проходит по следующей схеме:

- 1.сотрудником отдела бронирования заполняется бланк-заявка на бронирование, где указывается Ф.И.О. гостя, страна, сроки проживания, количество номеров, категория номеров, контактный телефон, дата приема заявки, ставится подпись сотрудника, принявший данный заказ;
- 2.далее эти данные вводятся в электронную систему бронирования отеля, где данному заказу присваивается номер брони; заказчику называется фамилия сотрудника, принявшего заказ;
- 3.При запросе по телефону от частного лица производится бронирование и выдается номер брони. Сообщая номер брони, следует подчеркнуть важность этого номера при заселении.
- 4.Следует информировать клиентов об условиях аннуляции и о политике гарантированного и негарантированного бронирования. Завершать разговор рекомендуется благодарностью за звонок и выражением надежды на то, что гость воспользуется услугами отеля.

Заявка на бронирование с помощью факса.

Письма-заявки, приходящие по факсу обычно приходят от компаний, организаций, фирм или туристических агентств, которые сотрудничают с данным отелем. Письма-заявки присылаются на фирменных бланках, в которых должны быть реквизиты компаний, номер контактного телефона и факса, обязательно должна присутствовать печать организации и подпись ответственного лица, направляющего данную заявку в гостиницу. В письме-заявке, кроме просьбы забронировать номер, должна присутствовать информация о сроках размещения, категории номеров форме оплаты за проживание и другое. Также могут быть указаны дополнительные сведения или просьбы. В настоящее время это самый распространенный способ бронирования, осуществляемый непосредственно гостиницей.

Бланк заявки на бронирование по факсу.

имя и фамилия гостя;

сроки проживания;

тип номера;

цена и услуги, входящие в стоимость номера;

номер брони;

имя, фамилия и должность сотрудника, посылающего подтверждение бронирования.

В случае невозможности бронирования высылается вежливый отказ, содержащий извинения, с указанием причины отказа.

Все письма-заявки и ответы на них должны храниться в архиве службы бронирования во избежание каких-либо недоразумений и проблем, которые могут возникнуть при поселении гостей в отеле.

Почта. Письма-заявки на размещение могут поступать в гостиницу по почте в виде заказных писем. Их так же могут доставать в отель курьеры.

Кому:

Вниманию отдела бронирования

От _____

Название компании, контактный телефон, факс

Касательно: Договора №__ от _____

Дата: 25 июня 2006 г.

Заявка на бронирование

Просим забронировать гостиничный(е) номер(а) в отеле

«.....» для следующих лиц:

Фамилия, имя

Фамилия, имя сопровождающего лица

Категория и количество бронируемых номеров: _____

Дата заезда: _____

Дата выезда: _____

Дополнительная информация: _____

Просим считать бронирование:

негарантированным (с автоматической отменой в 18:00 в день приезда)

гарантированным:

оплата будет произведена:

кредитной картой ☐ AMEX ☐ VIZA ☐ Diner's club ☐ EURO ☐ JCB № _____ действительна до _____

гостем (гостями) в отеле;

компанией – банковским переводом (гарантийное письмо прилагается);

другое _____

встреча в аэропорту ☐ да ☐ нет

номер рейса _____ Время прилета _____

[Подпись с указанием должности и фамилии]

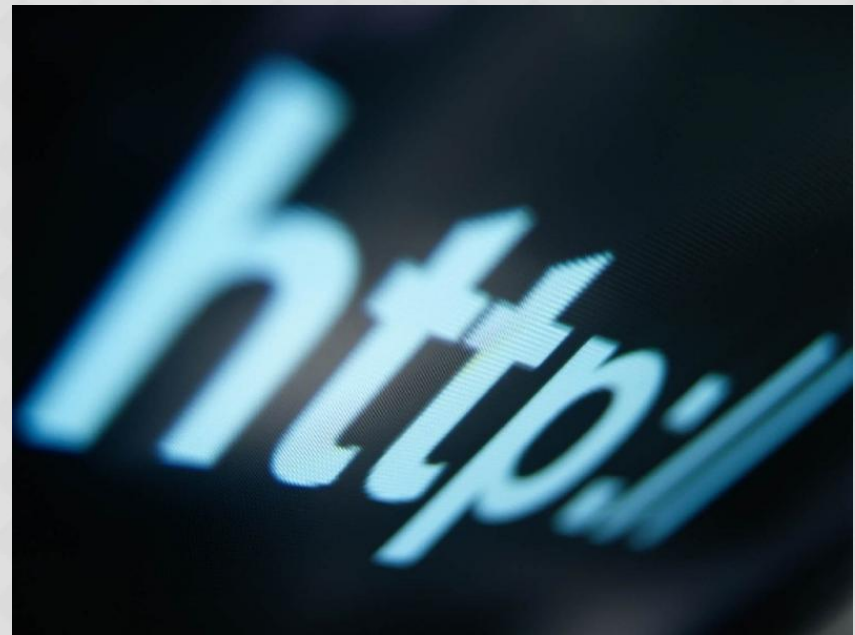
[Печать, штамп заказчика]



Так же гостиница может содержать собственную страницу в интернете

Реакция на поступающие заявки является функцией службы резервирования самой гостиницы. При этом процедура взаимодействия выглядит следующим образом.

1. клиент заходит на сайт системы Интернет-бронирования и знакомится с правилами бронирования.
2. далее он находит себе гостиницу по вкусу и, убедившись в наличии свободных номеров и заполнив необходимые информационные поля, отправляет заказ прямо в гостиницу по e-mail.
3. АСУ гостиницы автоматически обрабатывает заказ и отправляет предварительное подтверждение с условиями внесения предоплаты, а имя потенциального клиента заносится в лист ожидания.
4. после получения соответствующих гарантий от клиента гостиница дает окончательное подтверждение о бронировании номера или места.
5. информация о бронировании заносится в график загрузки с последующим автоматическим изменением статуса номерного фонда на Интернет-странице.



Автоматизированные системы бронирования!

Автоматизированная система охватывает все аспекты деятельности гостиницы и ресторана. Полный учет выручки производится с использованием компьютерных контрольно-кассовых машин. В системе предусмотрено ведение полного бухгалтерского учета. Система представляет собой единый комплекс взаимосвязанных бизнес-процессов, полностью охватывающих основную производственную деятельность, учет и контроль, построена по технологии автоматизированных рабочих мест, которая исключает возможность прохождения не учтенных в системе документов.

Основные характеристики системы:

1. Функциональная полнота - обладает богатым набором функций для эффективного управления гостиницами *бизнес- и туристского класса*.
2. Модульность — взаимосвязанные модули системы комплексно охватывают все процессы организации обслуживания гостей и финансово-хозяйственного управления гостиничным предприятием

Заключение: Гостиница - сложное многофункциональное предприятие, которое оказывает целый комплекс услуг: это размещение, питание, организация досуга и бытовое обслуживание. Основными источниками получения прибыли в гостиничном бизнесе являются: номерной фонд; бизнес-центр; бытовой комплекс; общественное питание (обслуживание в зале ресторана, в номерах). Примерно 70 % дохода любой гостиницы составляет плата за номера, около 20 % - доход от продажи продуктов питания и напитков. Первые автоматизированные системы управления гостиниц появились в 1975 г. на Западе. Согласно исследованию компании «Microsoft», 60-70 % всех гостиниц на Западе используют передовые высокоэффективные технологии управления. Это вызвано нарастающими темпами технологического прогресса: если раньше гостиницы меняли технологическое оснащение в среднем каждые 7-9 лет, то сегодня - каждые 3-5, и тенденция сокращения этого срока продолжается. На российском рынке представлено несколько западных систем, которые эксплуатируются в гостиницах, находящихся в совместном управлении с западными партнерами или входящими в гостиничные цепочки.

В России доля автоматизированных гостиниц составляет ~ 30 % от общего количества. Заказные системы, разработанные в России, обходятся дороже, чем типовые проекты. Поддерживать заказную систему в условиях постоянных нововведений в гостиничном бизнесе трудно. Именно поэтому от заказных систем отказываются, разрабатывая и применяя в основном типовые системы.

