



2^η Θεματική Ενότητα **Εξυπηρέτηση πελατών στα** **ξενοδοχεία**

Εισηγητής : Γερντές Νικόλαος



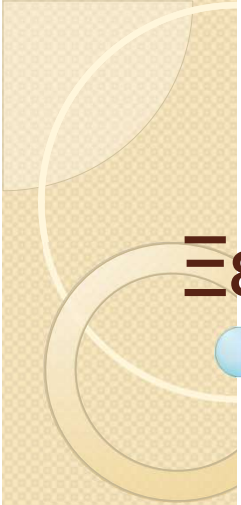
Υποενότητα 1

Ξενοδοχειακό προϊόν

Ξενοδοχειακό προϊόν

- Η ξενοδοχεία παρέχει υπηρεσίες και αγαθά και ανήκει στον τριτογενή τομέα.
- Διαφέρει από το εμπόριο του οποίου ο σκοπός είναι η διανομή των καταναλωτικών προϊόντων αλλά και από τομείς όπως ο τραπεζικός και ο ασφαλιστικός οι οποίοι παρέχουν «ατόφιες» υπηρεσίες.





Ξενοδοχειακό προϊόν

Το ξενοδοχειακό προϊόν είναι αποτέλεσμα σύνθεσης ενός πλέγματος αγαθών και υπηρεσιών όπως:

- Φυσικό και δομημένο - τεχνητό περιβάλλον.
- Φήμη της περιοχής εγκατάστασης του ξενοδοχείου.
- Αρχιτεκτονική, διακόσμηση και διαρρύθμιση του ξενοδοχείου.

Ξενοδοχειακό προϊόν

- Φαγητά, ποτά και λοιπά προσφερόμενα υλικά αγαθά.
 - Άνεση, θέα, καθαριότητα και διευκολύνσεις που παρέχονται.
 - Μουσική, διασκέδαση και γενικά κάθε προσφερόμενη ευκολία.
- Όλες αυτές οι παροχές συμπληρώνονται από μία πρόσθετη αξία που έχει την μορφή συμπληρωματικών ποιοτικών στοιχείων όπως το χαμόγελο, η καλοσύνη, η ποιότητα εξυπηρέτησης του προσωπικού, η ατμόσφαιρα κ.ά.
- Με την πρόσθετη αυτή αξία ολοκληρώνεται το ξενοδοχειακό προϊόν και αποκτά μία συνολική αξία η οποία ωστόσο είναι συνδεδεμένη με την ατομική αξία των επιμέρους στοιχείων που το συνθέτουν.

Οι ιδιαιτερότητες του τουριστικού και ξενοδοχειακού προϊόντος

- Συγκεκριμένη τοποθεσία.
- Είναι πολύμορφο και πολυσύνθετο.
- Κατανάλωση που διαρκεί.
- Δεν αποθηκεύεται

Το ξενοδοχειακό προϊόν προσφέρεται σε δεδομένο τόπο ο οποίος δεν επιδέχεται μεταβολή. Καταναλώνεται μερικές φορές επί πολλές ημέρες (όσο διαρκεί η διαμονή του πελάτη) και η συνολική εκτίμηση του πελάτη ολοκληρώνεται με την αποχώρησή του από το ξενοδοχείο,

Επίσης δεν αποθηκεύεται. Πχ, Το δωμάτιο του ξενοδοχείου που δεν ενοικιάστηκε την μια ημέρα, δεν μπορεί να ενοικιαστεί την επόμενη, καλύπτοντας έτσι την απώλεια εσόδων της προηγούμενης ημέρας.

Οι ιδιαιτερότητες του τουριστικού και ξενοδοχειακού προϊόντος

- Δεν μεταφέρεται
- Εξωγενείς παράγοντες
- Ευαισθησία
- Συμμετοχή πολλών

Το ξενοδοχειακό δεν είναι δυνατόν να μεταφερθεί και δεν διανέμεται στις διάφορες αγορές, αλλά υποχρεώνει τον καταναλωτή να μεταφερθεί αυτός στον χώρο όπου προσφέρεται.

Εξαρτάται από πολλούς έξω-ξενοδοχειακούς παράγοντες. Άσχημες κλιματολογικές συνθήκες, σεισμοί, φωτιές, τρομοκρατικές ενέργειες ή άλλες καταστροφές δημιουργούν πρόβλημα στην ποιότητά του.

Στην δημιουργία του τουριστικού προϊόντος συμμετέχουν πάρα πολλοί. Αν κάποιος από αυτούς προσφέρει μία κακή υπηρεσία, η ζημιά μπορεί να εξαπλωθεί σε όλους.

Οι ιδιαιτερότητες του τουριστικού και ξενοδοχειακού προϊόντος

- Άυλες τουριστικές υπηρεσίες

- Λήγουν άμεσα

- Δυσκολία τυποποίησης

Οι τουριστικές υπηρεσίες είναι άυλες , οπότε μη ορατές πριν από την κατανάλωσή τους. Επίσης λήγουν την στιγμή που πραγματοποιούνται.

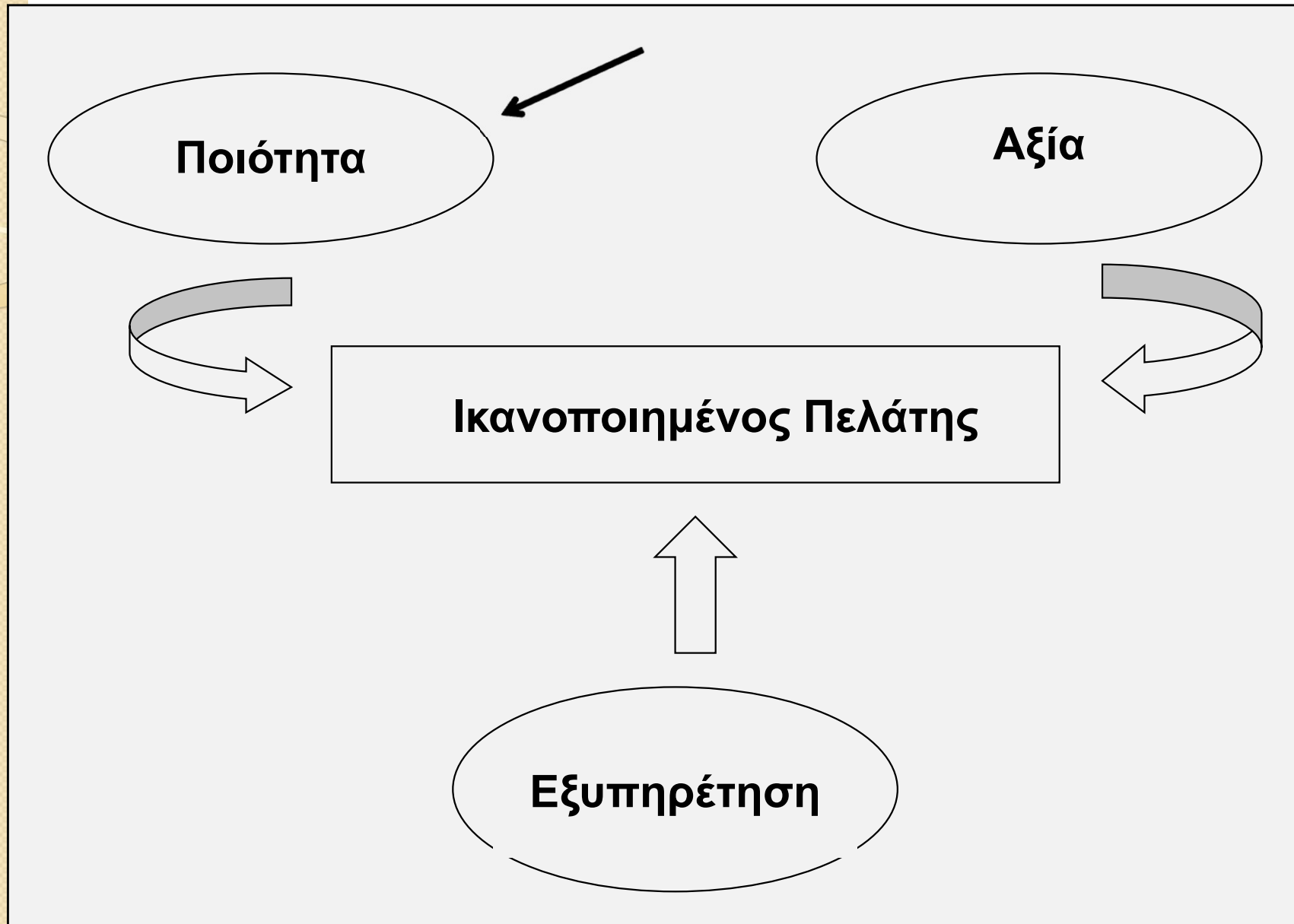
Μία ιδιαίτερη ευπάθεια του τουριστικού προϊόντος ,είναι ότι η ποιότητά του δεν είναι ίδια με την ποιότητα ενός κλασσικού καταναλωτικού προϊόντος .Η ποιότητα του τελευταίου με την τυποποίηση και τον έλεγχο παραγωγής εξασφαλίζεται πιο εύκολα.



Υποενότητα 2

Η έννοια της ποιότητας και του πελάτη





Πηγή: www.marketingteacher.com

Η έννοια της ποιότητας

Οι πελάτες των ξενοδοχείων ενδιαφέρονται για την ποιότητα γιατί επιθυμούν:

- Αξιόπιστες υπηρεσίες.
- Να ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους.
- Προσοχή και καλή συμπεριφορά.
- Ανταπόκριση των υπηρεσιών για τα χρήματα τα οποία διαθέτουν.

Ο όρος ποιότητα προκαλεί συχνά σύγχυση διότι ερμηνεύεται με διαφορετικούς τρόπους ανάλογα με την σκοπιά από την οποία εξετάζεται.

Σήμερα ως ποιότητα θεωρείται η αίσθηση της υπεροχής που προσδίδει η απόκτηση ενός αγαθού για τα εξαιρετα χαρακτηριστικά του.

Επειδή τα ξενοδοχεία υιοθετούν στην λειτουργία τους την πελατοκεντρική κουλτούρα η ποιότητα θεωρείται συνώνυμη με την εκπλήρωση των προσδοκιών των πελατών.

Η έννοια της ποιότητας

Η ξενοδοχειακή επιχείρηση ενδιαφέρεται για την ποιότητα γιατί:

- Την ποιότητα την επιθυμούν και οι πελάτες.
- Αποκτά ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.
- Το μέλλον του ξενοδοχείου εξαρτάται από την ποιότητα.

Κριτήρια ποιότητας

Τα κριτήρια ποιότητας σύμφωνα με τα οποία ο πελάτης αξιολογεί τις ξενοδοχειακές υπηρεσίες είναι:

- Υλικά ή εμπράγματα στοιχεία.
- Συνέπεια και αξιοπιστία.
- Άμεση εξυπηρέτηση.
- Γνώσεις και ικανότητες

Κριτήρια ποιότητας

- Ευγένεια.
- Σιγουριά και ασφάλεια.
- Εμπιστοσύνη.
- Εύκολη πρόσβαση.
- Επικοινωνία.
- Αποκατάσταση και διόρθωση.



Οι πελάτες των ξενοδοχείων

Μερικοί ορισμοί για τον πελάτη:

- Πελάτης είναι ο άνθρωπος που αγοράζει προϊόντα και υπηρεσίες από μία επιχείρηση.
- Πελάτης είναι εκείνος με τον οποίον πρέπει να διαπραγματευτούμε.
- Πελάτης είναι ο καταναλωτής που θέλουμε να τον έχουμε μόνιμα ικανοποιημένο εξυπηρετώντας στον άριστο βαθμό τις υπάρχουσες ανάγκες του και προβλέποντας τις μελλοντικές.

Οι πελάτες των ξενοδοχείων

- Ο πελάτης μας ευνοεί και μας συμπαθεί με τον ερχομό του στο ξενοδοχείο.
- Ο πελάτης είναι απαραίτητο και βασικό μέρος της επιχείρησης και όχι ένας «ξένος» στον κύκλο της δουλειάς μας.
- Ο πελάτης δεν είναι μόνο χρήμα. Είναι ένας ζωντανός οργανισμός που οφείλουμε να του συμπεριφερόμαστε με σεβασμό.
- Ο πελάτης είναι αυτός που πληρώνει τους μισθούς μας.

Οι πελάτες των ξενοδοχείων

Οι σημερινοί πελάτες των ξενοδοχείων:

- Έχουν αρκετές απαιτήσεις (περισσότερες από το παρελθόν)
- Έχουν αυξημένες γνώσεις σχετικά με τις τιμές.
- Έχουν περισσότερη διάθεση να προσέξουν τις επιλογές τους.
- Έχουν περισσότερες γνώσεις για τις αγορές τους.
- Έχουν μεγαλύτερες δυνατότητες μετακίνησης.

Οι πελάτες των ξενοδοχείων

Το ταξίδι του τουρίστα μπορεί χωριστεί σε τρεις φάσεις:

- Πριν το ταξίδι
- Κατά την διάρκεια του ταξιδιού
- Μετά το ταξίδι



Κατηγοριοποίηση πελατών στα ξενοδοχεία

Οι πελάτες στα ξενοδοχεία μπορούν να κατηγοριοποιηθούν.

Ανάλογα με τον λόγο για τον οποίο ταξιδεύουν διακρίνονται σε:

- Πελάτες διακοπών-παραθερισμού.
- Επαγγελματίες.
- Σύνεδρους.
- Εκθέτες.
- Ημιδιαμονής.
- Πελάτες που ταξιδεύουν λόγω σημαντικών γεγονότων (πχ Ολυμπιακοί αγώνες, αγώνες αυτοκινήτων κλπ.).

Κατηγοριοποίηση πελατών στα ξενοδοχεία

Ανάλογα με τον τρόπο οργάνωσης και κράτησης του ταξιδιού διακρίνονται σε:

- Πρακτορειακούς
 - ταξιδεύοντας σε γκρουπ
 - ταξιδεύοντας ως μεμονωμένοι
- Μεμονωμένους (χωρίς την μεσολάβηση τουριστικού γραφείου)

Κατηγοριοποίηση πελατών στα ξενοδοχεία

Ανάλογα με το πόσο συχνά επισκέπτονται το ξενοδοχείο διακρίνονται σε:

- Επαναλαμβανόμενους (repeaters)
- Μη επαναλαμβανόμενους

Κατηγοριοποίηση πελατών στα ξενοδοχεία



Ανάλογα με την αγορά από την οποία προέρχεται η πελατεία των ξενοδοχείων διακρίνεται σε:

➤ Εγχώρια πελατεία (locals)

➤ Διεθνή πελατεία