

بسم الله الرحمن الرحيم

کتابچه راهنمای مدیر هتل

۱۸۹ انگلیت ران کسب رضایت متفاوت همان

تألیف:

وینسنت ماگنینی و کارول سامرین

ترجمه:

مصطفی محمودی

سرشناسه	ماگینی، وینست پی. : Magnini, Vincent P.
عنوان و نام پدیدآور	کتاب راهنمای مدیر هتل: ۱۸۹ تکنیک برای کسب رضایت متفاوت مهمان / مؤلف وینستت ماگینی و کارول سیمون؛ مترجم مصطفی محمودی.
مشخصات نشر	تهران: مهکامه، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	۲۴۸ ص.
شابک	978-600-8731-33-7
وضعیت فهرست‌نویسی	فیا
یادداشت	عنوان اصلی : A hotel manager's handbook: 189 techniques for achieving exceptional guest satisfaction, 2016
یادداشت	کتاب حاضر نخستین بار در سال ۱۳۹۶ تحت عنوان "راهنمای عملی مدیریت هتل: ۱۸۹ راه برای کسب موفقیت استثنایی در جلب رضایت مهمانان" با ترجمه حمید ضرغام بروجنی، هومان تامبی توسط دفتر پژوهش‌های فرهنگی منتشر شده است.
عنوان دیگر	راهنمای عملی مدیریت هتل: ۱۸۹ راه برای کسب موفقیت استثنایی در جلب رضایت مهمانان
یادداشت	هتل‌ها و مسافر خانه‌ها -- مدیریت -- دستنامه‌ها Hotel management-- Handbooks, manuals, etc
شناسه اثر	سایمون، کارول، ج.، ۱۹۵۶- م. Simon, Carol J.
شناسه افزودنی	محمودی، مصطفی، ۱۳۶۷- مترجم
رده‌بندی	الف ۱۳۹۶ م۴۷/۱۱/۳ TX۹۱۱
رده‌بندی دیوید	۶۳۷/۹۴۲۸
شماره کتابشناسی ملی	۵ ۶۴۳

نام کتاب: کتابچه راهنمای مدیر هتل؛ ۱۸۹ تکنیک برای کسب رضایت متفاوت مهمان

تألیف: وینستت ماگینی و کارول سیمون

مترجم: مصطفی محمودی

ناشر: مهکامه

ناظر چاپ: بهزاد ربیعی فراهانی

لیتوگرافی: نقش

نوبت چاپ: اول / ۱۳۹۸

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۳۴۵۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۷۳۱-۳۳-۷

مراکز پخش: ۱- تهران، خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، نرسیده به بلوار آزاد، کوه انوری، پلاک ۸، طبقه دوم،

نشر و پخش مهکامه

تلفن: ۰۹۱۲۳۹۷۴۰۲۱ - ۶۶۹۶۵۰۱

تلفن: ۶۶۴۸۸۲۰۳ - ۶۶۴۹۷۰۵۰

۲- تهران، میدان انقلاب، بین خیابان ۱۲ فروردین و اردیبهشت، کتاب‌فروشی

تلفن: ۶۶۴۶۰۹۳۲ - ۶۶۴۶۷۳۲۳

en_mahkame@yahoo.com

www.mahkame.com

پست الکترونیکی:

نمایندگی‌های شهرستان:

۱- اهواز: خیابان حافظ، بین سیروس و نادری، کتاب‌فروشی رشد، تلفن: ۳- ۳۲۲۱۷۰۰۰ (۰۶۱)

۲- مشهد: خیابان سعدی، پاساژ مهتاب، کتاب‌فروشی درخشش، تلفن: ۳۲۲۵۱۹۲۳ (۰۵۱)

۳- اصفهان: میدان شهدا، خیابان کاوه، بعد از میدان ۲۵ آبان، کوی ولی‌عصر، پلاک ۴۱۹،

پخش کتاب کیمیا، تلفن: ۳۴۴۸۰۲۸۵ (۰۳۱۳)، موبایل: ۰۹۱۳۲۶۵۹۷۷۱

۴- یزد: خیابان فرخی، جنب مجتمع ستاره، کتاب‌فروشی فدک، تلفن: ۳۶۲۲۷۴۷۵ (۰۳۵)

۵- شیراز: خیابان ملاصدرا، نبش خلیلی، کتاب‌فروشی خوارزمی، تلفن: ۳۶۴۷۳۷۷۱ (۰۷۱)

۶- تبریز: فلکه دانشگاه، ابتدای خیابان دانشگاه، کتاب‌فروشی علامه، تلفن: ۳۳۳۴۱۶۶۹ (۰۴۱)

آدرس کانال انتشارات مهکامه: telegram.me/mahkamepublisher

فهرست مطالب

مقدمه	۷
بخش ۱: ارائه تجربه پذیرش	۹
فصل ۱: نیرویابی و انتخاب کارکنان خطوط مقدم	۱۱
فصل ۲: آموزش کارکنان خط مقدم	۲۹
فصل ۳: بازخورد و ارزیابی کارکنان خطوط مقدم	۵۵
بخش ۲: انتقال تجربه خدماتی	۶۳
فصل ۴: تجربه پذیرش	۶۵
فصل ۵: تجربه اتاق مهمان	۸۹
فصل ۶: تجربه فضای عمومی	۱۱۱
فصل ۷: تجربه غذا و نوشیدنی (نوشابه)	۱۳۹
فصل ۸: تجربه تسویه حساب	۱۵۹
بخش ۳: مدیریت محرک‌های اساسی امتیازگیری از خدمات	۱۷۱
فصل ۹: بازایی و ترمیم عیوب خدماتی	۱۷۳
فصل ۱۰: برنامه‌های پیش‌بینی و اقتضائی	۱۸۹
فصل ۱۱: ادراک زمان‌های انتظار	۱۹۷
بخش ۴: ایجاد و حفظ فرهنگ پذیرائی	۲۰۹
فصل ۱۲: مشوق‌های کارکنان خط مقدم	۲۱۱

فصل ۱۳: نشانه‌های انتقال آموزش..... ۲۲۳

فصل ۱۴: پر کردن حفره‌ها بوسیله پاسخ به بازخورد مهمانان..... ۲۳۱

نتیجه‌گیری..... ۲۴۳

منابع..... ۲۴۵

مقدمه

همانطور که همگی می‌دانیم، رضایت مهمان همچون خون برای هتل حیاتی است. شاید کسب سود کوتاه‌مدت برای هتل منوط به رضایت مشتریان نباشد، اما سودآوری بلندمدت و رونق آینده هتل بدون قطع وابسته به رضایت آنان است. کلمات مثبت شفاهی یکی از عوامل موفقیت در حرفه هتلداری هستند و بدلیل ازدیاد وبسایت‌های مسافرت و سفر این تأثیر بیش از پیش شده است. به نسبت گذشته، کلمات شفاهی (چه مثبت یا چه منفی) هم سریع‌تر و هم با بار معنایی بیشتر در مشاغل هتلداری تأثیر می‌گردند. بنابراین، این موضوعی بسیار با اهمیت است که مهمانان را بیش از گذشته راضی نگه داریم.

کتاب‌های مفیدی درباره رضایت مشتریان موجود است، اما این کتاب به دو علت با همه آن‌ها تفاوت دارد. در ابتدا، بسیاری از کتاب‌های موجود از خواننده می‌خواهند تا از میان مطالبشان روش‌ها و راهبردهایی را انتخاب کرده و آن‌ها را به کسب‌وکار خود بکار بگیرند. در مقابل، کتاب حاضر در هر صفحه یک تکنیک و روش خاص را دارد که برای رضایت مشتریان معرفی می‌کند. بنابراین، تیم مدیریت با خواندن و بحث در هر تکنیک‌های ارائه شده و تصمیم‌گیری گروهی، به این نتیجه خواهید رسید که آیا اجرای این تکنیک برای آن‌ها مناسب است یا نه.

پیشینه نویسندگان روش دوم کتاب برای ارزش‌آفرینی در هتل‌ها است. وینسنت ماگنینی به مدت ده سال در هتل‌های مشهور و نیز مستقل مشغول به کار بوده است اما این حرفه را بدلیل دریافت مدرک دکتری بازاریابی رها نمود. پس از دریافت مدرک دکتری، او به طور فعال مشغول به کار تحقیقی شد و در رتبه‌بندی اخیر جهانی بعنوان یکی از دوازده محقق کوشا در حوزه مهمان‌نوازی انتخاب گردید. بنابراین، تکنیک‌های رضایت مشتری که با قلم وینسنت در این کتاب به رشته تحریر درآمده‌اند براساس دانش میدانی از آخرین تحقیقات در صنعت هتلداری بدست آمده‌اند.

نویسنده بعدی، کارول سیمون، از رویکرد متفاوتی استفاده می‌کند. کارول پیش از بازنشستگی در سال ۲۰۱۴، به مدت سی سال در مدیریت هتل زمان صرف کرده و اکنون به کار مشاوره مشغول است. او موفق به دریافت جایزه مدیرعاملی شده و در حوزه مدیریت هتل‌های آنسوی آب‌ها هم دستی بر آتش دارد. در نتیجه، تکنیک‌های خلاقانه و کاربردی این کتاب حاصل زحمات کارول است. با اینحال لازم است به این نکته توجه شود که اطلاعات کارول نیز میدانی و آگاهانه هستند چون او مدرک MBA دارد و سال‌ها کرسی تدریس در دانشگاه‌ها را به عهده داشته است.

برای مدیران هتل: اگر شما به تازگی عضو تیم مدیریت یک هتل شده‌اید و اکنون در حال مطالعه این کتاب هستید، امیدواریم بتوانید از میان ۱۸۹ تکنیک کتاب به کشفیاتی دست یابید که هم مفید و هم قابل اجرا باشند، تا به خاطر وقت و پولی که بر روی این کتاب سرمایه‌گذاری کردید احساس حماقت نکنید. هر صفحه از کتاب با ارائه یک تکنیک (همه ۱۸۹ مورد) این فرصت را به خواننده می‌دهد تا دست به انتخاب زده و تکنیک‌های قابل اجرا در کسب‌وکار خود را مشخص کند و خواننده همچنین به تعداد مسئول اجرا و زمان اجرای تکنیک را تعیین نماید. برای دانشجویان مهمان‌نوازی: اگر شما دانشجویی هستید که خود را برای شغل مدیریت هتل مهیا می‌کنید، این کتاب ابزارهای خلاقانه را برای شروع مسیر شغلی به شما معرفی می‌کند. چون بسیاری از تکنیک‌های ارائه شده این کتاب توسط نویسندگان خارج از صنعت هتلداری آمریکا نوشته شده است، آگاهی از این موضوع این فرصت را به تازه‌واردان مدیریت هتل می‌دهد تا در خدمات خلاقانه مشتری، پیش‌تاز باشند.

تکنیک‌های خدمات مشتری کتاب، هر مرحله از تجربه مهمان را پوشش می‌دهند، اما آن‌ها همچنین پا را فراتر گذاشته و به بحث در مورد حوزه‌هایی می‌پردازند که با ایجاد فرهنگ پذیرائی و خدمات‌رسانی عالی مرتبط هستند. عملکرد کارکنان هتل تابعی از سطح توانایی و انگیزه آن‌ها است؛ بنابراین، تکنیک‌های مربوط به نیرویابی، انتخاب، آموزش و ارزیابی کارکنان جزو اجزاء کلیدی این کتاب هستند. امید است که تمام خوانندگان (مدیران و مدیران آینده)، این کتاب را انگیزه بخش و انرژی‌زا بیابند.