



HOTA0009. Gestión de recepción

Sku: 1337ID

Horas: 16

OBJETIVOS

- Aplicar nuevas técnicas basadas en decisiones estratégicas con la finalidad de aumentar el número de reservas recibidas.
- Gestionar la reserva según su origen y los factores determinantes para establecer tarifas, así como tramitar los procedimientos del check in y del check out.
- Promover la marca personal para atender de una forma óptima y perfeccionar el trato con el cliente, así como resolver de forma pro-activa sus quejas.

CONTENIDOS

Unidad 1. Gestión de reservas, check in y check out

Identificación del tipo de reserva por origen.

- Directo.
- Intermediario.

Aplicación del tipo de contrato con colaboradores.

- Tarifa FIT.
- Tarifa BAR

Explicación del proceso de reserva.

- Informatizado.
- Manual.

Utilización de programas informáticos para el óptimo funcionamiento.

- Property Management System.
- Motores de reserva.
- Channels Manager.

Elección del tipo de tarifas.

- Según la empresa.
- Según el cliente-mercado.

Aplicación del procedimiento del check in.

- Procedimiento de antes que llegue el cliente.
- Llegada del cliente.
- Procedimiento del check in.

Explicación del procedimiento del check out.

- Facturación.
- Cargos a las habitaciones.
- Sistemas de pago.
- Procedimiento del check out.

Enumeración de otras tareas en recepción.

- Gestión de la consigna.
- Alargar estancias.
- Acortar estancias.
- Anular reservas.
- No Show.

Unidad 2. Relación con el cliente y marca personal

Identificación de las necesidades del cliente.

- Proceso de decisión de compra.
- Pirámide de Maslow.

Definición de la marca personal.

- Características.
- Tipo de comunicación que se utiliza.

Descripción de la tipología de los clientes.

- Gestión de felicitaciones.
- Procedimiento de venta.
- Cualidades del personal de reservas.

Elección de las acciones de marketing a reservas y a recepción.

- Up Grade y Up Sell.
- Cross Sell.
- Conocimiento de los canales de venta y los colaboradores.
- Control de ocupación y disponibilidad.

Aplicación del manual de buenas prácticas.

- Indicaciones de como se debe actuar con los clientes.
- Análisis de las problemáticas.
- Gestionar una queja.

Descripción de los procedimientos operacionales.

- Al teléfono.
- Por e-mail.
- Normas de cortesía.
- El decálogo de la atención al cliente.