

MIRJA RAUTIAINEN - MIKA SIISKONEN

HOTELLIN ASIAKASLIKENNE JA KANNATTAVUUS



HARJOITUSTEHTÄVIÄ

<https://www.restamark.fi/kirjallisuus/kirjat/hotellin-asiakasliikenne-ja-kannattavuus-p-1549.html>

1. KESTÄVÄ KEHITYS

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA / 1 KESTÄVÄ KEHITYS

1. Kestävä kehitys määritellään useilla tavoilla. Miten määrittelisit kestävän kehityksen ja mitä se tarkoittaa maailmanlaajuisesti?
2. Millaista **lisäarvoa** yritykselle muodostuu, kun se harjoittaa kestävää liiketoimintaa?
3. Missä *kestävän kehityksen* käsitettä on otettu huomioon ja milloin se on varsinaisesti saanut alkunsa?
4. Nimeä **kestävän kehityksen ulottuvuudet** Brundtlandin komission mukaan.
5. Mitä ympäristövastuu tarkoittaa yleisesti ja pohdi, mitä se tarkoittaa yritykselle, kun se ottaa huomioon ympäristövastuulliset näkökohdat?

Mitä vastuullisessa liiketoiminnassa tarkoittaa:

- a) Taloudellinen vastuu
- b) Sosiaalinen vastuu
- c) Ekologinen vastuu

6. Mikä on ympäristömerkin päätavoite?
7. Miten joutsenmerkityt tuotteet auttavat kuluttajaa ja mitä ne edellyttävät tuotteiden ja palvelujen valmistajilta?

1. KESTÄVÄ KEHITYS

8. Mainitse esimerkkejä joutsenmerkityistä tuotteista.

Kuinka raja-arvot ohjaavat hotelleja:

- a) Energian kulutuksessa
- b) Veden kulutuksessa
- c) Kemikaalien kulutuksessa

9. Millä toiminta-alueilla joutsenmerkityissä hotelleissa työskennellään ympäristön hyväksi?

10. Kuinka joutsenmerkityissä hotelleissa tulee työskennellä, jotta toiminta tapahtuu ympäristön hyväksi?

11. Mainitse **EU-kukan ja Joutsenmerkin** olennaisimmat erot.

KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ / 1 KESTÄVÄ KEHITYS

12. Hae internetistä yritys, missä harjoitetaan kestävää liiketoimintaa majoitusalailla. Mitä tarkoittaa kyseisessä yrityksessä yritysvastuu, kun se harjoittaa kestävää liiketoimintaa yrityksen eri osa-alueilla?

13. Hae internetistä perusasioita ympäristönäkökohtiin liittyen, millaisia **energialähteitä käytetään?**

Miten yritys voi vaikuttaa positiivisesti ekologiseen vastuullisuuteensa seuraavista palvelutoiminnan yleisimmistä ympäristönäkökohdista?

- a) Energian kulutus
- b) Veden kulutus
- c) Jätehuolto
- d) Kemikaalit

1. KESTÄVÄ KEHITYS

14. Hae esimerkkejä virallisten ympäristömerkkien ja EU energiamerkintöjen myöntämiskriteereistä.

15. Tutustu valitsemaasi Green Key ympäristömerkin omaavaan hotelliin. Hae mitkä ovat Green Key merkin tärkeimmät kriteerit ja vertaile millaisilla keinoilla valitsemasi hotelli on kehittänyt päivittäistä toimintaansa?

16. Etsi eri maiden kaupunkien hotellien hiilijalanjälkiä netistä per huone/yö. Kuinka suuria hiilijalanjäljet olivat ja kuinka eri kaupunkien hiilijalanjäljet poikkesivat toisistaan? Ota esimerkit kolmen eri maan kaupungeista. Pohdi, mitkä tekijät voivat vaikuttaa kunkin maan ja hotellin kohdalla hiilijalanjäljen suuruuteen/pienuuteen.

Kuinka suuren maksun jonkin valitsemasi hotellin hotellihuoneen hiilijalanjäljen kompensointi aiheuttaa?

- a) Valmiiksi hotellin puolesta ilmoitettuna
- b) Laskettuna valitsemallasi kompensatiolaskurilla. Esittele käyttämäsi laskuri.

POHDINTATEHTÄVIÄ / 1 KESTÄVÄ KEHITYS

17. Kuinka majoitus- tai matkailualan yritys toimii vastuullisesti ja ympäristöä kunnioittavasti?

18. Millaisia toimenpiteitä hotelleilta vaaditaan lisäarvoa tuottavaan vastuulliseen liiketoimintaan?

19. Kuinka voisit itse hotellin asiakkaana/työntekijänä vaikuttaa ekologiseen toimintaan?

1. KESTÄVÄ KEHITYS

20. Tutustu työharjoittelupaikkaasi (hotelli, ravintola, kahvila tms.) **kestävän kehityksen näkökulmasta** ja kuinka kyseisessä paikassa on otettu huomioon **ympäristövaikutukset**.

Tee lyhyt yritysesittely harjoittelupaikastasi, jossa selvität mitä keinoja yritys käyttää toiminnassaan ympäristövaikutusten vähentämiseksi. Tee myös suunnitelma niiden parantamiseksi ja lisäämiseksi.

Voit jakaa esitelmäsi esimerkiksi tilojen mukaan:

- vastaanotto
- hotellihuoneet
- aamiainen
- kokoustilat/asiakastilat

Hyödynnä esitelmääsi myös kyseiselle yritykselle käyttöön otettavaksi.

Tutustu harjoittelupaikkasi vastuullisuusohjelmaan. Mitä toimia yrityksessä jo tehdään ja onko sillä vastuullisesta toiminnasta kertovia sertifikaatteja tai tunnustuksia?

- a) Kerro sertifikaattien tai tunnustuksien pääpiirteistä sekä niihin vaadittavista toimista
- b) Selvitä, mitä yrityksessä voitaisiin tehdä vielä paremmin vastuullisen toiminnan näkökulmasta. Voit jakaa osiot teemojen mukaan taloudelliseen-, ekologiseen- ja sosiaalisenvastuun näkökulmiin.
- c) Voisiko yrityksen toimintaa kehittämällä sille saada jotain muita vastuullisesta kertovia sertifikaatteja tai tunnustuksia? Mitä lisätoimia näiden saaminen vaatisi?

Selvitä mitä tietoja tarvitaan harjoittelupaikassasi valitsemasi tuotteen tai palvelun hiilijalanjäljen laskemiseen. Voit hyödyntää valmiita laskureita osana selvitystä.

- a) Pohdi mitkä tekijät ovat suurimpia vaikuttajia hiilijalanjäljen suuruuteen ja mitkä vähemmän vaikuttavia tekijöitä.
- b) Etsi myös harjoittelupaikallesi sopiva kompensatiopalveluita tarjoava yritys
- c) Mikäli hiilijalanjälki tuotteelle tai palvelulle on laskettu, selvitä kuinka paljon sen kompensatiomaksu olisi yksittäiselle asiakkaalle

2. SISUSTUSTYYLIT

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA / 2 SISUSTUSTYYLIT

21. Mitkä ovat **sisustustaiteen tärkeimmät tyyliuunnat** ja millä vuosisadoilla ne esiintyivät?
22. Mitkä **tärkeimmistä keksinnöistä** ovat peräisin Egyptistä?
23. Missä **kreikkalainen arkkitehtuuri** näkyy nykyajan arkkitehtuurissa ja kuvataiteessa?
24. Kuvaile **barokkia tyyliuuntana** ja kerro kuinka se näkyi huoneiden sisustamisessa.
25. Kuvaile **rokokoota** tyyliuuntana ja kerro millaiseksi rokokoo lopulta kehittyi.
26. Miten syntyi **uusklassismi** ja kuinka se rantautui Pohjoismaihin?
27. Miten **kertaustyyli** suosivat aikaisempia historiallisia sisustustyyliä?
28. Mistä **kansallisromantiikka** kerää vaikutteita ja etsii innostusta Suomessa?
29. Kuvaile **funktionalismin** syntyä ja periaatteita. Mainitse esimerkkejä hotelleista, jotka edustavat funktionalismin yksinkertaista kauneutta.
30. Millaista **tyyliuuntausta ja jälleenrakentamista** Euroopassa oli toisen maailmansodan jälkeen?

2. SISUSTUSTYYLIT

31. Millaisia **Design-hotellit** ovat tyyliltään ja sisustukseltaan?

KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ / 2 SISUSTUSTYYLIT

32. Kuvaile design hotelli Klaus K:n **sisustustyylejä**.

33. Hae jugend-tyylille ominaiset pääpiirteet ja tunnusmerkit.

34. Esittele Suomen tunnetuimmista jugend-tyylisistä rakennuksista Imatran Valtion hotellin taustaa ja syntyä matkailukohteeksi ja hotelliksi nykypäivään.

35. Hae internetistä hotelleja Lontoosta, jotka edustavat **arkkitehtuurillaan art decoa**, Mikä on ominaista art decoa edustavassa sisustuksessa?

Etsi netistä esimerkkejä **hotelleista tai julkisista rakennuksista**, jotka edustavat arkkitehtuurissa ja/tai sisustuksessa seuraavia tyylejä:

- a) Barokkia
- b) Funktionalismia
- c) Art nouveauta

POHDINTATEHTÄVIÄ / 2 SISUSTUSTYYLIT

36. Hae internetistä funktionalismin peruseriaatteet ja aate sekä vertaile sitä arts & crafts ja art nouveau -tyylisuuntauksiin.

37. Esittele valitsemasi hotellin tyylistä suuntauksia arkkitehtuurin ja sisustuksen näkökulmasta.

2. SISUSTUSTYYLIT

38. Esittele erilaisia tunnettuja suomalaisia hotelleja, joissa on käytetty esimerkiksi kansallisromantiikkaa, suomalaisuutta, luontoa tai muuta **teemaa sisustuksessa**. Pohdi, kuinka teemat tulevat esille ja eroavat toisistaan eri hotelleissa.

39. Etsi art deco ja/tai funkistyyppinen design hotelli ja tee siitä esittely; suunnitteluvaiheesta, toteutuksesta, sisustukseen vaikuttaneista tekijöistä, tiloista ja palveluista. Esimerkkejä voi hakea Kämp Collection Hotels –ryhmittymästä.

40. Miten Alvar Aalto suunnitteli pohjoismaista tuotantoaan huonekaluteollisuudessa ja sisustuksessa?

41. Mitkä ovat skandinaavisen tyylin perusominaisuuksia suomalaisessa sisustuksessa ja muotoilussa?

42. Pohdiskele skandinaavisen ja italialaisen tyyliin sisustettuja hotellihuoneita ja niiden eroavaisuuksia muotoilun, materiaalien osalta.

3. HOTELLIN TUOTTEET

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA / 3 HOTELLIN TUOTTEET

43. Millaiset tekijät vaikuttavat **hotellien aulatilojen** viihtyvyyteen ja yleisilmeeseen?
44. Millaisia tiloja ja palveluja hotellit tarjoavat asiakkailleen? Hae esimerkkejä ja esittele hotellin tiloja palveluineen?

Millaisia tehtäviä **kokoushotellien kokousemäntien ja -isäntien** pitää suunnitella, huomioida ja sopia

- a) Ennen kokouspäivää
 - b) Kokouspäivän aamuna kokousvetäjän kanssa asiakkaiden saapuessa
 - c) Kokouspäivän aikana
 - d) Kokouksen päätyttyä
45. Millaisia eri ravintoloita kaupunkihotellit tarjoavat asiakkailleen? Esittele erityyppisten hotellien ravintolatarjontaa.

Mitä tarkoittavat seuraavat englanninkieliset lyhenteet:

- a) SGL
 - b) DBL
 - c) TWN
 - d) Studio
 - e) Suite
46. Mitä **huonetyypeillä** kuvataan? Mainitse esimerkkejä tyyppisimmistä huonetyyppikuvauksista ja miten ne eroavat toisistaan mukavuuksien, koon ja sisustuksen suhteen?
47. Millaisia sisustusvalintoja ja palveluja liikemiehet tai kokousasiakkaat arvostavat hotellihuoneeltaan?

3. HOTELLIN TUOTTEET

48. Millaiset tekijät vaikuttavat **hotellihuoneen viihtyvyyteen**?
49. Luettele hotellihuoneen tavallisimmat varusteet.
50. Millaista varustusta hotellihuoneen työskentelypisteessä käytetään?
51. Millaista informaatiota hotelli välittää infokanavansa tai digitaalisten sovellustensa välityksellä?
52. Millaista turvallisuuteen liittyvää ohjeistusta hotellihuoneessa suositellaan?
53. Laadi esimerkki hotellihuoneen tavallisesta **siivousjärjestyksestä**.
54. Vertaa, kuinka siivousaika muuttuu, jos huone on "**jatkava**" tai "**lähtevä**"?
55. Mistä kulueroista **hotellihuoneen siivouskustannukset** syntyvät?
56. Millaisia **kalusteisiin ja materiaaleihin liittyviä tekijöitä** tulisi ottaa huomioon hotellihuoneen sisustusta suunniteltaessa?
57. Mainitse esimerkkejä **erityyillisistä tekstiileistä** ja niiden vaikutuksesta sisustettavaan tilaan.
58. Miten hotellihuoneeseen voi luoda **kodinomaisuutta värityksen** avulla?

3. HOTELLIN TUOTTEET

59. Mitä **valaistuksen suunnittelussa** tulee ottaa huomioon ja kuinka erilaiset valaistukset voidaan jaotella käyttötarkoituksen mukaan?
60. Millaisia huonekohtaisia toimia voi ottaa huomioon **ympäristöystävällisen huoneen suunnittelussa**?
61. Miten hotellihuoneen sisustusarkkitehtuurissa kokonaishinta muodostuu ja mitkä ovat suurimmat kuluerät? Miten hankintojen hintaan voidaan vaikuttaa?
62. Mainitse esimerkkejä **muuttuvista kustannuksista**, jotka vaikuttavat myydyin huoneen kuluihin.

KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ / 3 HOTELLIN TUOTTEET

63. Hae esimerkki tai kuvaile suomalaista hotellia, missä on uudistettu vanhaa ja uutta arkkitehtuurissa ja sisustuksessa. Esimerkiksi vastaava hotelli, mikä on palkittu ”**Interior Design Awards 2011**”, on Original Sokos Hotel Villa.
64. Hae yleistietoa **Scandic Grand Central Helsinki hotellista** ja esittele hotellihuoneet, palvelut, tilat sekä kokoustapahtumat.

Miten **värit vaikuttavat sisustuksessa** käytettyyn tilaan ja miten ne voivat vaikuttaa asiakkaiden viihtyisyyteen tai aistitunnelmiin ja luoda kauneutta ja nautittavuutta? Hae esimerkit internetistä sisustamisen väri vaihtoehtoja ja suunnittele hotellihuoneisiin sopiva värimaailma ottaen huomioon sisustamisen värit ja mitä seikkoja haluat korostaa. Hakusanoja: Värien vaikutus sisustuksessa, värit sisustuksessa.

- a) Valkoinen, harmaa ja musta
- b) Vaaleanpunainen, punainen ja oranssi
- c) Kulta, keltainen ja vihreä
- d) Turkoosi, sininen ja violetti

3. HOTELLIN TUOTTEET

e) Magenta ja ruskea

65. Hae netistä hotellihuoneiden kuvia esimerkkeineen, joissa on käytetty eri valonlähteitä. Kuinka ne vaikuttavat sisustukseen ja miten ne ovat sijoitettu huoneeseen?
66. Hae valitsemastasi nettivaraamosta hotellien käyttämiä huonetyyppejä ja niiden nimityksiä. Vertaile huonetyyppien eroavaisuuksia ja varustelutasoja.

POHDINTATEHTÄVIÄ / 3 HOTELLIN TUOTTEET

67. Mitä kokonaisvaltaisessa sisustamisessa tulisi ottaa huomioon ja miten ne vaikuttavat asiakkaan viihtyvyyteen ja arvostukseen ekologisessa ja vastuullisessa sisustamisessa.
68. Miten nykyisen teknologian avulla voidaan hyödyntää asiakkaan mukavuutta hotellihuoneessa? Mainitse esimerkkejä asiakkaan toivomuksista tai mieltymyksistä, joita voidaan ottaa huomioon mobiili applikaatioiden avulla?

Suunnittele 2 hengen **hotellihuoneen ekologinen varustelu ja sisustus**. Voit käyttää mallina kirjassa olevaa pohjapiirustuskuvaa.

- a) Lomamatkustajalle
- b) Työmatkustajalle
- c) Häämatkalaisille

69. Suunnittele **kaupunkihotellille viihtyisä yhteisöllinen aulatila/oleskelutila** ja siihen tarvittava opastus ja ohjeistus. Huomioi ainakin: vastaanotto, oleskelualue, business corner, co-working mahdollisuus, aulabaari, käynti hissille ja portaikkoon sekä kokoustiloihin ja muihin palvelutiloihin (ravintolat ym.).

4. HOTELLIN VASTAANOTON ASIAKASPALVELU

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA /

4 HOTELLIN VASTAANOTON ASIAKASPALVELU

70. Mitä **palvelu** tarkoittaa ja miten sitä voitaisiin määritellä fyysisessä tai digitaalisessa palveluympäristössä?
71. Miten valmistaudut ja millaisia tehtäviä asiakkaan vastaanottamiseen kuuluu?
72. Kuvaile vastaanoton perinteisen palveluprosessin eri vaiheiden muodostumista?
73. Miten menettelet, jos asiakkaan huonenumeroa kysytään puhelimesta?
74. Millaista on hyvä palvelu? Mitä palvelun kokonaislaatu tarkoittaa ja miten se kehittyy? Milloin kokonaislaadusta muotoutuu ensiluokkainen tai epäedullinen?
75. Mitä tietoja lain määräämät matkustajatiedot edellyttävät matkustajailmoitukseen?
76. Millä viranomaisilla on oikeus saada hotellin asiakastietoja majoittujista?
77. Kuinka kauan yrityksessä on säilytettävä matkustajakortteja? Kuinka matkustajailmoitukset tulee hävittää tietosuojalain mukaisesti?
78. Mitä kuuluu varauksen tarkistustoimenpiteisiin asiakkaan saapuessa?

4. HOTELLIN VASTAANOTON ASIAKASPALVELU

79. Tulosta tai ota kuvakaappaus tehtävää varten hotellijärjestelmästä *Saapuvat asiakkaat* -lista ja *Vapaat, siivotut huoneet* -raportti. Selosta huonetyypit ja millaisia konekielisiä kuvauksia huoneista käytetään hotellissasi?
80. Miten asiakkaan check-in tapahtuu perinteisen mallin mukaan? Millä perusteella valitset huoneen asiakkaalle? Perustele eri vaihtoehtoja.
81. Mitä tietoja täytetään asiakkaalle annettavaan avainkorttikoteloon?
82. Miten asiakas **opastetaan** huoneeseen ja mitä tehtäviä asiakkaan opastukseen kuuluu?
83. Mainitse Visionline-avainkorttijärjestelmän **tavallisimmat toiminnot** avainkorttien koodaukseen?
84. Kuinka huoneen avaimen tekeminen tapahtuu saapuvalla asiakkaalle Visionline-ohjelmalla? Mitä mobiiliavaimella tarkoitetaan? Mainitse esimerkkejä mobiiliavaimen hyödystä asiakkaalle.
85. Kuvaile toimintamalli ja vaatimukset, kun asiakas haluaa ottaa käyttöönsä mobiiliavaimen ja kuinka digitaalinen avain siirtyy asiakkaalle?
86. Mitä asioita tulee huomioida, ennen kuin asiakas maksaa laskunsa?
87. Missä tapauksessa voidaan laskuttaa jälkikäteen ja kuinka tästä tulee sopia?

4. HOTELLIN VASTAANOTON ASIAKASPALVELU

KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ / 4 HOTELLIN VASTAANOTON ASIAKASPALVELU

88. Miten hotellit kertovat itsepalvelu check-in mahdollisuuksista ja toiminnoistaan nettisivuillaan tai applikaatioissa? Kuvaile itsepalvelu check-in pisteen toimintaperiaate?
89. Perekdy valitsemasi **hotelliketjujen kanta-asiakasohjelmaan**. Voit valita esimerkiksi Sokos hotellien kanta-asiakasohjelman S-cardin, Hilton Honors, Scandic Friends, Radisson Rewards tai Marriott Rewards. Millaisia etuja hotellit tarjoavat kanta-asiakkailleen?
90. Etsi netistä tai sosiaalisesta mediasta erilaisia palautteita hyvästä asiakaspalvelusta kansainvälisiltä matkailusivustoilta kuten TripAdvisor.com? Millaiset tekijät ovat vaikuttaneet hyvään palveluun? Miksi palvelusta on annettu hyvää palautetta?
91. Etsi netistä tai sosiaalisesta mediasta erilaisia palautteita huonosta asiakaspalvelusta kansainvälisiltä matkailusivustoilta kuten TripAdvisor.com? Millaiset tekijät ovat vaikuttaneet huonoon palveluun? Miksi palvelusta on annettu huonoa palautetta? Mieti sopivia kehitysehdotuksia.

Tutustu netissä **löytötavara lakiin** (www.finlex.fi). Kuinka tulee menetellä esimerkiksi vähäarvoisen löytötavaran suhteen? Kerro vaihtoehdot, jos löytötavara on löytynyt

- a) Kadulta
- b) Hotellista

4. HOTELLIN VASTAANOTON ASIAKASPALVELU

POHDINTATEHTÄVIÄ / 4 HOTELLIN VASTAANOTON ASIAKASPALVELU

92. Pohdi teknologiavälitteisen digitalisaation sallimia hyötyjä ja mahdollisuuksia majoitusliikkeelle ja asiakkaalle verrattuna perinteiseen asiakaspalveluun?

Pohdi vastaanoton perinteisen asiakaspalvelun korvaavien digitaalisten vaihtoehtojen ja mahdollisuuksien vaikutuksia asiakaskokemukseen. Kuinka asiakkaan kokema palvelu ja sen laatu voi muuttua myönteiseksi tai negatiiviseksi näiden vaikutuksesta?

- a) Huonevaraukset mobiilisovelluksella
- b) Online check-in/online check-out
- c) Matkustajakortti
- d) Mobiiliavain
- e) Check in itsepalvelupisteellä

93. **Suunnittele avainkorttikotelo** valitsemallesi hotellille. Mitkä ovat tärkeimpiä tietoja avainkorttikotelossa?

94. Mainitse mobiiliapplikaation tärkeimpiä toiminnallisuuksia suomalaisissa hotelleissa kanta-asiakkailleen ja vertaile jonkun kansainvälisen esimerkiksi Hilton Honors -ketjun mobiilisovelluksen toiminallisia ominaisuuksia digitaalisten palveluiden tarjonnassa kanta-asiakkailleen?

95. Miten mobiiliapplikaatioiden digitaaliset palvelut hyödyttävät asiakkaita ja hotelleja **check-in ja check-out** vaiheissa mobiilisovelluksissa?

5. MINIBAARIT

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA / 5 MINIBAARIT

96. Nimeä minibaarijärjestelmien tärkeimmät laitetoimittajat?
97. **Millä periaatteella** hotellit hankkivat ja huoltavat minibaareja? Miten seuranta ja laskutus minibaarikulutuksesta voi tapahtua kerroksen ja vastaanoton välillä?
98. **Miten usein** minibaarien täyttö ja tarkastus tehdään hotelleissa?
99. Kuinka paljon ovat minibaarin aiheuttamat **kustannukset/huone** vuorokaudessa keskimäärin? Miten hotellit voivat säästää huoneessa olevien minibaarien energiankulutuksesta?

Mainitse esimerkein vastaanoton tehtävä minibaarimyynnissä:

- a) Asiakkaan kirjoittautuessa sisään
- b) Asiakkaan kirjoittautuessa ulos

100. Miten **tuotteiden menekki** jakaantuu?
101. Mitkä ovat suomalaisten asiakkaiden suosituimmat tuotteet?
102. Millaista **hävikkiä** syntyy minibaarien toiminnassa?
103. Miten henkilökunta voi estää mahdollista hävikin syntymistä?

5. MINIBAARIT

104. Kuinka suuri keskimääräinen hävikki saa olla **myyntihinnoista laskettuna**?
105. Miten voit parantaa minibaarimyyntiä ja toimintaa vastaanotossa, jos hävikkiä syntyy enemmän kuin tavallinen suositus on?
106. Mainitse esimerkkejä **tunnuslukuista**, joita minibaaritoiminnassa voidaan seurata?
107. Mitä eroa on **puoliautomaattisella ja täysautomaattisella** minibaari mallilla verrattuna perinteiseen minibaari malliin?

KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ / 5 MINIBAARIT

108. Etsi netistä vähintään kaksi **erilaista minibaari mallia** ja vertaile niitä keskenään. Millaisia eroavaisuuksia malleista löytyy?
109. Hae hintavertailuja minibaari **tuotteiden hinnoittelusta**. Vertaile esimerkiksi eri ketjujen kesken hintoja tai hotelliketjun sisällä olevien hotellien tuotehintoja.
110. Etsi netistä ajankohtainen ja mielenkiintoinen **artikkeli tai lehtijulkaisu** minibaarien käyttöön, kulutukseen tai hävikkiin liittyen. Esittele artikkelin pääkohdat ryhmällesi.
111. Selvitä netistä hotellien **minibaarien menneisyyttä**. Milloin ensimmäiset minibaarit on otettu käyttöön ja milloin ne ovat yleistyneet?
112. Kuinka paljon minibaari tuotteiden hinnat ovat keskimäärin kalliimpia kuin ravintolahinnat? Mistä lisäkustannukset voivat muodostua?

5. MINIBAARIT

POHDINTATEHTÄVIÄ / 5 MINIBAARIT

113. Miten asiakkaan **hintamielikuvaa** voidaan ohjata tuotteen hinnoittelussa siten, että asiakas ei koe minibaarituotetta kalliiksi?
114. Pohdi millä keinoin minibaareista koituvia **kustannuksia voitaisiin karsia**?
115. Miten **minibaarituotteiden suunnittelu, seuranta ja hankinta** tulisi tehdä ja mitä tulisi ottaa huomioon, kun parannetaan minibaarituotteiden kiertonopeutta ja maksimoidaan tuottoa ja kannattavuutta?
116. Pohdi minibaarituotteiden hinnoittelua ja kannattavuutta kustannusperusteisten ja markkinaperusteisten hinnoittelumallien ja kannattavuuden osalta?

Suunnittele minibaarin sisältö ja perustele valintojasi seuraavissa hotellityypeissä. Miten **asiakasrakenne** voi vaikuttaa minibaarituotteiden valintaan?

- a) Liikemieshotelli
- b) Vapaa-ajan hotelli
- c) Kansainvälinen ketjuhotelli

Pohdi millainen minibaarihinnasto toimii parhaiten eri asiakasryhmille. Pohdi myös, mitä etuja tai haasteita erilaiset vaihtoehdot voivat tuoda hotellille?

- a) Paperisena huonekansiassa
- b) Huoneen infokanavalla
- c) Huoneen infotabletissa
- d) QR-koodina minibaarin ovesta

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA / 6 ASIAKKAAN OPASTUS JA INFORMAATIO

117. Mainitse esimerkkejä hotellin **sisäisestä informaatiosta** ja neuvonnasta asiakkailleen. Mikä on opastejärjestelmän tarkoitus ja mitä niiden tulee symbolisoida? Mainitse esimerkkejä digitaalisten palveluiden hyödyistä ja miten ne vaikuttavat yrityksen liiketoiminnallisiin tavoitteisiin?
118. Mainitse esimerkkejä infonäyttöjärjestelmistä ja miten ja missä opastusjärjestelmä toimii hotellien markkinoinnin ja myynnin apuvälineenä?
119. Millaisia näkökohtia tulee ottaa huomioon opasteiden suunnittelussa? Mainitse esimerkein, miten perinteinen opastus ja digitaaliset ratkaisut täydentävät ja helpottavat asiakaskokemusta vastaanotossa?
120. Laadi esimerkkiluettelo siitä, mitä hotellin **ulkopuoliseen opastukseen ja neuvontaan** kuuluu. Mitä tietoja kysytään usein ja mitkä tiedot tulisi löytyä hotellin vastaanotosta?
121. Miten opastejärjestelmään kuuluvat keskeiset opasteet voidaan jakaa ja mitä niiden suunnittelussa tulee ottaa huomioon?
122. Mitä sosiaalisen median eri kanavia asiakkaat käyttävät ja miten ne vaikuttavat heidän kokemukseensa asiakaspolun aikana?
123. Mainitse, mitkä matkailuun liittyvät nettisivustot ovat tärkeimpiä asiakkaan opastuksessa ja ohjauksessa? Miten yrityksen verkkosivut tulisi suunnitella ja millainen sisältö hyödyntää digimarkkinointia?

**KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ /
6 ASIAKKAAN OPASTUS JA INFORMAATIO**

Valitse kotikaupunkisi matkailusivustoilta nähtävyysskohte tai kulttuurikohte.
Etsi asiakkaalle **reittiopasteet hotellilta ja aikataulut**

- a) Julkisella liikenteellä
- b) Omalla autolla
- c) Pyöräillen maisemareittiä käyttäen

Asiakkaasi on lähdössä **iltalennolla** takaisin kotiin. Selvitä hänelle

- a) Lennon lähtöaika, boarding time ja luggage drop time
- b) Mahdollisuus päästä lentokentälle julkisella liikenteellä sekä aikataulu
- c) Ostosmahdollisuudet lentokentällä

Etsi netistä kotikaupunkisi

- a) Sisäaktiviteetteja (esim. kylpylät, kuntosalit, keilahallit)
- b) Ulkoaktiviteetteja (esim. lenkkipolut, hiihtoladut, laskettelukeskukset)
- c) Lapsiperheille suunnatut aktiviteetit hinnastoineen (leikkipuistot, huvipuistot, aktiviteettipuistot, eläintarhat)

124. Selvitä kotikaupunkisi lääkäripalvelut ja terveydenhoito mahdollisuudet arkisin sekä viikonloppuisin.

125. Mitkä ovat tärkeimmät opasteet asiakkaalle onnettomuustilanteissa? Missä ne sijaitsevat hotellihuoneessa tai hotellin käytävillä? Lisäohjeita hotellissa yöpyjälle löytyy esim. SPEKin Rakennuksen turvamerkit oppaasta:
<http://www.spek.fi/turvallisuus/oppaat/>

126. Miten hotellit voivat hyödyntää verkkosivuillaan virtuaalitodellisuutta?

6. ASIAKKAAN OPASTUS JA INFORMAATIO

127. Selvitä digitaalisen opastamisen avulla/välikätenä toimivien fyysisten tunnisteiden kuten QR-koodin ja AR-markkereiden toimintaa ja merkitystä ja miten niitä voidaan hyödyntää opastamisessa apuna?

POHDINTATEHTÄVIÄ / 6 ASIAKKAAN OPASTUS JA INFORMAATIO

128. Suunnittele valitsemallesi hotellille huonekansion sisällysluettelo tai infokanavalle valikkonäkymä. Pohtikaa, missä järjestyksessä tiedot ja palvelut tulisi esittää? Onko järjestyksellä, näytölle sijoittelulla tai fonttikoolla merkitystä?
129. Suunnittele toimiva, helppokäyttöinen ja informatiivinen sivusto valitsemallesi matkailukeskukselle. Millaista markkinointiviestintää matkailusivustolla tulisi olla? Millaisia palveluja ja aktiviteettejä matkailukohde tarjoaa, joita tämänhetkiset asiakkaat suosivat? Painota nykyisen matkailukohteesi mukaan esimerkiksi luontomatkailuun liittyviä aktiviteetteja, eksoottisia käyntikohteita, elämyksiä ja vieraanvaraisuuskulttuuria.
130. Tee kotipaikkakuntasi **nähtävyyksistä, palveluista ja erityispiirteistä** luettelo hotellin infokansiota tai infokanavaa varten. Laadi yhdestä kohteesta tarkempi esittely karttoineen, josta selviää kohteen sijainti. Kansion tulee antaa tietoa ja palvelua hotellissa asuvalle matkailijalle. Vaihtoehtoisesti voit suunnitella myös mobiililaitteella (esim. tabletilla) selailtavan version.
131. Miten hyödyntäisit valitsemasi matkakohteen paikallista arkielämää **matkailuelämyksissä ja alueen tuotekehityksessä**? Aloita suunnittelu selvittämällä alueen nykyinen tarjonta sekä potentiaaliset palvelumahdollisuudet. Tee taustaselvitystä esim. paikallisesta kulttuurista ja elinkeinosta. Huomioi nousevat trendit matkailussa sekä erilaiset matkailijat.
132. Suunnittele hotellin vastaanottoon mainos tai info valitsemastasi hotellin lisäpalvelusta (esim. ravintolan päivänannos, illan artisti ravintolassa). Mainos voi olla sähköinen tai posterinä.

6. ASIAKKAAN OPASTUS JA INFORMAATIO

- 133.** Millaista informaatiota kaupunkien omat infonäytöt sisältävät yleensä? Kuinka kaupunkien infopisteet ovat muuttuneet aikaisemmista opastetauluista?
- 134.** Miten nykypäivän hotellit mahdollistavat asiakaskokemuksen rakentumisen hotellihuoneessa mobiilisovellusten ja -laitteiden avulla? Mainitse esimerkkejä digitaalisista toiminnoista ja palveluista.

7. RAPORTIT JA NIIDEN HYÖDYNTÄMINEN

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA / 7 RAPORTIT JA NIIDEN HYÖDYNTÄMINEN

135. Mikä on raporttien pääasiallinen tavoite ja hyöty liiketoiminnassa ja miten niitä voidaan hyödyntää kaupan käynnissä?
136. Millaista tietoa hotelliohjelma Opera välittää saapuvien asiakkaiden raportissa ja miten saatua tietoa hyödynnetään vastaanotossa?
137. Miten hyödynnät **varausvaiheessa** kanta-asiakas- tai yritystietoja Opera-hotellijärjestelmässä?
138. Selvitä, millaista tietoa toimialaraporteissa käsitellään ja miten sitä hyödynnetään?
139. Miten **tarkistat** työvuorosi päätyttyä **pohjakassan kassaraporttia hyödyntäen**?

Tutki koneella, kuinka löydät tavallisimmat raportit Opera-hotellijärjestelmässä?

- a) Saapuvat asiakkaat -lista
- b) Kerroshoitajan siivousraportti
- c) Myymättömät, saatavilla olevat huoneet kuluvalle päivälle
- d) Vapaat, siivotut huoneet -lista
- e) Lähtevät asiakkaat -lista
- f) Käyttöasteet
- g) Kanta-asiakkaan käynnit ja yöpymiset
- h) Kansalaisuudet

140. Mikä merkitys hotelliohjelman **yöajolla** on hotellin päivittäisiin tapahtumiin? Mitä toimintoja yöajon aikana tapahtuu? Nimeä raportit, mitkä tulostetaan yöajon aikana?

7. RAPORTIT JA NIIDEN HYÖDYNTÄMINEN

141. Miten yleensä listataan saapuvat tai asuvat asiakkaat?

142. Selvitä Operan johdon raportin sisällöstä tärkeimpiä tunnuslukuja, miten huonetuottoa seurataan?

Selvitä alla olevasta hotelliohjelman kuvaruutukaappauksesta

- Mikä on huonetilanne tänään?
- Paljonko on asiakasmäärä tänään?
- Montako walk-in varausta on tehty kyseiselle päivälle?
- Onko huoneita ilmaisessa käytössä?
- Onko huoneita vapaana?

143. Mitkä ovat käyttöaste ja keskihinta? Laske myös RevPar.

The screenshot displays a 'House Status - 21.01.17' window with several data sections:

- Room Summary:**
 - Total Physical Rooms: 300
 - Out of Order: 30
 - Total Rooms to Sell: 270
 - Out of Service: 2
- Activity:**

	Room	Persons	VIP
Stayovers	75	157	3
Departures Expected	0	0	0
Departures Actual	173	368	9
Arrivals Expected	14	29	0
Arrivals Actual	126	267	2
Extended Stays	1	1	0
Early Departures	1	2	0
Day Use Rooms	0	0	0
Walk Ins	1	2	0
Day of Arrival Cancels	5	11	0
- Complimentary and House Use:**

	Room	Persons	VIP
Complimentary Arrivals	0	0	0
Stayovers	0	0	0
Departures	0	0	0
House Use Arrivals	2	4	0
Stayovers	0	0	0
Departures	0	0	0
- End of Day Projection:**
 - Min. Available Tonight: 56
 - Max. Occupied Tonight: 214 (Persons: 453, VIP: 5)
 - Max. % Occupied Tonight: 79.26 (Include Day Use:)
 - Blocks not Picked Up: -1
 - Individuals: 114 (Persons: 226, VIP: 5)
 - Groups & Blocks: 101 (Persons: 227, VIP: 0)
 - Room Revenue: 15,689.23
 - Room Revenue Avg.: 73.31
- Housekeeping Room Status:**

	Vacant	Occupied
Clean	65	124
Dirty	2	77
Out of Order	30	0
Out of Service	2	0
- Search Filters:** Property, Room Class, Date (21.01.17), Room Type, Search, Close

7. RAPORTIT JA NIIDEN HYÖDYNTÄMINEN

Ensimmäinen päivä

Selvitä alla olevasta hotelliohjelman kuvaruutukaappauksesta

- Mikä on huonetilanne tänään?
- Paljonko on asiakasmäärä tänään?
- Onko huoneita ilmaisessa käytössä?
- Onko huoneita vapaana?
- Onko huoneita korjattavana?

144. Mitkä ovat käyttöaste ja keskihinta? Laske myös RevPar.

The screenshot displays a 'House Status - 23.01.17' window with several data sections:

- Room Summary:**

Total Physical Rooms	300
Out of Order	30
Total Rooms to Sell	270
Out of Service	3
- Activity:**

	Room	Persons	VIP
Stayovers	147	163	13
Departures Expected	17	25	5
Arrivals Expected	126	137	12
Day Use Rooms	0	0	0
- Complimentary and House Use:**

	Room	Persons	VIP
Complimentary Arrivals	0	0	0
Stayovers	0	0	0
Departures	0	0	0
House Use Arrivals	0	0	0
Stayovers	0	0	0
Departures	0	0	0
- End of Day Projection:**

Min. Available Tonight	123		
Max. Occupied Tonight	147	163	13
Max. % Occupied Tonight	54.44	<input type="checkbox"/> Include Day Use	
Blocks not Picked Up	0		
Individuals	141	156	13
Groups & Blocks	6	7	0
Room Revenue	14,364.81		
Room Revenue Avg.	97.72		
- Search Filters:**

Property: [dropdown] Room Class: [dropdown]
Date: 23.01.17 [calendar icon] Room Type: [dropdown]
[Search] [Close]

Toinen päivä

7. RAPORTIT JA NIIDEN HYÖDYNTÄMINEN

Selvitä alla olevasta hotelliohjelman kuvaruutukaappauksesta

- Mikä on huonetilanne tänään?
- Paljonko on asiakasmäärä tänään?
- Onko huoneita ilmaisessa käytössä?
- Onko huoneita vapaana?
- Onko huoneita korjattavana?

145. Mitkä ovat käyttöaste ja keskihinta? Laske myös RevPar.

House Status - 17.05.

Room Summary

Total Physical Rooms	61
Out of Order	3
Total Rooms to Sell	58
Out of Service	0

Activity

	Room	Persons	VIP
Stayovers	2	4	0
Departures Expected	4	6	1
Departures Actual	5	5	0
Arrivals Expected	3	4	0
Arrivals Actual	0	0	0
Extended Stays	0	0	0
Early Departures	3	3	0
Day Use Rooms	3	3	0
Walk Ins	0	0	0
Day of Arrival Cancels	1	2	0

Complimentary and House Use

	Room	Persons	VIP
Complimentary Arrivals	0	0	0
Stayovers	0	0	0
Departures	0	0	0
House Use Arrivals	0	0	0
Stayovers	0	0	0
Departures	0	0	0

End of Day Project

Min. Available Tonight	50		
Max. Occupied Tonight	8	8	0
Max. % Occupied Tonight	13.79		
Blocks not Picked Up	3		
Individuals	5	8	0
Groups & Blocks	0	0	0
Room Revenue	911.19		
Room Revenue Avg.	113.90		

Housekeeping Room Sta

	Vacant	Occupied
Clean	50	0
Dirty	2	6
Out of Order	3	0
Out of Service	0	0

Date Room Type

Search Close

Kolmas päivä

7. RAPORTIT JA NIIDEN HYÖDYNTÄMINEN

KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ / 7 RAPORTIT JA NIIDEN HYÖDYNTÄMINEN

146. Etsi netistä viimeisin **tilasto ulkomaalaisten matkailijoiden yöpymismääristä** Suomessa. Minkä kansallisuuden yöpymismäärät ovat kasvaneet? Mitkä ovat puolestaan vähentyneet?
147. Etsi vastaava tilasto edelliseltä vuodelta. Ovatko eri kansalaisuuksien yöpymismäärien **muutokset jo havaittavissa**?
148. Tutki uusinta Tilastokeskuksen **Hotellikapasiteetti ja sen käyttö** - taulukkoa. Valitse kaksi (2) maakuntaa ja vertaile niitä edellisen vuoden tilastoon. Millaisia muutoksia maakuntien hotelleissa on tapahtunut? Mikä olisi voinut vaikuttaa näihin muutoksiin?

7. RAPORTIT JA NIIDEN HYÖDYNTÄMINEN

POHDINTATEHTÄVIÄ / 7 RAPORTIT JA NIIDEN HYÖDYNTÄMINEN

149. Pohdi kannattavuustutkimuksesta (*Hotellien tuloksen muodostuminen henkilöstön suuruusluokan mukaan*) suomalaisten hotellien **kulujen muodostumista ja käyttökatetta**. Ota selvää paikkakuntasi hotelleista siitä, miten tilanne on kehittynyt.

Tutki Tilastokeskuksen Hotelli kapasiteetti ja sen käyttöraporttia.

- a) Kuinka voit seurata **paikkakunta kohtaisesti kysyntää ja tarjontaa**? Missä alueilla on kovaa tai vähäistä kysyntää? Mille paikkakunnalle kysynnän ja tarjonnan perusteella perustaisit itse hotellin?
- b) Huomioi kyseisessä raportista vuodelta 2020, missä maakunnissa ja kaupungeissa pandemia on vaikuttanut kysynnän ja tarjonnan kasvuun ja missä puolestaan vähentymiseen?
150. Kuvaile pandemian vaikutuksia majoitustoiminnassa vuonna 2020. Miten se vaikutti hotelliyöpymisten määrään, keskimääräiseen käyttöasteeseen tai majoitustoiminnan liikevaihtoon
151. Pohdi, miten majoitus- ja ravitsemisalan tulisi tulevaisuudessa varautua ja vahvistaa voimavarojaan äkillisiin globaaleihin markkinahäiriöihin?
152. Miksi **House status-raportti** on tärkeä vastaanotolle? Milloin ja mitä raportista selvitetään?

8. ASIAKKUUS

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA / 8 ASIAKKUUS

153. Miten asiakkaiden ostokäyttäytyminen ja ostotapahtumat ovat muuttuneet digitaalisten toimintojen myötä verkkokaupassa?
154. Mitä tarkoittaa asiakkuusajattelussa **yhteistyökumppanuus**?
155. Asiakaslähtöisyydessä avaintekijät muodostuvat **saavutettavuudesta, vuorovaikutuksesta ja arvontuotannosta sekä asiakaskokemuksen johtamisesta**. Mitä ne tarkoittavat ja miten ne ilmenevät?
156. Miten **asiakkaan arvoa** tulee ajatella ja arvioida hotellin liiketoiminnassa?
157. Miten **kanta-asiakkaat ja avainasiakkaat** eroavat toisistaan yrityksen liiketoiminnassa?
158. Mitä asiakaskokemus tarkoittaa ja miten asiakaskokemusta hyödynnetään **asiakaslähtöisessä toimintamallissa**?
159. Miten asiakaskokemus voidaan ryhmitellä ja mainitse esimerkkejä, mitä ne tarkoittavat?

Selvitä asiakasryhmittely, jos asiakkaat ryhmitellään seuraavilla tavoilla:

- a) Asiakassuhteen vaiheen mukaan
- b) Ostokäyttäytymisen mukaan
- c) Asiakkaan arvon ja tarpeiden mukaan

8. ASIAKKUUS

160. Mitä on **asiakaskokemus** ja selvitä asiakaskokemusajattelun peruseriaate tai johtoajatus?
161. Millä keinoin yritys voi saavuttaa pitkäkestoisen asiakaskokemuksen ja millaista johtamistyyliä palveleva johtaminen edellyttää?
162. Mitä tarkoitetaan asiakaspolun kosketuspisteellä?
163. Mainitse **erityyppisiä asiakaskokemuksia**. Kuinka eri kosketuspisteiden tapahtumat voivat toimia myönteisenä tekijänä asiakaspolun varrella?
164. Mitä **palvelumuotoilulla** tarkoitetaan? Kuinka sitä käytännössä toteutetaan?
165. Mitä tarkoitetaan käytännössä **GDPR-tietosuoja-asetuksella**?
166. Millaista tietoa kirjataan **asiakasprofiilitietoihin**?
167. Mainitse esimerkkejä **asiakastietokantaan tallennetuista tiedoista**, joita yritys tarvitsee markkinoinnissaan, kun se käyttää asiakkaistaan tietorekisteriä?

Kuinka haet **tietoja** Opera-hotellijärjestelmästä

- a) Yrityksestä
- b) Yritykseen kuuluva asiakas
- c) Agentista

8. ASIAKKUUS

168. Missä ja miten voit tallentaa **henkilö- ja yritystiedot asiakasrekisteriin**, kun käsittelet tai teet varauksia?

Mitä tietoja Opera-hotellijärjestelmässä seuraavat valikot sisältävät:

- a) Relationship
- b) History
- c) Memberships
- d) Preferences

169. Mainitse kriteerejä, joiden mukaan yrityksen tulee määritellä ja tarkastella asiakkaan arvoa? Mitä tarkoitetaan asiakkaan arvolla?

170. Mitä **asiakasosuus** tarkoittaa liiketoiminnassa?

171. Selvitä, miten **asiakkaan sitoutuneisuus ja asiakkuuden lujuus** voivat muodostua.

172. Mainitse esimerkkejä, miten **kanta-asiakasohjelmat** vaikuttavat asiakkaan kannattavuuteen ja millaista hyötyä ne tuovat yritykselle?

Vertaile **strategisten asiakkuuksien** johtamisessa seuraavia asiakastyyppejä ja niiden piirteitä.

- a) Avainasiakkuus
- b) Kumppanuusasiakkuus

8. ASIAKKUUS

KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ / 8 ASIAKKUUS

Millaisia etuja **kanta-asiakasohjelmat** tarjoavat asiakkailleen

- a) S-card (Sokos Hotels)
- b) Scandic Friends (Scandic Hotels)

Vertaile S-card ja Scandic Friends-korttien etuuksia keskenään. Kummastako kortista työmatkustaja hyötyy mielestäsi enemmän, kun hän yöpyy esimerkiksi

- a) 40 yötä/vuosi hotellissa
- b) 3 yötä/vuosi hotellissa
- c) Järjestää vuosittain 15kpl isoja tapahtumia/koulutuksia hotelleissa?

173. Etsi sosiaalisen median kanavia hyödyntäen esimerkki onnistuneesta ja epäonnistuneesta asiakaskokemuksesta palvelutapahtumassa. Tunnista asiakaspolun kosketuspiste, jossa on onnistuttu tai epäonnistuttu yrityksen osalta. Onko kosketuspiste ollut näkymätön vai näkyvä osa palvelua?

8. ASIAKKUUS

POHDINTATEHTÄVIÄ / 8 ASIAKKUUS

174. Pohdi kuinka eri osastojen toiminnot voivat vaikuttaa hotellissa asiakaskokemukseen. Miksi on tärkeää huomioida kaikkien eri osastojen yhteistyö asiakkaan hyödyksi? Muista ottaa huomioon myös asiakkaalle näkymättömien osastojen toiminta ja huomaamattomat kohtaamispisteet niiden kanssa.
175. Tee yksinkertainen asiakaspolunkartoitus matkalle haluamaasi majoituskohteeseen. Ota huomioon kaikki kosketuspisteet, myös ennakkoon tapahtuva tiedonhaku sekä mahdolliset jälkikäteen hoidettavat palautteet ja reklamaatiot.
176. Kuvaile yksityiskohtaisesti palveluprosessi hotellin vastaanotossa asiakkaan kirjautuessa ulos. Huomioi kaikkien osastojen toiminnot, jotka vaikuttavat asiakkaan palvelun muodostumiseen. Vertaile tapahtumaa kahdella eri toiminta mallilla; asiakas tekee check outin vastaanotossa henkilökohtaisesti ja asiakas tekee check outin etänä applikaatiolla. Käytä havainnollistamisessa apuna Service blueprint -mallin prosessikaaviota.
177. Pohdi mitä kaikkea tulee ottaa huomioon, kun asiakaskokemus otetaan osaksi yrityksen johtamisstrategiaa? Miten strategista asiakaskokemusta suunnitellaan ja toteutetaan johtamisjärjestelmän näkökulmasta? Kuinka näkemys viedään operatiiviselle tasolle, jotta saavutetaan haluttu taso ja tavoitteet? Voit käyttää apuna johtamisjärjestelmään kuuluvaa viitekehystä ja Arussin asiakaskokemuksen johtamisen porrasmallia.
178. Luo muutamia tyypillisiä asiakasprofieileja liikemieshotellin tärkeimmistä asiakkaista.
179. Pohdi, millaiset toimenpiteet hotellin asiakkuuksien hoitamisessa voivat aiheuttaa kannattamattomuutta? Mitkä ovat **kannattamattomuuden syyt?**

9. HOTELLIN ASIAKASTYYTYVÄISYYS

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA / 9 HOTELLIN ASIAKASTYYTYVÄISYYS

180. Mitä **asiakastyytyväisyys** on ja millaiset tekijät vaikuttavat asiakastyytyväisyyteen tai tyytymättömyyteen?
181. Miten **asiakastyytyväisyys tai tyytymättömyys** muodostuu ja miten yritys hyötyy tyytyväisistä asiakkaista?
182. Mitä asiakastyytyväisyys kuvaa ja miten sitä voidaan seurata lyhyellä tai pitkällä aikavälillä? Miten **asiakastyytyväisyyttä** voidaan mitata?
183. Mitä **asiakasuskollisuudella** tarkoitetaan ja miten sitä voidaan ryhmitellä, kehittää ja seurata esimerkkien avulla?
184. Mitä **asiakastyytyväisyyden kuuntelujärjestelmä** tarkoittaa ja millaista seurantaa se sisältää?
185. Mitä **asiakastyytyväisyystutkimuksilla** voidaan selvittää kokonaisvaltaisesti? Mitkä ovat tavallisimmat tutkimuskohteet hotellissa?
186. Miten **haamuasiointi** tulisi suorittaa?
187. Mitä asioita haamuasiointilla voi ja tulisi tarkkailla?
188. Millaisia mahdollisuuksia internet voi antaa yrityksen asiakastyytyväisyystutkimuksiin?

9. HOTELLIN ASIAKASTYYTYVÄISYYS

189. Kuinka hotelli voi hyötyä **blogiyhteistyöstä**?
190. Miten hotellien tulisi reagoida sosiaalisen median eri kanavissa annettuihin arviointeihin ja palautteisiin?
191. Mitä mittaamisen avulla selvitetään erinomaisen asiakaskokemuksen saavuttamiseksi?
192. Mitä **reaaliaikaisella mittaamisella** voidaan selvittää?
193. Mitkä ovat asiakaskokemuksen mittaamisen **kolme tasoa**? Mitä tarkoittavat asiakaskokemuksen vaikutusten mittaaminen ja syy-seuraustason havainnointi?
194. Mitä etuja menetetään, **kun asiakassuhde päättyy**?
195. Perustele, **miksi** kannattaa tutkia menetettyjä asiakkaita?
196. **Mitkä syyt** johtavat asiakassuhteen päättymiseen?
197. Miten **asiakaspalautetta voidaan hyödyntää** ja miten palaute tulee antaa henkilöstölle?
198. Mitä **asiakastyytyväisyystakuu** tarkoittaa ja milloin sitä voidaan käyttää?

KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ / 9 HOTELLIN ASIAKASTYYTYVÄISYYS

199. **Anna palautetta netissä** valitsemallesi yritykselle, jossa olet vasta asioinut. Jos mahdollista, pyydä palautteeseesi vastausta. Ota kuvakaappaus palautelomakkeesta ja esitele se ryhmällesi. Mitä taustatietoja eri yritykset pyytävät palautetta jätettäessä? Saitko vastausta palautteeseesi ja kuinka palautteeseesi oli reagoitu?
200. Haluat antaa palautetta kotikaupunkisi hotelleille. **Etsi netistä hotellien palautesivut**. Ota kaikista kuvakaappaukset ja esitele ne ryhmällesi. Millaisia palautteenanto mahdollisuuksia sivustoilla oli? Oliko mahdollisuus arvioida eri palveluita ja antaa avointa palautetta? Olivatko sivut mielestäsi helpot löytää, mikä oli helpoin ja mikä eniten aikaa vievin?
201. Tutustu kolmen eri **nettivaraamon tai matkahakukoneen palautteenanto ja -koonti** mahdollisuuksiin. Vertaile eri sivuja keskenään. Mitä arviointi kohteita eri sivustot luokittelevat ja vertailevat? Kuinka palveluiden arviointi eroaa toisistaan?
202. Valitse hotelli ja etsi kolmesta ulkopuolisesta eri lähteestä (nettivaraamot, matkahakukoneet) **hotellin arvostelut**. Kuinka paljon eri nettisivujen arvioinnit hotellista eroavat toisistaan? Ovatko sivustot mielestäsi luotettavia kanavia? Entä palautteen laatu ja määrä, ovatko palautteet perusteltuja ja palautteiden määrä tarpeeksi suuri ollakseen luotettava?

Selvitä **asiakaskokemusmittarien** ominaisuuksia:

- a) Mitä mittarit kuvaavat tai mistä ne kertovat.
- b) Millaisiin tilanteisiin mittarit soveltuvat?
- c) Antavatko mittarit tietoa tyytymättömyyden syistä?

POHDINTATEHTÄVIÄ / 9 HOTELLIN ASIAKASTYYTYVÄISYYS

203. Mitä tarkoittaa ”kolmen tason mittaaminen” asiakaskokemuksen näkökulmasta ja miksi se on merkityksellinen asiakaskokemuksen kehittämisen kannalta?

204. Mainitse esimerkkejä **asiakastyytyväisyyden monikanavaisesta kuuntelujärjestelmästä?** Mitä eri tapoja on kerätä tietoa?

Tee suunnitelma tarkistuskohteista valitsemasi kahvilan haamuasiakkaalle. Huomioi kahvilan liikeidea (yksityinen/ketjuun kuuluva). Suunnittele **yksityiskohtainen tarkistuslista aihealueittain**, arviointi kriteerinä esimerkiksi asteikko 1-5, jossa 1 heikoin/5 paras. Aihealueina esimerkiksi:

- a) Yleisilme, siisteys (ulkotilat, sisätilat, salin puoli, wc-tilat, muut asiakastilat, pöydät, tuolit jne.)
- b) Tuotteiden esillepano (tuotteiden nimet ja kuvaukset selkeästi, koko tuotevalikoima ja hinnastot esillä, näyttävyyys, siisteys, houkuttelevuus, saatavuus jne.)
- c) Henkilökunnan asiakaspalvelutaito ja tuotetietous (kohteliaisuus, ystävällisyys, tilannetaju, tarvekartoitus, tuotteiden esittelytaito, lisämyynti, kanta-asiakaskorttien tarkistaminen/tarjoaminen, työasu, ulkoinen olemus jne.)
- d) Tuotteen laatu (maku, esteettisyys, raaka-aineet, kypsyyys, rakenne, koko, hinta-laatu suhde jne.)
- e) Ketjunäkyvyys (kuuluuko kahvila ketjuun, ovatko ketjun symbolit ja aineistot näkyvillä, onko kahvila konseptin mukainen, jne.)

205. Kuvaile, miten ja millaista asiakastietoa yrityksessä voidaan kerätä ja analysoida hotellien tietojärjestelmien ja ohjelmien avulla liiketoiminnan kehittämiseksi.

206. Suunnittele hotellille kokonaisvaltainen asiakkaan kuuntelujärjestelmä. Miten hotelli voi kerätä palautetta eri tavoin päivittäin ja pitkällä aikavälillä asiakaskokemuksen kehittämiseksi?

9. HOTELLIN ASIAKASTYYTYVÄISYYS

207. **Suorita oma haamukäynti** valitsemassasi kahvilassa ja analysoi keräämäsi aineisto. Tee vielä erillinen **koonti asiakaspalautteen** muodossa ja esitä se ryhmällesi.
208. Tutustu eri tutkimusmenetelmiin, **kvantitatiiviseen ja kvalitatiiviseen menetelmään**. Mitkä ovat tärkeimmät eroavaisuudet tutkimusmenetelmissä? Mitä asioita hotellin kannattaisi mielestäsi eri menetelmillä tutkia?
209. Suunnittele hotellille **huoneisiin sijoitettava palautelomake tai mobiililaitteella täytettävä palautelomake**. Mitä asioita on tärkeää olla/kysyä/tutkia lomakkeessa? Yritä keksiä jotain uutta tai erilaista perinteisestä kaavakkeesta poikkeavaa.
210. Millaista asiakaspalautelaitetta hotelli voi käyttää vastaanotossa keräämään asiakastyytyväisyys palautetta? Nimeä laite ja pohdi, miten vastaanoton toimintaa voisi kehittää ruuhka aikana?
211. Pohdi, miten hotellin henkilöstö voi kartoittaa toimenpiteitä kuuntelujärjestelmän kehittämiseksi mittaamisen prosessissa. Kirjoita esimerkki-case yhdestä haasteellisesta asiakaspalautteesta hyvin hoidettuna ja onnistuneena asiakaskokemuksena.

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA / 10 KOKOUS- JA KONGRESSITOIMINTA

Mainitse erityispiirteitä tai tunnusomaisia piirteitä seuraavista kokoustermeistä:

- a) Konferenssi
- b) Kongressi
- c) Symposium
- d) Seminaari

212. Mainitse esimerkkejä, missä erilaisia kokouksia järjestetään ja pidetään? Mainitse myös edut ja haitat kustakin kokouspaikasta?
213. Mikä **Finland Convention Bureau** on ja kuvaile **FCB:n** toimintaa?
214. Kuvaile **kongressitoimistojen ja kongressipalvelutoimistojen** tehtäviä ja miten niiden toiminta eroaa?
215. Millaiset tekijät vaikuttavat kokoushotellin valintaan?
216. Millaisia asioita kokouksen järjestäjän tulisi miettiä **suunnitellessaan ja valitessaan kokouspaikkaa ja -tiloja sekä tarvittavia majoitusjärjestelyjä?**
217. Mainitse perusvaatimukset, mitä kokoustiloilta edellytetään?
218. Miten **kokousohjelma tulisi suunnitella?** Millaisia tapahtumia/järjestelyjä kokousohjelma voi sisältää?

10. KOKOUS- JA KONGRESSITOIMINTA

219. Mitä **peruskokousvarustusta ja kokoustekniikkaa** kokoushotellien tiloissa on valmiina ja mitä välineistöä yleensä joudutaan vuokraamaan?
220. Kuvaile, millaisia kokouksia ovat **hybridikokoukset ja virtuaalikokoukset** ja miten ne eroavat toisistaan.
221. Mainitse **tyypillisen kokoushotellin tunnusmerkkejä**.
222. Mikä on **tilausmääräys** ja mitä orderista tulee ilmetä?
223. Miksi **myyntipalvelun rooli** kokoustilausten vastaanottajana on keskeinen, ja mitkä ovat myyntipalvelun päivittäiset rutiinityöt?
224. Millaista **myynninedistämistyötä** myyntipalvelussa voidaan tehdä?
225. Millaisia taitoja ja ominaisuuksia edellytetään **myyntineuvottelijalta**?
226. Mainitse olennaisimmat asiat, mitkä pitää selvittää kokousasiakkaan kanssa myyntineuvotteluissa.
227. Millaista käytäntöä hotellit soveltavat, jos osallistujien määrä muuttuu, pienenee tai suurenee?
228. Mainitse kokousosaston tavallisimpia tilausmääräyksen mukaisia valmistelutehtäviä ennen tilaisuutta?

10. KOKOUS- JA KONGRESSITOIMINTA

229. Mitä "Yhden päivän kokouspaketti" ja "Kahden päivän kokouspaketti" yleensä sisältävät?
230. Mainitse esimerkkejä erilaisista kokouspöytämuodoista?
231. Mitä vaatimuksia pöytämuoto asettaa suunniteltaessa kokoustilaa?
232. Millaiset pöytämuodot sopivat juhlaviin tilaisuuksiin?
233. Mitä asioita tulee ottaa huomioon kokoustilan kunnostamisessa?
234. Mistä asioista vastaanoton ja kerroksen tulee huolehtia ennakkoon kokousvieraita majoitettaessa?
235. Listaa esimerkkejä suurten tapahtumien tai kansainvälisten kongressien erilaisista markkinointikeinoista ja kanavista markkinointisuunnitelmaa laadittaessa. Mitä suunnitteluvaiheessa pitää ottaa huomioon?
236. Mieti suurien kokouksien tai kansainvälisten kongressien suunnitteluun liittyvät tärkeimmät työvaiheet ja listaa tärkeimmät vaiheet.
237. Mitä tarkoittaa simultaanitulkkkaus?

KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ / 10 KOKOUS- JA KONGRESSITOIMINTA

238. Hae jonkun hotelliketjun Kokous- ja koulutuspalveluiden toimitusehdot. Mitkä ovat tapahtuman peruutusehdot, jotta peruutukset tai muutokset voidaan tehdä ilman kuluja?
239. Mikä on **Visit Finland** ja mikä on sen päätehtävä?
240. Mikä on Visit Finlandin toiminnan tavoite ja millaisia myynti- ja markkinointitapahtumia se järjestää?
241. Mitä **FCB** hoitaa ja mikä on **sen** pääasiallinen tehtävä ja mitä se tarjoaa tapahtumien järjestäjille?
242. Tutustu **Visit Finland/ FCB:n sivuihin** internetissä ja hae sivustolta kongressikalenteri, missä esitellään tulevat kongressit ja konferenssit <https://fcb.visitfinland.com/en/plan/congress-calendar/>? Mitkä ovat **suosituisimmat** kongressikaupungit ja missä suuruusluokassa tapahtumat voivat olla osanottajamäärältään?
243. Hae yksi **suuri tapahtuma** ja selvitä, millaista informaatiota tapahtuman kotisivulla pääkohdittain tiedotetaan ja miten tapahtumaa esitellään mahdolliselle osallistujalle?

POHDINTATEHTÄVIÄ / 10 KOKOUS- JA KONGRESSITOIMINTA

Tee kirjan tehtävä **Kokous- ja kiintiövaraus** Opera-järjestelmään. Tehtävän ohjeistus on kokonaisuudessaan kirjan luvussa 10 Kokous- ja kongressitoiminta.

- a) Tee majoitus-, kokous- ja ryhmätyötilojen **varaukset**.
- b) Tulosta **orderit** kokouspäivälle.
- c) Tee majoittuville **check-in**.
- d) Ota asuvien **ryhmälista**.
- e) Bongaa **kokouspakettiin** kuuluvat veloitukset laskulle.
- f) Päätä **lasku ja tee check-out** huoneille. Kaikkien veloitusten tulee olla samalla laskulla.

TEHTÄVÄ: Kokous- ja kiintiövaraus

Tee valitsemallesi yritykselle kokousvaraus, jossa on varattuna **20 hengelle kokoustila, aamu- ja iltapäiväkahvit sekä lounaat**. Tee lisäksi 3 huoneen kiintiövaraus ja varaa huoneet kiintiöstä valitsemillesi nimille. Kaikki veloitukset menevät yhteislaskulla, joten luo PM lasku yritykselle ja laskutusohje myös huonevarauksiin. Bongaa kaikki veloitukset yrityksen laskulle ja päätä laskutukseen.

244. Suunnittele päiväkokoukselle **uudenlaiset aamu- ja iltapäiväkahvitukset**. Mieti tavallisesta poikkeavia vaihtoehtoja tarjoiluihin ja suosi paikallisia ja lähituotteita. Voit ottaa lähtökohdaksi myös jonkin tietyn ruokavalion tai erityiset ruokarajoitteet.
245. **Aikatauluta** valitsemäsi tai keksimäsi kokouspäivä iltaohjelmiseen. Muista ottaa huomioon ruokatarjoilut, mahdolliset siirtymät paikkojen välillä, tarvittavat tauot ja henkilömäärät.
246. Pohdi **eksoottisia matkakohteita Suomesta** kongressivieraiden oheisohjelmaan, kun tapahtuman yhteydessä järjestetään pre- tai post-tourmatka. Tapahtumapaikkana voi olla Tampere tai Turku. Hae esimerkkejä Visit Finland –sivustoilta, esimerkiksi valitsemastasi kongressista kongressikalenterin mukaan.

10. KOKOUS- JA KONGRESSITOIMINTA

Osallistu **kokouksen järjestämiseen** ja selvitä työssäoppimispaikastasi tapahtuman kokousjärjestelyt:

- a) Perustiedot kokouksen/tapahtuman tilaajasta
- b) Tilaisuuden luonne/otsikko/nimi
- c) Muut orderin perustiedot
- d) Osallistuvat kokousasiakkaat/vieraat: sisäisiä (tilaajan omaa henkilöstöä) vai tilaajan kutsumia ulkopuolisia
- e) Tilojen valmistelu, kuntoon laitto (myös paikoitus-wc-opastus-liikunta-ym. esteiset, ilmastointi). Havainnollista piirroksin.
- f) Valokuvaa kattaus, tarjoilut, somisteet ja esille laitto (huom. erityistarpeet)
- g) Esittele menut, raaka-aineet, esteettisyys, kertakäyttöastioiden käyttö
- h) Millaisia lähi/luomu/sesongin mukaisia/Reilun kaupan tuotteita on tarjolla?
- i) Raportoi tehtävä ryhmällesi esim. Powerpoint-esityksenä.

**KYSYMYKSIÄ KIRJASTA /
11 MAJOITUS- JA RAVITSEMISALAN TURVALLISUUS**

247. Mitkä ovat **turvallisuuden peruselementit** ja mitä ne tarkoittavat?
248. Miten **digitaaliset työrutiinit, tehtävät ja toimenkuvat** ovat muuttaneet toimintaa hotellin tiloissa turvallisuuden näkökulmasta?
249. Miksi verkostoituminen on tärkeää majoitus ja ravitsemisalan toimijoille matkailualalla? Mainitse esimerkkejä hyödyistä.
250. Miten majoitusliikkeiden tulee hoitaa liiketoimintaansa ja palvelukokonaisuuksiaan **vastuullisesti ja tuottavasti**?
251. Mitä ja miten yritykset informoivat omissa digitaalisissa kanavissaan **kestävästä ja vastuullisesta majoitustoiminnastaan**?
252. Mitä **riskienhallinta** tarkoittaa ja mikä on riskienhallinnan päätehtävä?
253. Mainitse esimerkkejä asiakkaiden, henkilöstön ja omaisuuden turvallisuuteen liittyvistä riskeistä.

Miksi turvallisuuden tarve on lisääntynyt? Miten **turvallisuutta hoidetaan ja valvotaan majoitusliikkeissä** ja kuinka majoitusliikkeen tulee suunnitella ja tarkastella turvallisuuteen liittyviä toimenpiteitä:

- a) Asiakkaiden näkökulmasta
- b) Henkilökunnan näkökulmasta
- c) Yrityksen näkökulmasta

11. MAJOITUS- JA RAVITSEMISALAN TURVALLISUUS

254. Miten ja millaista **kulunvalvontaa ja turvatekniikkaa** suunnitellaan, hyödynnetään ja toteutetaan majoitusliikkeiden tiloissa?
255. Mainitse esimerkkejä turvallisuusriskien **tarkastuskohteista**, millaisia toimenpiteitä kuuluu vahinkoriskien ja olemassa olevien turvallisuusjärjestelyiden arviointiin?
256. Millaisia **valvontatehtäviä** kuuluu vastaanoton henkilöstölle ja kuvaile erityistä turvallisuutta vaativia kohteita hotellin kiinteistössä?
257. Mieti, mitä kuuluu **esimiesten vastuutehtäviin ja velvollisuuksiin** huolehtiessaan yrityksen ja sen henkilöstön turvallisuudesta.
258. Miten voit ehkäistä **huonevarausta vastaanottaessasi** mahdollisen rikoksen syntymisen?
259. Miten varmistat turvallisuutta **avainkontrollin avulla**?
260. Mitä tarkoittaa asiakkaan intymiteettisuoja hotellin vastaanotossa työskentelevälle henkilölle?
261. Kuinka **tietosuoja asetus GDPR vaikuttaa ja rajoittaa** vastaanoton toimintaa henkilötietoja käsiteltäessä?
262. Mikä on **pelastussuunnitelman lähtökohta** ja **mitä se velvoittaa yritykseltä**?

11. MAJOITUS- JA RAVITSEMISALAN TURVALLISUUS

263. Mainitse **pelastussuunnitelman kolme keskeisintä aluetta**.
264. Millaisten yritysten on laadittava **pelastussuunnitelma** pelastuslain 379/2011 mukaan?
265. Mitä paloturvallisuuteen liittyviä asioita on syytä huomioida pelastussuunnittelun yhteydessä?
266. Mitä **pelastussuunnitelman** tulee sisältää asetuksen pelastustoimesta mukaan?
267. **Mitä toimenpiteitä riskikartoitus** sisältää ja **miten riskikartoitus** tulisi tehdä?
268. Mainitse majoitusliikkeille tyypillisiä **riskejä**.
269. Kuvaile paloilmoittimen toimintaa ja mitä tietoja paloilmoitinkeskukselta selviää hälytystilanteissa?
270. Nimeä erilaisia sammuttimia sekä millaisia sammutusvälineitä majoitusliikkeistä löytyy?
271. Miten valitaan sammutin ja kerro pääperiaatteet sammutusaineen valinnasta?

11. MAJOITUS- JA RAVITSEMISALAN TURVALLISUUS

272. Iäkäs asiakas valittaa rintakipua ja hengenahdistusta, hän on kalpea ja kasvoiltaan kylmänhikinen. Asiakkaalla ei aikaisemmin ole ollut vastaavia oireita, mutta on selvästi ahdistuneen oloinen. Mitä epäilet ja mitä ensiapua voit hänelle antaa?
273. Mikä paloturvallisuuteen liittyvä näkökulma on mainittu a) asiakkaan, b) työntekijän ja c) yrityksen turvallisuuteen vaikuttavana asiana.
274. Mikä olennainen ero on palovaroittimella ja paloilmittimella?

KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ / 11 MAJOITUS- JA RAVITSEMISALAN TURVALLISUUS

275. Mitä turvallisuuteen liittyviä tietoja on hyvä antaa majoittujalle niin airbnb-, mökki- kuin hotellimajoituksessakin?
<https://www.spek.fi/turvallisuus/paloturvallisuus/paloturvallisuuslomalla/> - sivulta löytyy vuokramajoittajan turvallisuusohjeet.
276. Mitkä ovat majoitusliikkeille **ominaisia riskiä** ja millaisia asioita tulisi huomioida yrityksen toiminnassa?
277. Hae internetistä, mikä on työturvallisuuslain tarkoitus ja lähtökohta? Milloin työturvallisuuslaki on tullut voimaan ja mitkä ovat viimeisimmät muutokset?
278. Tutustu kirjan Hotellin asiakasliikenne ja kannattavuus liitteen 5 mukaisesti oman työpaikkasi tai työssäoppimispaikkasi turvallisuusasioihin. Voit käyttää apuna myös netistä tulostettavia valmiita listoja (esim. SPEK:in sivuilta). Tee **omatoiminen turvallisuustarkastus** ja merkitse havaintosi listaan. Perustele puutteet ja raportoi mahdolliset parannus/jatkotoimenpiteet kirjallisena.
279. Hae internetistä tietoa, miksi turvallisuuskävely on tärkeää järjestää työpaikoilla ja millaisia seikkoja työntekijät havainnoivat työpaikoiltaan tai oppivat turvallisuuden hallinnasta?
280. Tulosta turvallisuuskävelyn tarkastuslista esim. SPEK:in sivuilta. Tee **omatoiminen turvallisuuskävely** tarkastuslistan mukaisesti työpaikallasi tai työssäoppimispaikallasi ja merkitse havaintosi listaan. Perustele myös puutteet tai epäkohdat ja raportoi kirjallisena.
281. Etsi netistä majoitusliikkeille pakollisia poistumis- ja paloturvallisuuteen liittyviä opastetauluja. Nimeä kilvet ja kerro mitä ne tarkoittavat. Etsi myös

11. MAJOITUS- JA RAVITSEMISALAN TURVALLISUUS

koulustasi vastaavia opastetauluja. Mistä ne löytyivät? Olivatko kyltit helposti nähtävissä?

282. Työkaverisi viiltää pakkausta avatessaan käteensä noin 4 cm mittaisen haavan. Haavasta alkaa heti vuotaa runsaasti verta. Kuinka toimit?
283. Asiakas kompastuu työpaikallasi ja loukkaa nilkkansa. Mitä ensiapua hänelle voisit antaa?
284. Millaisia työvälineitä löydät netistä riskienhallintaprosessin aloittamisen helpottamiseksi? (esim. <https://pk-rh.fi/tools.html>)

POHDINTATEHTÄVIÄ /

11 MAJOITUS- JA RAVITSEMISALAN TURVALLISUUS

285. Pohdi majoitusalan turvallisuutta liiketoiminnan näkökulmasta ja millaisia uhkakuvia voi muodostua?
286. Mitä riskienhallinnalla tarkoitetaan yrityksessä? Käsittele asiaa erityisesti hotellin vastaanoton näkökulmasta.
287. Mikä on perehdytyksen tarkoitus ja mitä perehdytykseen kuuluu pääsääntöisesti?
288. Mieti, millaisia väkivalta- ja uhkatilanteita voi hotellissa/ravintolassa sattua ja kuinka usein?
289. Mitä toimintatapoja tai ohjeita hotellissa voidaan suunnitella ennakoon, kun ehkäistään väkivalta- tai uhkatilanteita työpisteissä?

11. MAJOITUS- JA RAVITSEMISALAN TURVALLISUUS

290. Laadi suunnitelma, miten ja millaisilla teknisillä laitteilla ja organisaation toimintatavoilla yritys varautuu ehkäisemään väkivalta- tai uhkatilanteita edesauttaakseen työntekijöiden sujuvuutta ja henkilöstön hyvinvointia yksilö- ja yhteisötasolla hotellissa?

291. Mainitse esimerkkejä, miten yksintyöskentelyssä voidaan vaaroja tai haittoja vähentää, jos yksintyöskentely aiheuttaa mahdollisesti vaaratilanteita?

Tee suunnitelma uudelle työntekijälle/työssäopijalle perehdyttämisohjeena, mitä kuuluu perehdyttämiseen **turvallisuuden näkökulmasta** seuraavilla osa-alueilla:

- a) Yritys ja työyhteisö liikeidean mukaan
- b) Työyhteisön henkilöstö
- c) Työympäristö
- d) Työpaikan käytännön ohjeistus ja toiminnot
- e) Työtehtävät

Uusi työkaverisi löytää henkilökunnan tiloista ulkopuolisen, **uhkaavasti käyttäytyvän henkilön**. Saatte työkaverisi kanssa yhdessä puhumalla henkilön poistumaan toimipaikasta. Mieti, miten toimisit tilanteessa?

- a) Kenelle tulee ilmoittaa edellä mainitusta tilanteesta?
- b) Työkaverisi ja paikalla oleva asiakas ovat pelästyneet ja hätäntyneet tilanteesta. Miten toimit jälkihoidon suhteen?
- c) Kuinka voit vaikuttaa uhkatilanteeseen omalla käytökselläsi?
- d) Kuinka voit edesauttaa itseäsi kriisitilanteessa?

292. Miten henkilökunnan toiminta tulipalotilanteessa eroaa riippuen siitä mihin vuorokaudenaikaan hälytys tapahtuu? Mieti asiaa myös pelastustoiminnan sujuvuuden kannalta.

293. Miksi koko henkilökunnan on syytä tutustua pelastussuunnitelmaan. Pohdi samalla mitä voi tapahtua, jos suunnitelma ei olekaan tuttu kaikille.

12. YRITYKSEN TUNNUSLUVUT

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA / 12 YRITYKSEN TUNNUSLUVUT

294. Kuinka yrityksen tunnuslukuja voidaan jaotella? Mainitse kaksi eri tapaa.

295. Miten tunnuslukuja voidaan hyödyntää liiketoiminnassa ja operatiivisessa toiminnassa?

Mikä on seuraavien tunnuslukujen **laskentakaava** ja mitkä ovat tärkeimmät käyttötarkoitukset?

- a) Huoneiden käyttöaste
- b) Vuoteiden käyttöaste
- c) Huoneen keskihinta
- d) Majoitusmyynnin mukainen käyttöaste

296. Mitä selvitetään tunnusluvun **huoneiden käyttöaste** avulla? Mitä **huomioidaan** kapasiteetista, kun lasketaan käyttöastetta?

297. Mitä **huoneiden keskihinta** tarkoittaa? Millaisia johtopäätöksiä voidaan tehdä tunnusluvun avulla, jos on tapahtunut keskihinnassa nousua tai laskua?

298. Miten **huonetuotto eli revenue per available room** lasketaan (kaava) ja mitä se tarkoittaa?

299. Miten tunnusluvut huoneiden **keskihinta ja huonetuotto** eroavat toisistaan laskennallisesti ja liiketoiminnassa? Vertaile tunnuslukuja taulukosta Hotellikapasiteetti ja sen käyttö tai Myynti per huone-taulukosta (myynti per huone per päivä = huonetuotto)?

300. Miten tulkitset tunnuslukua **Vastaanoton työaika / käytetty huone** tehtyyn työaikaan huomioiden eri kokoiset hotellit ja niiden työtehtävät?

12. YRITYKSEN TUNNUSLUVUT

301. Miten hotelleissa seurataan siivouksen tehokkuutta?

Laskutehtävien ohjeistus kirjan Hotellin asiakasliikenne ja kannattavuus luvussa 12.

302. Hotellissa on 120 huonetta, joista vesivahinkojen vuoksi on poistettu käytöstä kolme huonetta. Huoneita on käytössä 93 kappaletta, kaksi huonetta on merkinnällä "complimentary". Mikä on hotellin **huonekäyttöaste**?

303. Hotellissa on 38 Dbl ja 10 Sgl:tä. Tänäpä on ollut käytössä 14 Dbl:tä ja 6 Sgl:tä. Mikä on hotellin **vuoteiden käyttöaste**?

304. Kylpylähotellissa on 80 Dbl:tä. Tänäpä käytössä on ollut 48 Dbl:tä kakkosena. Lisäksi 12 dbl:ssä on ollut vain yksi asiakas huoneessaan eli ovat olleet ykkösiä ja 8 Sgl:ssä on ollut yksi asukas huoneessaan. Mikä on kylpylähotellin **kaksoiskäyttöaste** tänäpä?

Maatilamatkailuyrityksessä, jossa on 12 Dbl:tä ja 5 Sgl:tä, on kesäkuussa yöpynyt asiakkaita seuraavasti:

* Dbl:t ovat olleet 18 päivänä täynnä.

* Dbl:t ovat olleet 6 päivänä yhdenhengen huoneina.

* Sgl:t ovat olleet 11 päivänä täynnä.

Asiakkaita on saapunut 132 henkilöä.

Mikä on ollut **viipymisaika**?

12. YRITYKSEN TUNNUSLUVUT

Hotellissa on 120 huonetta.

* Dbl:t 20 kappaletta á 94 €

* Dbl:t 80 kappaletta á 87 €

* Sgl:t 20 kappaletta á 54 €

Tänään Dbl:ssä on ollut käytössä 30 kpl, hinta á 67 €, ja lisäksi 30 Dbl:tä, hinta á 77 € ja 9 kappaletta Sglb:tä, hinta á 53 €.

Laske toteutunut **yield-%** ?

305. Vastaanoton myynti tiettyinä kuukautena (31 pv) on 131 283 €

306. Paljonko on **myynti per tehty työtunti**? (Vuorokaudessa on 3 vuoroa à 8 h)

307. Laske vastaanoton työtunnin hinta. Tuntipalkka on **11,40 €** ja henkilösivukulut ovat 55%.

308. Paljonko on **vastaanoton työtunnin hinta**?

12. YRITYKSEN TUNNUSLUVUT

310. Laske, kuinka paljon aikaa käyttää vastaanotto tai hallinto verrattuna käytettyihin huoneisiin kuukauden viitenä ensimmäisenä vuorokautena päivittäin ja kumulatiivisesti.

TEHDYT TYÖTUNNIT (VASTAANOTTO)/HUONE						
Maaliskuu 20XX						
PVM	PÄIVITTÄINEN TOTEUTUMA			KUMULATIIVINEN TOTEUTUMA		
	Käytetyt huoneet (kpl)	Tehdyt työtunnit (h)	Työtunnit 60/huone (min)	Käytetyt huoneet (kpl)	Tehdyt työtunnit (h)	Työtunnit 60/huone (min)
1	98	29,0		98	29,0	
2	65	28,0		163	57,0	
3	97	27,5		260	84,5	
4	112	24,0		372	108,5	
5	11	24,0		383	132,5	
6	67	24,0	21,5	450	156,5	20,9
7	104	27,0	15,6	554	183,5	19,9
8	137	30,0	13,1	691	213,5	18,5
9	88	27,0	18,4	779	240,5	18,5
10	366	28,0	4,6	1145	268,5	14,1
11	112	24,0	12,9	1257	292,5	14,0
12	28	24,0	51,4	1285	316,5	14,8
13	84	24,0	17,1	1369	340,5	14,9
14	137	27,0	11,8	1506	367,5	14,6
15	127	30,5	14,4	1633	398,0	14,6
16	75	27,0	21,6	1708	425,0	14,9
17	101	28,0	16,6	1809	453,0	15,0
18	178	29,5	9,9	1987	482,5	14,6
19	38	28,0	44,2	2025	510,5	15,1
20	78	24,0	18,5	2103	534,5	15,2
21	119	27,0	13,6	2222	561,5	15,2
22	149	30,5	12,3	2371	592,0	15,0
23	148	27,0	10,9	2519	619,0	14,7
24	103	28,0	16,3	2622	647,0	14,8
25	200	32,0	9,6	2822	679,0	14,4
26	32	27,0	50,6	2854	706,0	14,8
27	116	24,0	12,4	2970	730,0	14,7
28	189	24,0	7,6	3159	754,0	14,3
29	172	31,5	11,0	3331	785,5	14,1
30	93	27,0	17,4	3424	812,5	14,2
31	137	31,0	13,6	3561	843,5	14,2
Kuukauden käyttöaste			48,08 %			

12. YRITYKSEN TUNNUSLUVUT

311. Hotellin tuloslaskelmassa liikevaihto on 299 987 €. Muuttuvat kustannukset ovat 29 337 €. Kiinteät kustannukset ovat 268 784 €. Tuloslaskelma on kyseisen vuoden lokakuun loppuun. Käyttöaste lokakuun loppuun on 45 %.
Mikä olisi kyseisen hotellin huoneen vähimmäishinta kriittisen liikevaihdon avulla laskettuna?

19. Hotellissa on 50 huonetta.
Kuukausikohtaiset tiedot:
Huonekäyttöaste on 55 %
Liikevaihto 50 456 €
Muuttuvat kustannukset 7 568 €
Kiinteät kustannukset 22 705 €

Tulos ennen veroja 20 183 €

- a) Laske hotellin kuukausikohtainen kriittinen liikevaihto?
- b) Mikä pitäisi huoneen minimihinnan vähintään olla?
- c) Laske huonemyynti / huone?
- d) Kuinka suuri on ollut keskimääräinen **toteutunut huonehinta**?

Laske myydyn huoneen kustannukset hotellissa?
huomioon:

Tehtävässä tulee ottaa

- * Henkilöstökustannukset/myyty huone
- * Huoneiden varustelukustannukset
- * Siivouskustannukset (ulkopuolinen yritys)
- * Minibaarikustannukset
- * Pesulakustannukset
- * Energiakustannukset
- * Vuokratkustannukset

Vuoden 20XX **huoneiden käyttöaste** Hotelli Savoniassa on **55 %**. Vuoden 20XX **myytyjen huoneiden keskihinta** on **80 €**. Hotelli Savoniassa on **70 huonetta**

- a) Mikä on Hotelli Savonian huonemyynti/kuukausi (31pvää)?
- b) Kuinka paljon on myynti/huone kuukaudessa (31pvää)?

12. YRITYKSEN TUNNUSLUVUT

312. Hotellissa on 50 huonetta ja huonekäyttöaste 40 %. Vuoden 20XX tuloslaskelmassa liikevaihto on 347 452 €. Muuttuvat kustannukset ovat 37 665 €. Kiinteät kustannukset ovat 312 945 €.

Paljonko pitäisi **huoneen minimihinnan** olla kriittisen liikevaihdon avulla laskettuna?

KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ / 12 YRITYKSEN TUNNUSLUVUT

313. Hae internetistä, **mitä tietoa Tilastokeskuksen majoitustilasto** sisältää ja mihin tietoja tarvitaan ja miten niitä tuotetaan?

314. Hae internetistä, mitä Tilastokeskuksen majoitustilaston liitetaulukko Suomen hotellikapasiteetti ja sen käyttö -kuvaa ja miten sen antamat **tiedot esitetään ja lasketaan?** Etsi uusin raportti ja ota oman maakuntasi tilastoista kuvakaappaus.

Tarkastele raporttia ja etsi tietoa

- a) Kuinka paljon Suomessa on yhteensä hotelleja?
- b) Kuinka paljon Suomessa on yhteensä hotellihuoneita?
- c) Missä maakunnassa on suurin käyttöaste?
- d) Missä maakunnassa on alhaisin keskihinta?

12. YRITYKSEN TUNNUSLUVUT

POHDINTATEHTÄVIÄ / 12 YRITYKSEN TUNNUSLUVUT

315. Millä eri tavoin / eri tunnusluvuin voit kuvata huoneen **ehdotonta minimihintaa**?

Tarkastele tai tulosta Tilastokeskuksen viimeisin taulukko edelliseltä vuodelta **Hotellikapasiteetti ja sen käyttö** (www.stat.fi) kuukauden tai vuoden ajalta (tammi - joulukuu 20XX). Vertaile oman työpaikkasi tai työssäoppimispaikkasi hotelliohjelmasta saatuja tunnuslukuja käyttöastetta, keskihintaa ja huonetuottoa (RevParia) tilastokeskuksen tulostamaasi raporttiin.

Selvitä ensimmäiseksi työpaikkasi tai työssäoppimispaikkasi hotelliohjelmasta samalta ajanjaksolta (edelliseltä vuodelta tai viimeisimmältä kuukaudelta) seuraavat tunnusluvut:

- a) Huoneiden käyttöaste
- b) Huoneen keskihinta
- c) Huonetuotto eli **RevPar**

Vertaile myös oman hotellisi tunnuslukuja **Hotellikapasiteetti ja sen käyttö** vuoden ajalta koko maan ja oman paikkakuntasi tunnuslukuihin:

- a) Huoneiden käyttöaste
- b) Huoneiden keskihinta
- c) RevPar

316. Analysoi ja vertaile **hotellin ja tilastokeskuksen** raporttien tunnuslukuja käyttöasteen ja keskihinnan vaikutuksesta liiketoimintaan huomioimalla esimerkiksi kausivaihtelut?

317. Analysoi ja vertaile myös **hotellin ja tilastokeskuksen** raporttien tunnuslukuja keskihinnan ja huonetuoton (RevParin) välillä? Miten tunnuslukujen laskennallinen ero vaikuttaa tulokseen?

12. YRITYKSEN TUNNUSLUVUT

Selvitä tai laske alla olevasta Opera-järjestelmän House status-tilauksesta

- Myynnissä olevat huoneet
- Out of order huoneet
- Käyttöaste
- Asukasmäärä
- Keskimääräinen huonehinta
- Kuinka monta huonetta on vielä saapumatta
- Kuinka monta huonetta on vielä lähtemättä
- Kuinka monta huonetta on kirjautunut ulos etuajassa
- RevPar eli huonetuotto. Miltä kyseisen päivän huonetuotto näyttää? Vertaa esimerkiksi kuukauden paikkakuntakohtaiseen huonetuotto tunnuslukuun?

House Status - 24.05.16

Room Summary			
Total Physical Rooms	300		
Out of Order	40		
Total Rooms to Sell			
Out of Service	0		

Complimentary and House Use			
	Room	Persons	VIP
Complimentary Arrivals	0	0	0
Stayovers	0	0	0
Departures	0	0	0
House Use Arrivals	0	0	0
Stayovers	0	0	0
Departures	0	0	0

Activity			
	Room	Persons	VIP
Stayovers	67	74	22
Departures Expected	0	0	0
Departures Actual	126	148	20
Arrivals Expected	55	57	7
Arrivals Actual	119	140	22
Extended Stays	0	0	0
Early Departures	3	4	1
Day Use Rooms	0	0	0
Walk Ins	1	1	0
Day of Arrival Cancels	3	5	0

End of Day Projection			
Min. Available Tonight	19		
Max. Occupied Tonight	241		51
Max. % Occupied Tonight		<input type="checkbox"/>	Include Day Use
Blocks not Picked Up	0		
Individuals	221	237	51
Groups & Blocks	20	34	0
Room Revenue	23,121.13		
Room Revenue Avg.			

Housekeeping Room Status			
	Vacant	Occupied	
Clean	73	119	
Dirty	1	67	
Out of Order	40	0	
Out of Service	0	0	

Property Room Class

Date 24.05.16 Room Type

Search Close

13. HENKILÖSTÖN TUOTTAVUUS

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA / 13 HENKILÖSTÖN TUOTTAVUUS

318. Nimeä ja kuvaile **henkilöstöjohtamisen näkökulmia**, miten ne olennaisesti eroavat toisistaan ja miten ne vaikuttavat yrityksen toimintaan ja kilpailukykyyn?
319. Miten yrityksen **tehokkuus ja tuottavuus** heijastuvat yrityksen toimintaan ja henkilöstöön?
320. Miten yrityksen johdon tulee toteuttaa liikkeenjohtoa **henkilöstöjohtamisen avulla** ja luoda tavoitteidensa mukainen yrityskulttuuri **työntekijäymmärryksen avulla**?
321. Miten **työntekijäkokemus** muodostuu ja mihin kaikkeen se vaikuttaa yrityksen **menestymisen voimavarana**?
322. Mainitse esimerkkejä liiketalouden tunnusluvuista, miten **henkilöstötuottavuutta** mitataan ja seurataan majoitus- ja ravitsemisalalla? Mainitse lisäksi, miten esimerkiksi henkilöstön **osaamisen puutteita tai hyvinvointia** seurataan?
323. Mainitse esimerkkejä, mihin **myynti per tehty työtunti tunnuslukua** voidaan hyödyntää majoitustoiminnassa?
324. Miten työvuorojensuunnitteluohjelmistot auttavat esimiehiä ja työntekijöitä suunnittelemaan bisnestä majoitus- ja ravitsemisalalla kannattavasti ja tuottavasti?
325. Mainitse esimerkkejä **liian suuren tai pienen työvoimamäärän haittavaikutuksista**?

13. HENKILÖSTÖN TUOTTAVUUS

326. Mitkä tekijät voivat vaikuttaa työvoimatarpeen **virheelliseen mitoitukseen**?
327. Mitä tarkoittaa **yliorganisointi**?
328. Mitkä syyt aiheuttavat **liikamiehitystä** yritystoiminnassa?
329. Mainitse ratkaisuvaihtoehtoja, miten suhteuttaisit työvoiman määrää ja kustannuksia oikeaan suuntaan yritystasolla?
330. Miksi **tehokkaan työajan käytön suunnittelu** on vaikeaa hotelli- ja ravintola-alalla?
331. Mitkä ovat haittavaikutukset yritykselle, kun työvoimaa käytetään **tehottomasti**?
332. Millaisia erikoisvaatimuksia työn tekemiselle ja tulokselle kohdistuu hotelli- ja ravintola-alan luonteesta ja kysynnän vaihtelusta johtuen?
333. Millaisia tunnuslukuja voidaan käyttää, kun määritellään yrityksen liiketoiminnan tuottavuutta henkilöstöjohtamisen näkökulmasta?
334. Mainitse hotelliyrityksen tavallisimmat **kiinteät ja muuttuvat kustannukset** huonemyynnin osalta? Miten työvoiman tehokasta käyttöä tulisi suunnitella kiinteiden kustannusten osalta?

KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ / 13 HENKILÖSTÖN TUOTTAVUUS

335. Etsi alaasi vastaavia avoimia työpaikkoja esimerkiksi henkilöstöpalveluyritysten **rekrytointi sivustoilta**.

Tutki, millaisia eri työtehtäviä kuuluu vastaanottovirkailijan tai tarjoilijan työnkuvaan ja millaista ammattitaitovaatimuksia häneltä edellytetään? Miten toimipaikka voi ottaa huomioon **työntuottavuutta rekrytoidessaan ammattilaisia työtehtäviin?**

Hae netistä Hotelli- ja ravintola-alan eri koulutusvaihtoehtoja. Hyödynnä esimerkiksi hotellipalvelun osaamisalaa ja ammattikuvausta. Hotelli-, ravintola- ja catering-alan perustutkinto sisältää kolme osaamisalaa, asiakaspalvelun osaamisalan (tarjoilija), hotellipalvelun osaamisalan (vastaanottovirkailija) ja ruokapalvelun osaamisalan (kokki).

Voit hyödyntää esimerkiksi Opetushallituksen nettisivuilla olevia ammatillisten tutkintojen perusteita.

Miten voisit kehittyä urallasi, kun sinulla on esimerkiksi suoritettuna:

”Hotelli-, ravintola- ja catering-alan perustutkinto” kokin, tarjoilijan tai vastaanottovirkailijan koulutusohjelmassa

tai

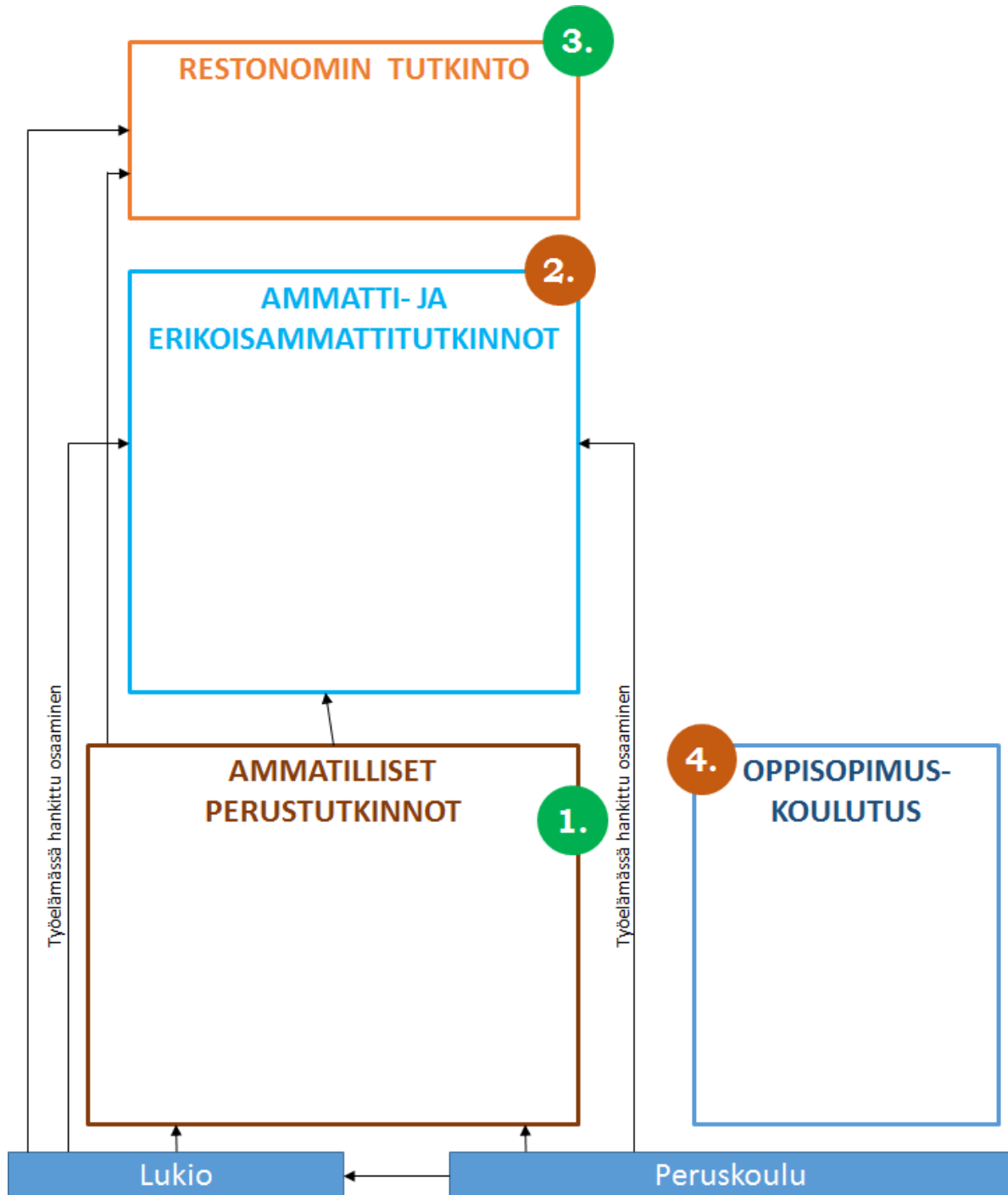
”Matkailualan perustutkinto” Matkailupalvelujen tuottajan, matkailuvirkailijan koulutusohjelmassa?

Millaista koulutusta, osaamista tai työkokemusta tarvitset saavuttaaksesi vahvan toimialaosamisen ja innovatiivisen tavan toimia tuottavasti omalla urallasi? Valitse alla numeroiduista vaihtoehdoista itsellesi sopivin lisäkoulutus- ja kehittymistarve? Hae netistä koulutusohjelmia tai tutkinnonosia, jotka sopivat perustutkintojen jälkeen?

1. Ammatilliset perustutkinnot
 - Mitä ammattinimikkeitä on oman alasi tehtävissä?
2. Ammatti- ja erikoisammattitutkintojen suorittaminen
 - Mitä eroa on ammattitutkinnolla ja erikoisammattitutkinnolla?
 - Mitä vaatimuksia edellytetään ammatti- tai erikoisammattitutkinnoissa?
3. Restonomitutkinnot
 - Millaisia ammattinimikkeitä on oman alasi restonomitutkinnossa?
 - Missä koulutusta järjestetään?
 - Nimeä esimerkkejä koulutusohjelmista kyseisessä urakehityksessä?
4. Oppisopimuskoulutus
 - Millaisia tutkintoja voi suorittaa?
 - Miten voi suorittaa?

13. HENKILÖSTÖN TUOTTAVUUS

Täytä edellä kysytyt tiedot seuraavaan taulukkoon.



336. Miten työsuhteessa oleva henkilö voisi parantaa työnsä tuottavuutta? Etsi netistä esimerkkejä eri hotelliketjujen järjestämistä koulutusohjelmista oppisopimuskoulutuksessa?

13. HENKILÖSTÖN TUOTTAVUUS

POHDINTATEHTÄVIÄ / 13 HENKILÖSTÖN TUOTTAVUUS

337. Millaisia toimintoja tai palveluita hotellit yleensä **ulkoistavat**? Mitä yritys tavoittelee ulkoistamisella, jos on kyse esimerkiksi taloudellisista tavoitteista?

338. Selvitä omalta työpaikaltasi/työssäoppimispaikaltasi, mitä palveluita on ulkoistettu? Ovatko ulkoistamisen syyt taloudellisia ja miten on otettu huomioon palvelun laatu?

Valitse yksi ulkoistetuista palveluista hotellissa ja selvitä toimenpiteet **taloudellisuuden näkökulmasta:**

- a) Tehdään oman talon sisällä
- b) Palvelu ulkoistettuna

339. Millaisin keinoin voidaan **työvoimakuluja vähentää**? Mitkä keinot erityisesti voivat vaikuttaa palvelun laatuun kohentavasti tai heikentävästi?

13. HENKILÖSTÖN TUOTTAVUUS

340. Laske päivittäiset työtehot hotellissa. Voit käyttää apuna kirjassa esiteltyä työtehoseurantaa.

	Myynti	Työtunnit vastaanotto	Työtunnit aamiainen	Työteho
Maanantai	25 000 €	48,5	13	
Tiistai	30 000 €	53	25	
Keskiviikko	32 000 €	56,5	29	
Torstai	27 500 €	51	24	
Perjantai	21 000 €	57,5	23	
Lauantai	23 500 €	45	33	
Sunnuntai	9 000 €	28	31	

341. Millaisia **työvuoroja suunnittelisit myynnin perusteella** vastaavalle viikolle? Muista huomioida aamu- ja iltavuoron lisäksi mahdollisten päälliköiden tunnit.

342. Pohdi **yrityksen tuottavuuden ja tehokkuuden** merkitystä ydinasiana **henkilöstön näkökulmasta?** Miten **majoitusalan yritykset** mukauttavat toimintaansa pysyäkseen kilpailukykyisenä tuottavuuden ja tehokkuuden näkökulmasta?

343. Mieti ja pohdi huonemyynnin tuottavuuden parantamiseen vaikuttavia tekijöitä. Millaiset tekijät vaikuttavat huonemyynnin tuottavuuteen ja hinnoitteluun?

**KYSYMYKSIÄ KIRJASTA /
14 HOTELLIN HINNOITTELU JA BUDJETOINTI**

344. Millaiset tekijät vaikuttavat huoneen myyntihintaan ja sen hinnoitteluun?

345. Mitä hotellihuoneen hinnoittelussa **hintadifferointi** tarkoittaa?

346. Hintaporrastus voidaan jakaa seuraavasti:

- * **Aikaperusteinen hintaporrastus**
- * **Paikkaperusteinen hintaporrastus**
- * **Asiakasperusteinen hintaporrastus**

Mainitse esimerkkejä hotellihuoneen hinnoittelussa kustakin hintaporrastusryhmästä ja mieti mahdollinen hyöty?

347. Mitä omakustannushinnoittelu tarkoittaa ja miten lopullinen hinta muodostuu?

348. Mitä kiinteitä ja muuttuvia kustannuksia huomioidaan, kun lasketaan huoneen omakustannushintaa?

349. Mainitse esimerkkejä, miten voit kuvata tai mitata **huonemyynnin tuottavuutta ja kannattavuutta** tunnusluvun avulla?

350. Millaista kolmenlaista hinnoittelua yrityksen sisällä voidaan käyttää hinnoittelupolitiikassa ja miten ne muodostuvat?

14. HOTELLIN HINNOITTELU JA BUDJETOINTI

351. Kuvaile seuraavia hinnoittelumenetelmiä ja niiden eroavuuksia, mihin hinnoittelu pohjautuu?
- a) Dynaaminen hinnoittelu
 - b) Kustannusperusteinen hinnoittelu
 - c) Kilpailijaperusteinen hinnoittelu
352. Mitä **kysynnän hintajousto** tarkoittaa ja mittaa huonemyynnissä? Mainitse kaikki kolme **yhteen sovittavaa tekijää** esimerkkeineen, jotka markkinavoimiin perustuva hinnoittelu ottaa huomioon?
353. Mihin alennushinnoittelu perustuu ja milloin alennushinnoittelua käytetään huonehinnoittelussa?
354. Millaiset seikat vaikuttavat hotellin hinnoitteluvapauteen ja yleiseen hintatasoon?
355. Mitkä tekijät aiheuttavat hotellissa tilapäistä hinnanvaihtelua?
356. Millaisiin tekijöihin **dynaaminen hinnoittelu** pohjautuu hotellihuoneen hinnoittelussa ja miten yritykset hyödyntävät digitaalista asiakasdataa dynaamisessa hinnoittelussa?
357. Mikä on majoitusosastolle laaditun **budjetin** tehtävä ja kuvaile budjettia prosessina vaiheittain?

14. HOTELLIN HINNOITTELU JA BUDJETOINTI

358. Hotellissa on 50 huonetta. Muu myynti käsittää kioskimyynnin. Hotellin listahinta oli **edellisenä vuonna 76 €** ja **tänä vuonna uusi listahinta on 92 €**.

Laske majoitusmyynnin budjetoitu myynti ja kokonaismyynti alla olevan taulukon tummennettuihin kohtiin seuraavien tietojen perusteella.

359. Laske eroprosentit kuukausittain.

ARVIOIDUT KÄYTTÖASTEET JA KULUVAN VUODEN KESKIHINNAT TUNNUSLUKURAPORTEISTA

	Tammi	Helmi	Maalis	Huhti
Käyttöaste-%	55	60	62	55
Keskihinta €	60	63	65	67
	Touko	Kesä	Heinä	Elo
Käyttöaste-%	58	70	70	65
Keskihinta €	62	63	60	34
	Syys	Loka	Marras	Joulu
Käyttöaste-%	60	65	60	55
Keskihinta €	65	66	64	58

Kuukausi	Budjetoitu			Toteutunut			Ero- +/- % (*)	Päi- viä
	majoitus- myynti	muu myynti	kokonais- myynti	majoitus- myynti	muu myynti	kokonais- myynti		
Tammi		5 333		51 667	5 500			25
Helmi		6 500		64 167	6 833			28
Maalis		5 333		74 000	4 667			31
Tammi-maalis		17 167		189 833	17 000			
Huhti		5 500		69 000	5 667			30
Touko		7 333		68 667	6 833			31
Kesä		8 333		80 333	8 167			30
Huhti-kesä		21 167		218 000	20 667			
Heinä		7 000		78 667	6 333			30
Elo		7 833		82 500	7 500			31
Syys		6 833		73 500	7 500			30
Heinä-syys		21 667		234 667	21 333			
Loka		5 667		85 333	5 500			31
Marras		5 833		68 667	5 500			30
Joulu		5 000		44 000	4 833			22
Loka-joulu		16 500		198 000	15 833			

**KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ /
14 HOTELLIN HINNOITTELU JA BUDJETOINTI**

360. Etsi netistä (esim. booking.com) kotikaupunkisi viiden eri hotellin **huonehinnat kahdelle eri päivälle** seuraavalta viikolta. Valitse arkipäiväksi jokin väliltä maanantai-torstai ja viikonlopulta perjantai tai lauantai. Käy tarkistamassa hinnat kolmena päivänä ja kirjaa ne ylös.

Kuinka hinnat ovat muuttuneet? Ovatko hotellit muuttaneet hintoja samassa linjassa? Mikä olisi mahdollisesti vaikuttanut hinnanmuutoksiin? Eroavatko arki- ja viikonloppuhinnat toisistaan?

Tee hinnoista **Excel-taulukko** ja esitele tapahtuneet hinnanmuutokset ryhmällesi. Laske taulukkoon myös hintaerot eri päiville hotellokohtaisesti.

361. Etsi netistä valitsemaallesi hotellille jokin **tarjous- tai kampanjahinta**. Kenelle tarjous on suunnattu? Onko tarjouksen varauspäiviä tai tarjouksen saatavuutta rajoitettu? Millaiset ovat varausehdot?

362. Etsi myös listahinta/normaalihinta kyseiselle ajankohdalle. Kuinka paljon tarjous- ja listahinnat eroavat toisistaan?

363. Miten dynaamisen hinnoittelun käyttöönottoa ja toteutusta voidaan porrastaa valittujen tuotteiden osalta vaiheittain asetettujen tavoitteiden, valitun strategian, hinnoittelumenetelmien, hinnoittelusääntöjen määrittämisen näkökulmasta?

14. HOTELLIN HINNOITTELU JA BUDJETOINTI

POHDINTATEHTÄVIÄ / 14 HOTELLIN HINNOITTELU JA BUDJETOINTI

364. Mitkä ovat yleensä perussyyt **alentaa** hintaa ja millaisia **hyötymahdollisuuksia** yritys tavoittelee valitsemallaan alennuskäytännöllä esimerkiksi huonehinnoittelussa?
365. Hotellin yrittäjä alentaa huoneiden hintoja 10 % parantaakseen huonemyynnin määrää. Pohdi, miten 10 % alennus voi vaikuttaa **käyttöasteeseen ja kannattavuuteen**. Kuinka sillä voi olla **haitallinen** vaikutus?
366. Hotellin liikevaihto 500 000 € vuodessa. Myyntikate on 420 000 € vuodessa. Liikevoitto on 17 000 € vuodessa. Hotellissa on 50 huonetta. Käyttöaste on 55 %. Laske hotellin **myyntikateprosentti, kriittinen liikevaihto, varmuusmarginaali ja huoneen minimihinta**.
367. Mikä on yleensä **merkittävin kustannuserä** hotellin toiminnassa?
368. Pohdi, kuinka tähän kustannuserään voidaan vaikuttaa järkevästi siten, että kannattavuus paranee pitkällä aikavälillä?
369. Tarkastele **tehtävän 16 taulukkoasi**. Miksi hotelleissa muutetaan huonehintoja jopa päivittäin? Mihin tunnuslukuun/tunnuslukuihin hintamuutokset vaikuttavat? Mitä hintamuutoksilla tavoitellaan? Kuka tai mikä muutokset määrittää?
370. Mainitse kolme eri toimintamallia dynaamisesta hinnoittelusta ja pohdi, mitkä tekijät vaikuttavat yrityksen toimintamallin valintaan?

15. HUONEMYYNIN MAKSIMOINTI

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA / 15 HUONEMYYNIN MAKSIMOINTI/ HINNOITTELUN VAIKUTUS HUONETUOTTOIHIN

371. Mainitse tekijöitä, jotka vaikuttavat **huonevaraustilanteeseen tai huoneiden saatavuuteen** tietyllä hetkellä?

372. Miten voit arvioida ja tarkistaa tulevaa huonevaraustilannetta kirjassa olevan esimerkin mukaan (ABC Hotelli), jos hotellijärjestelmä näyttää esimerkiksi 50 varattua huonetta kyseisenä päivänä? Millaiset **muutokset vaikuttavat huonevaraustilanteeseen**? Miten kirjassa olevan esimerkin mukainen huonevaraustilanne (51 huonetta) lasketaan?

ABC HOTELLI		
Hotellijärjestelmä näyttää, että huonevaraustilanne on 50 huonetta. Hotellin koko huonemäärä on 100 huonetta.		
Huonevaraustilanteeseen vaikuttavat muutokset		Vaikutus
- Arvioidut aikaisin saapuvat	10	(+ 10)
- Peruutukset	12	(- 12)
- Arvioidut No-Shows	8	(- 8)
- Arvioidut aikaisin lähtevät	5	(- 5)
- Arvioidut Stayovers	10	(+ 10)
- Walk-in asiakkaat	6	(+ 6)
Arvioitu huonevaraustilanne	51	
Myytäviä huoneita	49 (100 – 51)	

Esimerkki muutosten aiheuttamasta vaikutuksesta hotellin huonevaraustilanteeseen

15. HUONEMYYNIN MAKSIMOINTI

Miten voit tarkistaa ja laskea Opera -järjestelmän **House Status -ikkunasta** alla olevan kuvan mukaan

- Saapuvien asiakkaiden huonemäärän
- Saapuvien ja lähtevien asiakkaiden henkilömäärän
- Saapuneiden ja lähteneiden asiakkaiden henkilömäärän
- Myytävänä olevien huoneiden kokonaismäärän?

House Status - 24.05.16

Room Summary

Total Physical Rooms

Out of Order ↓

Total Rooms to Sell

Out of Service ↓

Complimentary and House Use

	Room	Persons	VIP
Complimentary Arrivals	<input type="text" value="0"/> ↓	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>
Stayovers	<input type="text" value="0"/> ↓	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>
Departures	<input type="text" value="0"/> ↓	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>
House Use Arrivals	<input type="text" value="0"/> ↓	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>
Stayovers	<input type="text" value="0"/> ↓	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>
Departures	<input type="text" value="0"/> ↓	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>

Activity

	Room	Persons	VIP
Stayovers	<input type="text" value="67"/> ↓	<input type="text" value="74"/>	<input type="text" value="22"/>
Departures Expected	<input type="text" value="0"/> ↓	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>
Departures Actual	<input type="text" value="126"/> ↓	<input type="text" value="148"/>	<input type="text" value="20"/>
Arrivals Expected	<input type="text" value="55"/> ↓	<input type="text" value="57"/>	<input type="text" value="7"/>
Arrivals Actual	<input type="text" value="119"/> ↓	<input type="text" value="140"/>	<input type="text" value="22"/>
Extended Stays	<input type="text" value="0"/> ↓	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>
Early Departures	<input type="text" value="3"/> ↓	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="1"/>
Day Use Rooms	<input type="text" value="0"/> ↓	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>
Walk Ins	<input type="text" value="1"/> ↓	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="0"/>
Day of Arrival Cancels	<input type="text" value="3"/> ↓	<input type="text" value="5"/>	<input type="text" value="0"/>

End of Day Projection

Min. Available Tonight

Max. Occupied Tonight

Max. % Occupied Tonight Include Day Use

Blocks not Picked Up

Individuals

Groups & Blocks

Room Revenue

Room Revenue Avg.

Housekeeping Room Status

	Vacant	Occupied
Clean	<input type="text" value="73"/>	<input type="text" value="119"/> ↓
Dirty	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="67"/> ↓
Out of Order	<input type="text" value="40"/> ↓	<input type="text" value="0"/> ↓
Out of Service	<input type="text" value="0"/> ↓	<input type="text" value="0"/> ↓

Property ↓ Room Class ↓

Date Room Type ↓

15. HUONEMYYNIN MAKSIMOINTI

373. Miten voit katsella eri huonetyyppien saatavuustilannetta Opera-ohjelmasta, kun tarkastat asiakkaan varausta check-in vaiheessa? Mainitse ainakin kaksi eri vaihtoehtoa sekä näiden mahdolliset pikanäppäimet.

Date	Total	ECON	EC4	KING	STAN	ST3	SUP	SUI				
Thu 17.05.12	53	8	6	3	18	8	6	4				
Fri 18.05.12	56	10	5	3	20	9	6	3				
Sat 19.05.12	60	10	6	3	21	9	7	4				
Sun 20.05.12	60	10	6	3	21	9	7	4				
Mon 21.05.12	60	10	6	3	21	9	7	4				
Tue 22.05.12	61	11	6	3	21	9	7	4				
Wed 23.05.12	61	11	6	3	21	9	7	4				
Thu 24.05.12	61	11	6	3	21	9	7	4				
Fri 25.05.12	61	11	6	3	21	9	7	4				
Sat 26.05.12	61	11	6	3	21	9	7	4				
Sun 27.05.12	61	11	6	3	21	9	7	4				
Mon 28.05.12	61	11	6	3	21	9	7	4				
Tue 29.05.12	61	11	6	3	21	9	7	4				
Wed 30.05.12	61	11	6	3	21	9	7	4				

374. Mitä **ylibuukkauksella** tarkoitetaan?

375. **Millä eri tavoin hotelli voi korvata asiakkaalle** ylibuukkaustilanteesta aiheutuneet muutokset ja vahingot?

376. Miten toimit, jos asiakas on varannut **standard-tyyppisen huoneen** ja kyseinen huonetyyppi on loppuun myyty ja huoneet ovat varattu? Talosta löytyy jäljellä olevana vapaita huoneita economy- tai superior- luokista?

15. HUONEMYNNIN MAKSIMOINTI

Miten toimit, jos asiakas on varannut **superior-tyyppisen huoneen** ja kyseinen huonetyyppi on loppuun myyty ja huoneet ovat varattu?

- a) Hotellista löytyy jäljellä olevana vapaita huoneita **economy- tai standard-luokasta**.
- b) Hotellin kaikki huoneet ovat **varattu**.
- c) Kaikki kaupungin hotellihuoneet ovat **varattu eli fully booked** kansainvälisen kongressin vuoksi.
- d) Millaisia huonetyyppejä hotelleissa yleensä ylibuukataan? Perustele valintasi huonetyypistä.

377. Millaisia tekijöitä tulee ottaa huomioon, kun lasketaan ennakoon myytävänä olevaa huonemäärää, korjattua varausten määrää ja ylibuukkaustavoitetta?

378. Miten ylibuukkaustavoite lasketaan kirjan esimerkin mukaan?

379. Mitä ja millaista historiatietoa käytetään ennustamisen pohjana Revenue Managementissa?

380. Mainitse kolme perustekijää, jotka vaikuttavat yrityksen tulokseen, kun käsitellään hinnoittelun merkitystä?

381. Määrittele käsite hinta ja mitä hinnan määrittelyssä on otettava huomioon?

382. Mitä tarkoittaa **BAR –hinnoittelu**? Millaista hinnoittelua yritykset käyttävät **BAR-hinnoittelussa** ja miten se toimii päivittäisessä kaupankäynnissä?

383. Miten **hintatasot ja hintakoodit voidaan muodostaa** Revenue Managementissa ja miten **hotelli asettaa hinnoittelumallissa olevat hintatasot ja -koodit myyntiin**?

15. HUONEMYNNIN MAKSIMOINTI

384. Mitä tarkoittaa Revenue Managementin hinnoittelumallissa, että tietyt **hintatasot ja hintakoodit ovat kiinni tai auki** tiettyinä, kysyttynä ajankohtana?
385. Mainitse esimerkki **hintatasoista**, jota hotelli **ei käytännössä koskaan sulje**, vaan kaikki siihen kuuluvat hintakoodit ovat koko ajan myynnissä.
386. Miten **hintarajoitteilla** maksimoidaan huonetuottoja Revenue Managementissa?
387. Mitä **viipymäaika rajoitteet** tarkoittavat RM:ssä ja miten ne toimivat työkaluina?
388. Millä **muilla rajoitteilla** voidaan tasoittaa esimerkiksi **kysynnän huippukohtia**, kun tiedetään ennakkoon kysynnän olevan joinakin päivinä vilkasta ja joinakin hiljaisempaa?
389. Miten **ryhmävarauksia** tulisi hoitaa ja käsitellä RM –hinnoittelustrategian mukaisesti?
390. Millaisia **tausta dataa** hotelli voi kerätä ja mihin se voi hyödyntää ennustamisesta saatuja tietoja?
391. Miten yritykset hallinnoivat hinnoittelua **tulonhankintaohjelmien avulla**?

**KYSYMYKSIÄ KIRJASTA /
15 HUONEMYNNIN MAKSIMOINTI/REVENUE MANAGEMENT**

Selvitä ja perustele, mitä tarkoittaa Revenue Managementissa **kolme seuraavaa tärkeää näkökohtaa**:

- a) Keskity kustannuksien sijasta hintaan pyrkiessäsi tasapainottamaan kysyntää ja tarjontaa.
- b) Muuta kustannuspohjainen hinnoittelu markkinalähtöiseksi.
- c) Segmentoi markkinat ja valitse oikeat kohderyhmät.

392. Miten voit hyödyntää tuotteen (hotellihuoneen) elinkaaren eri vaiheita, kun on kyse tuottojen optimoinnista? Mitä tuottojen optimointi tarkoittaa?

393. Määrittele käsite **RM** eli **Revenue Management**?

394. Mitä tietoja hotelli voi selvittää kysynnän ennustamisen avulla?

395. Määrittele **käsite huonetuotto**? Miten **huonetuotto** lasketaan?

396. Mitä hotellin on huomioitava ja selvitettävä **kysyntäennustetta varten**?

397. Nimeä, mitä ennusteita **Revenue Managementissa** käytetään?

KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ / 15 HUONEMYNNIN MAKSIMOINTI

Hae internetistä Neutraalit hinnoittelustrategiat eli ns. maltilliset strategiat ja selvitä, mitä kyseisillä hinnoittelumalleilla tarkoitetaan.

- a) markkinaperusteinen hinnoittelu
- b) kustannuspohjainen hinnoittelu
- c) laatujohtajuus

398. Mitä tarkoitetaan alhaisen hinnan politiikalla eli penetraatiohinnoittelulla?

399. Mitä matkailualalla tarkoittaa, että hotellihuoneiden hinnat kelluvat? Etsi netistä esimerkkejä.

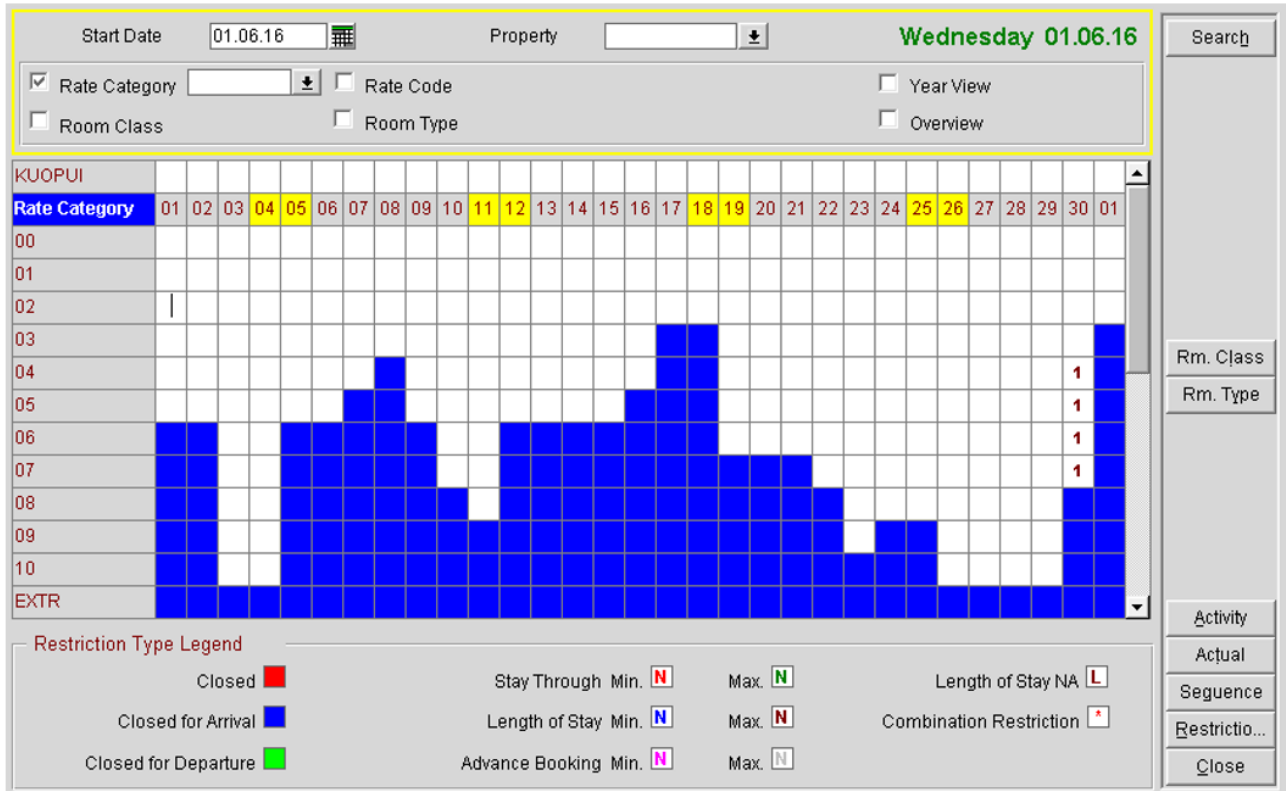
400. Mieti tulonhankintaohjelma IDEaS Revenuen pääasiallisia toimintaperiaatteita?

401. Miten IDEaS Revenue koettaa myös saada kauppaa vähemmän kysytyille ajankohdille?

15. HUONEMYYNIN MAKSIMOINTI

POHDINTATEHTÄVIÄ / 15 HUONEMYYNIN MAKSIMOINTI

402. Pohdi, milloin ja miten hotellit voisivat käyttää hinnoittelussa **aikaperusteista hintaporrastusta**? Voit käyttää apuna seuraavaa kaupunkihotellin BAR-hinta taulukkoa.



403. Milloin hotellin kannattaa myydä ryhmille **edulliseen ryhmähintaan**?

404. Mieti, mikä ero on **yksittäisten asiakkaiden ja ryhmien varauskäyttäytymisessä**.

405. Miten hyödynnät hinnoittelussa **yield managementia** tuottavuuden **parantamiseksi**?

406. Perustele, miksi **kysynnän ennustaminen** on toiminnan lähtökohta **Revenue Managementissa**?

15. HUONEMYYNIN MAKSIMOINTI

407. Miksi huonetuotto on hyödyllinen mittari vertailtaessa erilaisia hotelleja keskenään?

408. Määrittele käsite markkinaosuus? Mikä on markkinaosuuden merkitys ja esitä laskukaava?

409. Pohdi, mitä hotelli voi selvittää markkinaosuusanalyysin avulla.

410. Pohdi, mitä hotelli voi selvittää RevPar –analyysin avulla?

411. Miten hotellien ABC ja XYZ kilpailuasetelma muodostuu eli miten eri kokoiset hotellit voivat kilpailla keskenään, kun RevPar-analyysin lähtökohdana on yhdistää keskihuonehinta ja käyttöaste yhdeksi luvuksi?

412. Perustelee ja analysoi alla olevaa esimerkkilaskelmaa. Miksi toisen hotellin tulos on parempi?

Laske molempien hotellien kokonaistulot ja kokonaistuotto eli RevPar.

ABC-hotellilla on 150 huonetta, keskihuonehinta on 120 € ja käyttöaste 60 %. Myytyjen huoneiden määrä on tällöin 90.

XYZ-hotellilla on 300 huonetta, keskihuonehinta on 80 € ja käyttöaste 60 %. Myytyjen huoneiden määrä on tällöin 180.

Esimerkki kirjassa luvussa 15.

413. Mieti, millaisilla **mittareilla ja analyyseilla** hotellin johto, sijoittajat ja omistajat voivat selvittää ja vertailla hotellin suoritustason tulosta ja markkinaosuutta?

414. Perehdy, mitä sellaista tietoa tarvitaan **markkinaosuusanalyyseissa**, jota ei tarvita **huonetuottoanalyyseissa**? Miten ne eroavat toisistaan?

15. HUONEMYNNIN MAKSIMOINTI

415. Mitä tarkoittaa **RGI, RevPar-indeksi**? Selvitä **RGI:n** käyttöä ja merkitystä?
416. Pohdi hotellien myynnin tarkkailua ja merkitystä **RGI:n eli Revenue Generation Indexin avulla**. Mitä hyötyä tai haittaa tästä hotellille on sekä mitä vaikutuksia hotellin tulee omassa kilpailutilanteessa ja bisneksessä seurata ja vertailla markkinaosuuttaan alueella?
417. Miten **huonehinnan maksimointiin** keskittyvät johtajat perustelevat tavoitteitaan?
418. Miten liikkeenjohto voi perustella pyrkimystään **mahdollisimman korkean käyttöasteen saavuttamiseen**?

POHDINTATEHTÄVIÄ/ 15 HUONEMYNNIN MAKSIMOINTI / HINNOITTELUSTRATEGIA OSANA MARKKINOINTISTRATEGIAA

419. Mieti, millaisia asioita ottaisit huomioon pääsääntöisesti hinnoittelun määrittelyssä.

Toimit hotellin johtajana pienehkössä 80 huoneen kaupunkihotellissa. Hotelli kuuluu Sokos Hotels -ketjuun. Hotellin sijainti on keskustassa. Pääsääntöisesti asiakkaina ovat **työn vuoksi matkustavat- sekä kokousettä loma-asiakkaat**. Perheet asuvat lomakausina. Hotelli täyttää Sokos Hotels -ketjun laatuvaatimukset. Hotellin johtaja suunnittelee uudelleen hinnoittelustrategiaansa ja hinnoittelumenetelmäänsä. Johtaja pyrkii luomaan strategioilla markkinoita ja kasvattamaan yrityksen markkinaosuutta. Mitä **hinnoittelumenetelmiä ja hinnoittelustrategioita** johtajan tulisi valita tai pohtia? Perustele ja valitse hinnoittelustrategioita seuraavista vaihtoehdoista:

- a) Dynaaminen hinnoittelu – joustava hinnoittelu
- b) Markkinasuuntainen hinnoittelu - markkinaosuuden kasvattaminen
- c) Kilpailusuuntainen hinnoittelumenetelmä - kilpailijoiden hintoihin vastaaminen

15. HUONEMYYNIN MAKSIMOINTI

420. Pohdi, miten **Ideas-järjestelmä** toimii varsinaisen hotellijärjestelmän Operan tukena **tehostaen huonemyyntiä** Revenue Managementissa?
421. Mitä kaikkea dataa tulonhankintaohjelma IDEaS käyttää taustatietonaan ennustaessaan hintoja ja segmenttejä?
422. Millaisia erityismääräyksiä myynnin lähtökohdista IDEaS tekee, kun peräkkäisinä päivinä on ennustettavissa kovaa kysyntää sekä hiljaista kysyntää?
423. Laske alla olevan taulukon mukaan, mihin keskihuonehintaan ja millä käyttöasteella olisi mahdollista saada korkein huonetuotto tulonhankintaohjelman näkökulmasta? Miten myytävä kapasiteetti vaikuttaa työvoimatarpeen suunnitteluun vastaanotossa?

Hotellissa huoneita:	150 kpl		
Hinta per huone	Jolloin arvioitu käyttöaste	Totaali huonemyynti	
60 €	100 %		
85 €	75 %		
105 €	50 %		

Tehtävä työssäoppimispaikalle

Selvitä ja raportoi hotellin tärkeimpien yhteistyökumppaneiden ja yhteistyöverkoston toimintaa ja myyntityötä, joiden kanssa työssäoppimisyritys toimii päivittäin. Pohdi aihealueita seuraavien kysymysten mukaan:

424. Millaista yhteistyötä tehdään eri osastojen kesken talon sisällä? Entä millaista yhteistyötä tehdään ulkopuolisten yhteistyökumppaneiden tai tavarantoimittajien kanssa?

Omassa talossa

- a) Eri osastot: vastaanotto, myyntipalvelu, ravintola, kokous, keittiö, siivous, huolto, järjestyksenvalvonta, vartiointi sekä muut mahdolliset osastot, näiden välinen hyvä ja joustava yhteistyö
- b) Suoraan hotellia koskevat yhteistyökumppanit
- c) Tavarantoimittajat (ruoka, juoma, jätehuolto, pyykki, yms) ja muut yhteistyökumppanit (ohjelmatoimistot, kuljetusliikkeet yms)

Miten ja mitä palveluja, tuotteita ja tuotepaketteja myydään ja miten ne eroavat seuraavissa myyntikanavissa

Omassa ketjussa

- a) Hotellin vastaanotto
- b) Hotellin myyntipalvelu/keskusmyynti
- c) Ketjun muut hotellit
- d) Hotellin omat nettisivut
- e) Muut nettivarauskanavat

Miten hotellissa/hotelliketjussa hoidetaan ketjun ulkoista ja sisäistä nettinäkyvyyttä? Tutustu esimerkiksi hotellin omiin nettisivuihin; miten hotelli markkinoi tuotteitaan, palvelujaan näkyvästi?

Netissä

- a) Omat nettisivut ja nettivarauskanavat
- b) Ulkopuoliset varauskanavat
- c) Matkahakusivustot ym.
- d) Varausehdot, peruutusehdot
- e) Muu nettinäkyvyys esim. kaupungin matkailusivustot
- f) Sosiaalisen median käyttö markkinoinnissa

15. HUONEMYYNIN MAKSIMOINTI

Mainitse esimerkkejä ulkopuolisista tahoista, joiden kanssa hotellit tekevät sopimuksia?

- Sopimukset/Yhteistyökumppanit
- Hotellin omat sopimukset
- Ketjun tekemät yhteissopimukset

Tärkeimpiä yhteistyökumppaneita ovat esimerkiksi nettivaraamot, keskusmyynnit, muut hotellit/majoitusvaihtoehdot, matkatoimistot, musiikkikeskukset, kongressikeskukset, teatterit, ohjelmapalveluyritykset, liikenneyhtiöt tai nähtävyyshäiköteet.

Liitä tehtävä omaan oppimisympäristöösi ja/tai esitele ryhmällesi esim. Powerpoint-esityksenä, videoklippeinä tms.

Esimerkkejä hotellin yhteistyöverkostosta ja niiden toiminnasta

Oma Talö

- Eri osastot: vastaanotto, myyntipalvelu, ravintola, keittiö, siivous, huolto ja näiden välinen hyvä ja joustava yhteistyö, huomioi erityisesti ulkoistetut palvelut
- Hotellin omat kontaktit ja muut suoraan hotellia koskevat yhteistyökumppanit
- Tavarantoimittajat (ruoka, juoma, jätehuolto, pyykki, lehti-ilmoitukset jne.)
- Taksit

Oma ketju

- Myynti- ja markkinointiosastot, ulkoinen, sisäinen ja netti ja nettinäkyvyys, sekä esim. netin varauskanavan toimivuus
- Valtakunnalliset/alueelliset Myyntipalvelut tai keskusvaraamot - oikeat tuotteet, hinnat, hotellin tuntemus.
- Nettivaraamisen sujuvuus: Selkeät nettisivut, joissa tarvittavat tiedot, paketit, hinnat, osoitteet, puh.numerot, jotka löytyvät helposti.
- Omat nettivarauskanavat: helppo ja nopea varauskanava, selkeät hinnat, paketit, varausvahvistuksessa oikeat tiedot, helposti ymmärrettävissä.
- Hyvä yhteistyö ulkopuolisten tahojen kanssa.

Yhteistyökumppanit / eri varauskanavat

- Esim. Booking.com, Hotels.com, Hotelzon, matkatoimistot
- Oikeat hintatiedot, hotellin kuvaukset ja tiedot oikein, jotka ovat asiallisia ja päivitettyjä
- Helppo varaaminen netin kautta.
- Selkeät varausehdot, peruutusehdot jne.

15. HUONEMYNNIN MAKSIMOINTI

Yhteistyökumppanit

- Ketjun tekemät yhteistyökumppani sopimukset
- Ketjun markkinointikanavat: Omat, ulkopuoliset, netti, sosiaalinen media, radio, TV, printtimainonta
- Alueen omat yhteistyökumppani-sopimukset
- Hotellin omat sopimukset yhteistyökumppaneiden kanssa sekä ketjun tekemät paketit hotellille
- Kaupungin matkailuorganisaation kanssa yhteistyö ja näkyvyys esim, netissä, mainonnassa ja esitteissä
- Yhteistyö / mainonta paikallisissa medioissa
- Mahdollinen ulkomainonta omassa pihassa, tapahtumissa, kadulla, torilla.

Myynti- ja markkinointi ulkomaille

- Ketjun omat toteutukset
- Kaupungin matkailuorganisaation toteutukset
- Nettinäkyvyys
- Muut toteutukset (erityisesti rajanaapurit)