



TỔNG CỤC DU LỊCH VIỆT NAM PHỐI HỢP VỚI ỦY BAN CHÂU ÂU
DỰ ÁN PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VIỆT NAM



TIÊU CHUẨN KỸ NĂNG NGHỀ DU LỊCH VIỆT NAM (VTOS)

CÁC TIÊU CHUẨN VTOS LÀ MỘT TRONG NHỮNG KẾT QUẢ CHÍNH CỦA DỰ ÁN,
ĐƯỢC XÂY DỰNG CHO 13 NGHỀ Ở TRÌNH ĐỘ CƠ BẢN NHƯ SAU:

Khách sạn

NGHIỆP VỤ ĐẶT GIỮ BUỒNG KHÁCH SẠN
NGHIỆP VỤ AN NINH KHÁCH SẠN
NGHIỆP VỤ BUỒNG
NGHIỆP VỤ LỄ TÂN
NGHIỆP VỤ NHÀ HÀNG
KỸ THUẬT CHẾ BIẾN MÓN ĂN ÂU
KỸ THUẬT CHẾ BIẾN MÓN ĂN VIỆT NAM
KỸ THUẬT LÀM BÁNH ÂU
NGHIỆP VỤ QUẢN LÝ KHÁCH SẠN NHỎ

Lữ hành

NGHIỆP VỤ ĐẠI LÝ LỮ HÀNH
NGHIỆP VỤ ĐIỀU HÀNH TOUR
NGHIỆP VỤ ĐẶT GIỮ CHỖ LỮ HÀNH
NGHIỆP VỤ HƯỚNG DẪN DU LỊCH

VĂN PHÒNG BAN QUẢN LÝ DỰ ÁN

Tầng 2, Nhà 6, Khách sạn Kim Liên 2, số 7 Đào Duy Anh, Hà Nội, Việt Nam
Tel: (84 4) 3577 0663 | Fax: (84 4) 3577 0665 | Email:hrdt@hrdtourism.org.vn
Website: www.hrdtourism.org.vn

Ấn phẩm này được thực hiện với sự giúp đỡ của Liên minh châu Âu. Toàn bộ nội dung ấn phẩm do Dự án Phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam chịu trách nhiệm và không phản ánh quan điểm của Liên minh châu Âu ở bất cứ góc độ nào.

TIÊU CHUẨN KỸ NĂNG NGHỀ DU LỊCH VIỆT NAM
NGHIỆP VỤ ĐẶT GIỮ BUỒNG KHÁCH SẠN

TRÌNH ĐỘ CƠ BẢN

VTOS

TỔNG CỤC DU LỊCH VIỆT NAM HỘI ĐỒNG CẤP CHỨNG CHỈ NGHIỆP VỤ DU LỊCH VIỆT NAM



TIÊU CHUẨN KỸ NĂNG NGHỀ
DU LỊCH VIỆT NAM

**NGHIỆP VỤ ĐẶT GIỮ
BUỒNG KHÁCH SẠN**



TRÌNH ĐỘ CƠ BẢN

TIÊU CHUẨN KỸ NĂNG NGHỀ
DU LỊCH VIỆT NAM

NGHIỆP VỤ ĐẶT GIỮ BUÔNG KHÁCH SẠN

TRÌNH ĐỘ CƠ BẢN



CƠ QUAN PHÁT HÀNH

DỰ ÁN PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC DU LỊCH VIỆT NAM

Văn phòng Ban quản lý Dự án

Tầng 2, nhà 6, khách sạn Kim Liên 2,
số 7 Đào Duy Anh, Hà Nội, Việt Nam

Tel. (84-4) 3577 0663

Fax: (84-4) 3577 0665

Email: hrdt@hrdtourism.org.vn

Website: www.hrdtourism.org.vn

Lời cảm ơn

Tài liệu Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam và Tài liệu đào tạo phục vụ Chương trình Phát triển Đào tạo viên được xây dựng trong khuôn khổ triển khai Dự án "Phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam" do EU tài trợ. Những thông tin quý báu trong các cuốn tài liệu này có được nhờ sự đóng góp về kiến thức cũng như kinh nghiệm của nhiều chuyên gia quốc tế và Việt Nam trong lĩnh vực du lịch. Nhân dịp xuất bản các cuốn tài liệu này, Ban Quản lý Dự án Phát triển nguồn nhân lực Du lịch Việt Nam xin được bày tỏ sự biết ơn chân thành đối với những cá nhân và tập thể đã tham gia vào quá trình xây dựng hoàn thiện các tài liệu này.

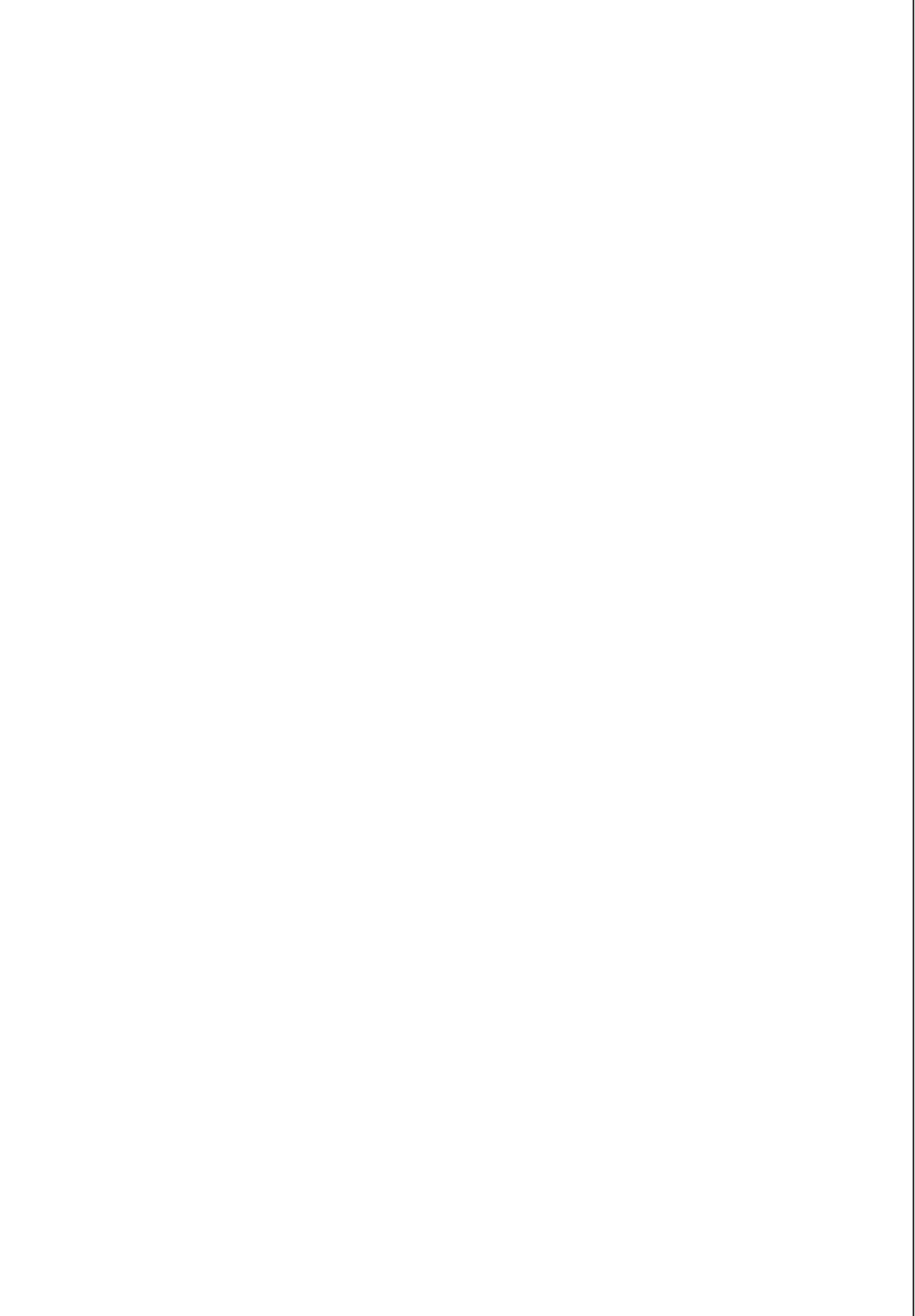
Chúng tôi xin trân trọng cảm ơn Phái đoàn ủy ban Châu Âu tại Việt Nam về sự hỗ trợ quý báu về kỹ thuật và tài chính để xây dựng và xuất bản các cuốn tài liệu này thông qua Dự án "Phát triển nguồn nhân lực Du lịch Việt Nam".

Chúng tôi cũng xin được trân trọng cảm ơn sự chỉ đạo sát sao và những ý kiến đóng góp mang tính định hướng của Lãnh đạo Tổng cục Du lịch Việt Nam, Ban chỉ đạo Dự án trong suốt quá trình xây dựng các cuốn tài liệu này.

Chúng tôi cũng xin bày tỏ lời cảm ơn tới Hội đồng cấp chứng chỉ nghiệp vụ Du lịch Việt Nam (VTCB), trong đó có đại diện của Tổng cục Du lịch, Bộ Lao động Thương binh và Xã hội, Bộ Giáo dục và Đào tạo, Hiệp hội Du lịch Việt Nam, các trường du lịch vì những ý kiến đóng góp nhằm hoàn thiện nội dung các cuốn tài liệu này.

Chúng tôi đánh giá cao sự đóng góp của những người tham gia vào việc nghiên cứu, tổng hợp và biên soạn các cuốn tài liệu này, bao gồm những chuyên gia quốc tế và trong nước, giáo viên và giảng viên tại các trường du lịch, lãnh đạo các doanh nghiệp du lịch, các Đào tạo viên của Dự án cũng như toàn thể cán bộ nhân viên Ban quản lý Dự án.

Xin trân trọng cảm ơn.



MỤC LỤC

1	Giới thiệu Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam (VTOS) Ngh nghiệp vụ Đặt giữ buồng khách sạn	TRANG
1.1	Thông tin chung	4
1.2	Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam	4
1.3	Bảng kỹ năng nghề	4
1.4	Cách sử dụng Tiêu chuẩn VTOS	6
2	Tiêu chuẩn VTOS Ngh nghiệp vụ Đặt giữ buồng khách sạn	
2.1	Tóm tắt công việc, chức danh và danh mục công việc	7
2.2	Công việc và phần việc - Kế hoạch liên hoàn	8
2.3	Nội dung công việc và phần việc	13
2.4	Bảng chú giải thuật ngữ	191



GIỚI THIỆU TIÊU CHUẨN KỸ NĂNG NGHỀ DU LỊCH VIỆT NAM – NGHIỆP VỤ ĐẶT GIỮ BUỒNG KHÁCH SẠN



Tài liệu tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam (Tiêu chuẩn VTOS) – Nghiệp vụ Đặt giữ buồng khách sạn mô tả vị trí công việc cơ bản nhất của Nhân viên đặt giữ buồng làm việc tại một khách sạn hoặc cơ sở tương tự có trách nhiệm xử lý việc đặt buồng của khách đoàn và khách lẻ, cung cấp thông tin cho khách và hỗ trợ trong việc tối đa hóa lợi nhuận (từ buồng) cho khách sạn.

Tiêu chuẩn Nghiệp vụ đặt giữ buồng khách sạn được thiết kế kết hợp hài hòa các tiêu chuẩn quốc tế hiện nay, được điều chỉnh phù hợp với yêu cầu cụ thể của ngành khách sạn Việt Nam.

1.1 THÔNG TIN CHUNG

Dự án Phát triển nguồn nhân lực Du lịch Việt Nam là kết quả của Hiệp định tài chính giữa Liên minh châu Âu và Chính phủ Việt Nam.

Mục tiêu tổng thể của Dự án là “nâng cấp tiêu chuẩn và chất lượng nguồn nhân lực ngành du lịch Việt Nam, giúp Chính phủ và ngành duy trì chất lượng và số lượng đào tạo sau khi dự án kết thúc”. Cụ thể hơn, Dự án có mục đích nâng cao và công nhận kỹ năng phục vụ của người lao động ở trình độ cơ bản trong ngành du lịch.

1.2 TIÊU CHUẨN KỸ NĂNG NGHỀ DU LỊCH VIỆT NAM

Tiêu chuẩn VTOS là một trong những thành quả chính của Dự án được xây dựng cho 13 nghề ở trình độ cơ bản, gồm:

Khách sạn	Lữ hành
1 Nghiệp vụ Buồng	10 Nghiệp vụ đại lý Lữ hành
2 Nghiệp vụ Lễ tân	11 Nghiệp vụ điều hành Tour
3 Nghiệp vụ Nhà hàng	12 Nghiệp vụ đặt giữ chỗ cho Lữ hành
4 Nghiệp vụ An ninh khách sạn	13 Nghiệp vụ hướng dẫn du lịch
5 Kỹ thuật chế biến món ăn Âu	
6 Kỹ thuật làm bánh Âu	
7 Kỹ thuật chế biến món ăn Việt Nam	
8 Nghiệp vụ đặt giữ buồng khách sạn	
9 Nghiệp vụ Quản lý khách sạn nhỏ	

Tiêu chuẩn kỹ năng cho mỗi nghề được các chuyên gia quốc tế của nghề đó dự thảo. Các tiêu chuẩn được tổ công tác kỹ thuật, gồm chuyên gia trong ngành du lịch và các chuyên gia đào tạo của ngành du lịch Việt Nam rà soát. Căn cứ trên các ý kiến đóng góp của Tổ công tác, các tiêu chuẩn được chỉnh sửa. Các chuyên gia quốc tế trực tiếp thực hiện 4 khoá đào tạo cho từng nghề. Dựa trên thực tế triển khai, tài liệu tiếp tục được hoàn thiện và được trình Hội đồng Cấp chứng chỉ nghiệp vụ du lịch Việt Nam (VTOS) phê duyệt chính thức.

1.3 BẢNG KỸ NĂNG NGHỀ

Các tiêu chuẩn VTOS được thiết kế trên cơ sở phân tích và hình thành những công việc mà người lao động cần thực hiện để hoàn thành yêu cầu của một công việc cụ thể. Bảng kỹ năng nghề xác định chính xác những việc người lao động phải làm. Từ những phân tích này, những kiến thức và kỹ

năng cần thiết được thiết lập nhằm giúp người lao động có thể thực hiện công việc hiệu quả trong điều kiện làm việc thông thường. Bảng này trình bày các công việc ở trình độ cơ bản và được chia thành a/ Phần việc kỹ năng và b/ Phần việc kiến thức. Thêm vào đó, một bảng thuật ngữ đã được xây dựng nhằm diễn giải các từ mang tính chất chuyên môn của nghiệp vụ đặt giữ buồng khách sạn.

Phần việc kỹ năng mô tả những gì mà người lao động phải làm, qua đó giúp họ thực hiện tốt công việc. Phần việc kiến thức đề cập đến kiến thức bổ sung hay lý thuyết mà người lao động ở trình độ cơ bản cần có để thực hiện công việc một cách chính xác.

Mỗi Tiêu chuẩn VTOS được chia thành 4 phần chính.

Phần một mô tả tổng thể công việc, chức danh thường dùng và danh mục công việc. Đây chính là phần hình thành nên tiêu chuẩn.

Phần hai gồm kế hoạch liên hoàn nêu chi tiết các công việc, phần việc kỹ năng và phần việc kiến thức.

Phần ba nêu chi tiết tiêu chuẩn các kỹ năng nghề được trình bày dưới đây.

Phần bốn gồm bảng chú giải thuật ngữ sắp xếp theo thứ tự ABC.

PHẦN VIỆC KỸ NĂNG

Các tiêu chuẩn phần việc kỹ năng được thể hiện trong bảng có 5 cột như sau:

BƯỚC (THỰC HIỆN): xác định rõ những gì người lao động phải thực hiện để hoàn thành phần việc theo trình tự.

CÁCH LÀM: mô tả cách thực hiện các bước và thường được trình bày với mục đích minh họa cho những kỹ năng cần có.

TIÊU CHUẨN: phần này liên hệ tới những tiêu chuẩn quốc tế liên quan đến những tiêu chí về chất lượng, số lượng, thời gian, tính liên hoàn, vệ sinh, an toàn v.v... nhằm đảm bảo thực hiện các bước theo đúng tiêu chuẩn.

LÝ DO: giải thích tại sao cần phải tiến hành các bước theo một cách thức rất cụ thể và tại sao cần phải áp dụng những tiêu chuẩn đó.

KIẾN THỨC: phần này gồm tới những yêu cầu về kiến thức cần thiết để hỗ trợ thực hiện công việc, ví dụ, chính sách của công ty hoặc các tài liệu tham khảo. Những kiến thức này bổ sung và củng cố cho phần thực hành các kỹ năng cần thiết.

PHẦN VIỆC KIẾN THỨC

Cách trình bày phần Phần việc kiến thức hơi khác một chút, cụ thể cột **NỘI DUNG** được trình bày thay cột **BƯỚC (THỰC HIỆN)**; và **MÔ TẢ** thay cột **CÁCH LÀM**. Trong đó cột **NỘI DUNG** trình bày phần lý thuyết và cột **MÔ TẢ** giải thích, minh họa làm rõ thêm cho phần lý thuyết.

1.4 CÁCH SỬ DỤNG TIÊU CHUẨN VTOS

Tiêu chuẩn VTOS được thiết kế cho Đào tạo viên, là những người đã tham dự Chương trình phát triển Đào tạo viên và được VTTCB cấp chứng chỉ.

Tiêu chuẩn VTOS là cơ sở giúp các doanh nghiệp xây dựng chương trình đào tạo ở trình độ cơ bản cho nhân viên và xác định nhu cầu đào tạo phù hợp với nhu cầu của doanh nghiệp. Ngoài ra, các cơ sở đào tạo có thể sử dụng Tiêu chuẩn VTOS để tham khảo xây dựng chương trình đào tạo sinh viên nghề ở trình độ cơ bản.

Đối với các doanh nghiệp đã có các tiêu chuẩn hoạt động, Tiêu chuẩn VTOS giúp củng cố và hỗ trợ cho các tiêu chuẩn hiện có. Với những doanh nghiệp chưa có tiêu chuẩn hoạt động, các Đào tạo viên có thể sử dụng Tiêu chuẩn VTOS để xây dựng các tiêu chuẩn hoạt động cho doanh nghiệp, qua đó góp phần nâng cao chất lượng tiêu chuẩn dịch vụ.

Mặc dù các doanh nghiệp có thể sử dụng Tiêu chuẩn VTOS theo nội dung hiện có, Dự án khuyến khích các Đào tạo viên điều chỉnh Tiêu chuẩn VTOS thành tiêu chuẩn hoạt động phù hợp với điều kiện của doanh nghiệp mình.

Bên cạnh tài liệu Tiêu chuẩn kỹ năng nghề, Dự án cung cấp các phương tiện hỗ trợ Đào tạo viên thực hiện công tác đào tạo nhân viên bao gồm đĩa DVD và ảnh minh họa những công việc chính.

Ngoài ra Đào tạo viên có thể sử dụng các tài liệu tham khảo khác. Một nguồn tài liệu tham khảo có giá trị cho bốn nghiệp vụ: Lưu trú, Nhà hàng, Lễ tân và Chế biến món ăn, là tài liệu của Dự án đào tạo nghiệp vụ khách sạn Việt Nam, do Luxembourg hỗ trợ. Các tài liệu này do VTTCB xuất bản và có sẵn tại địa chỉ dưới đây.

Cùng với tiêu chuẩn kỹ năng nghề là một hệ thống đăng ký và cấp chứng chỉ do VTTCB quản lý. Hệ thống này giúp các doanh nghiệp đăng ký những nhân viên đã hoàn thành khoá đào tạo kỹ năng nghề ở trình độ cơ bản tham dự thẩm định tay nghề tại các Trung tâm thẩm định để được cấp chứng chỉ quốc gia.

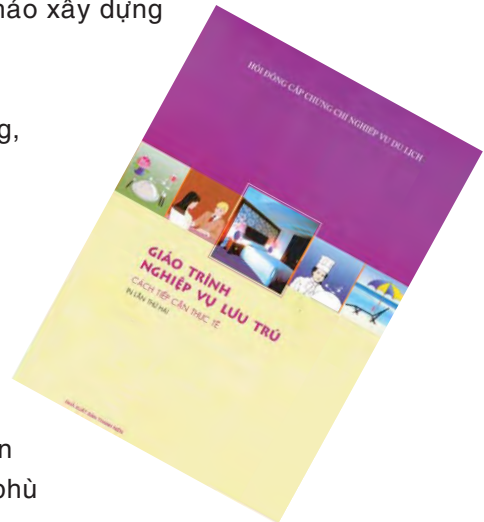
Quý vị cần thêm thông tin về Hệ thống Tiêu chuẩn VTOS, có thể liên hệ các địa chỉ sau:

Dự án Phát triển nguồn nhân lực Du lịch Việt Nam

Văn phòng Ban Quản lý Dự án
Khách sạn Kim Liên 2, số 7 Đào Duy Anh,
Hà Nội, Việt Nam
Tel. (84 4) 3577 0663
Fax: (84 4) 3577 0665
Email: hrrdt@hrdtourism.org.vn
Website: www.hrrdtourism.org.vn

Hội đồng Cấp chứng chỉ Nghiệp vụ Du lịch Việt Nam (VTTCB)

Văn phòng VTTCB
Phòng 203, 30 Nguyễn Du, Hà Nội, Việt Nam
Tel. (84 4) 3944 6494
Fax: (84 4) 3944 6495
Email: vtcb@hn.vnn.vn
Website: www.vtcb.org.vn



TIÊU CHUẨN VTOS NGHIỆP VỤ ĐẶT GIỮ BUỒNG KHÁCH SẠN

2

2.1 MÔ TẢ CÔNG VIỆC, CHỨC DANH VÀ DANH MỤC CÔNG VIỆC

TÓM TẮT CÔNG VIỆC

Các công việc của một nhân viên đặt giữ buồng trong khách sạn hoặc cơ sở tương tự, với trách nhiệm xử lý việc đặt buồng của khách đoàn và khách lẻ, cung cấp thông tin cho khách và hỗ trợ trong việc tối đa hóa lợi nhuận (từ buồng) cho khách sạn.

CHỨC DANH CÔNG VIỆC

Chức danh cho công việc này:

- Nhân viên đặt giữ buồng
- Nhân viên hỗ trợ khách hàng
- Nhân viên đặt buồng

DANH MỤC CÁC CÔNG VIỆC

Tiêu chuẩn kỹ năng nghề ở trình độ cơ bản bao gồm những công việc sau :

1. Chuẩn bị làm việc
2. Kiến thức về sản phẩm
3. Tiếp thị và bán hàng đối với việc đặt giữ buồng
4. Kiến thức về tính giá và kênh phân phối điện tử
5. Các kỹ năng điện thoại
6. Các yêu cầu của khách
7. Đặt giữ buồng cho khách lẻ
8. Đặt giữ buồng cho khách đoàn
9. Những công việc khác liên quan đến đặt giữ buồng
10. An toàn và an ninh

2.2 CÔNG VIỆC VÀ PHẦN VIỆC : KẾ HOẠCH LIÊN HOÀN

Công việc:	10 (tổng cộng)
Phần việc kỹ năng	42 (tổng cộng)
Phần việc kiến thức:	29 (tổng cộng)
Thuật ngữ:	13 (tổng cộng)

1. CHUẨN BỊ LÀM VIỆC

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC	TRANG	THUẬT NGỮ
		17	1.1 Chuẩn bị cho công việc		
		18	1.2 Các tiêu chuẩn của khách sạn về đồng phục và trang phục		
		19	1.3 Trang phục và vệ sinh cá nhân		
21	1.4 Chuẩn bị cho ca làm việc				
23	1.5 Sắp xếp khu vực làm việc				

2. KIẾN THỨC VỀ SẢN PHẨM

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC	TRANG	THUẬT NGỮ
		27	2.1 Hiểu biết về khách sạn		
		33	2.2 Hiểu biết về địa phương		
		35	2.3 Hiểu biết về đất nước		
		36	2.4 Hiểu biết về công ty		
		37	2.5 Hiểu biết về đối thủ cạnh tranh		

3. TIẾP THỊ VÀ BÁN HÀNG ĐỐI VỚI VIỆC ĐẶT GIỮ BUỒNG

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC	TRANG	THUẬT NGỮ
		41	3.1 Các kỹ năng bán hàng		
		42	3.2. Các điểm độc đáo (USP) của khách sạn		
				43	3.3 Các kỹ năng bán hàng
				45	3.4 Thông tin thị trường - phân đoạn thị trường
				50	3.5 Thông tin thị trường

4. KIẾN THỨC VỀ TÍNH GIÁ VÀ KÊNH PHÂN PHỐI ĐIỆN TỬ

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC	TRANG	THUẬT NGỮ
				57	4.1 Tính giá
				59	4.2 Các loại giá - truyền thống
				61	4.3 Định giá linh hoạt
				63	4.4 Các bước tiến tới thực hiện việc định giá linh hoạt
				64	4.5 Kênh phân phối điện tử

5. CÁC KỸ NĂNG ĐIỆN THOẠI

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC	TRANG	THUẬT NGỮ
69	5.1 Chuẩn bị				
70	5.2 Trả lời điện thoại				
		74	5.3 Cách chào khách theo tiêu chuẩn của khách sạn		
		75	5.4 Bảng ngữ âm chữ cái quốc tế		
76	5.5 Chuyển cuộc gọi đến bộ phận khác				
		78	5.6 Các số điện thoại nội bộ		
		79	5.7 Công việc và nhiệm vụ của các bộ phận trong khách sạn		
82	5.8 Chuyển cuộc gọi đến buồng khách				
		83	5.9 Hệ thống Quản lý khách sạn (PMS)		
84	5.10 Đặt cuộc gọi ở chế độ chờ				
85	5.11 Thực hiện cuộc gọi				

6. CÁC YÊU CẦU CỦA KHÁCH

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC	TRANG	THUẬT NGỮ
89	6.1 Yêu cầu thông tin				
		91	6.2 Danh bạ điện thoại		
		92	6.3 Thông tin du lịch		
		93	6.4 Thông tin thương mại		
94	6.5 Yêu cầu về dịch vụ				

7. NHẬN ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LẺ

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC	TRANG	THUẬT NGỮ
97	7.1 Trả lời các yêu cầu				
99	7.2 Nhận đặt buồng - Khách đặt trực tiếp				
107	7.3 Nhận đặt buồng - Qua trung gian				
115	7.4 Nhận đặt buồng - Khách hàng thường xuyên				
118	7.5 Giữ đặt buồng ở chế độ chờ				
120	7.6 Xác nhận lại đặt buồng chế độ chờ				
121	7.7 Từ chối đặt buồng				
122	7.8 Xử lý yêu cầu thay đổi đặt buồng				
125	7.9 Xử lý yêu cầu huỷ đặt buồng				
		128	7.10 Quy định về huỷ đặt buồng của khách sạn		
129	7.11 Huỷ đặt buồng không có đảm bảo				
130	7.12 Xử lý tình huống khách không đến				
		131	7.13 Quy định của khách sạn về khách không đến		
		132	7.14 Chương trình dành cho khách hàng trung thành và hội viên của các hãng hàng không		
133	7.15 Bảo đảm đặt buồng - Thẻ tín dụng				
134	7.16 Bảo đảm đặt buồng - Công ty thanh toán				
135	7.17 Bảo đảm đặt buồng - Đặt cọc				
136	7.18 Bảo đảm đặt buồng - Phiếu thanh toán				
		138	7.19 Các loại thẻ tín dụng được khách sạn chấp nhận		
		139	7.20 Các loại phiếu thanh toán được khách sạn chấp nhận		

7. NHẬN ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LẺ

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC	TRANG	THUẬT NGỮ
140	7.21 Khách gia hạn lưu trú				
				142	7.22 Các thuật ngữ về đặt buồng
				144	7.23 Tình trạng đặt buồng
		145	7.24 Các tên phổ biến ở các nước		

8. NHẬN ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH ĐOÀN

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC	TRANG	THUẬT NGỮ
				149	8.1 Các thuật ngữ về Đặt buồng cho khách đoàn
151	8.2 Tiếp nhận đặt buồng cho khách đoàn				
				154	8.3 Quản lý thông tin đặt buồng của khách đoàn
156	8.4 Xử lý yêu cầu thay đổi đặt buồng cho khách đoàn				

9. NHỮNG CÔNG VIỆC KHÁC LIÊN QUAN ĐẾN ĐẶT BUỒNG

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC	TRANG	THUẬT NGỮ
159	9.1 Xử lý phàn nàn của khách				
163	9.2 Giao ca				
		165	9.3 Danh mục kiểm tra trong giao ca		
166	9.4 Sắp xếp và lưu giữ các hồ sơ đặt buồng khách lẻ				
		168	9.5 Hồ sơ đặt buồng khách đoàn		
		169	9.6 Hồ sơ các yêu cầu bị từ chối		
		170	9.7 Hồ sơ các đoàn đặt buồng bị huỷ		
		171	9.8 Quản lý chất lượng của các đặt buồng		
				173	9.9 Hợp giao ban kinh doanh
174	9.10 Tiếp nhận lời nhắn cho khách				
176	9.11 Tiếp nhận lời nhắn cho bộ phận khác				
178	9.12 Xử lý thư điện tử				
179	9.13 Xử lý fax				

10. AN TOÀN VÀ AN NINH

TRANG	PHẦN VIỆC KỸ NĂNG	TRANG	PHẦN VIỆC KIẾN THỨC	TRANG	THUẬT NGỮ
183	10.1 Khu vực làm việc				
184	10.2 An toàn				
185	10.3 An ninh				
186	10.4 Đe dọa đánh bom				
187	10.5 Sơ cứu				
188	10.6 Quy trình phòng cháy chữa cháy				
189	10.7 An toàn và an ninh cho khách				

2.3 NỘI DUNG CÔNG VIỆC VÀ PHẦN VIỆC

GIỚI THIỆU

Định nghĩa:

Trong tài liệu này, từ **khách** được dùng để chỉ người (sẽ) đang ở trong khách sạn, trong **khi khách hàng/người đặt buồng** được dùng để chỉ người thực hiện việc đặt buồng hoặc có hợp đồng với khách sạn.

1. CHUẨN BỊ LÀM VIỆC

Giới thiệu:

Để có thể làm đúng chức năng như một nhân viên đặt giữ buồng chuyên nghiệp, bạn phải chuẩn bị tốt tại nơi làm việc.

PHẦN VIỆC SỐ 1.1:	Chuẩn bị cho công việc (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 1.2:	Các tiêu chuẩn của khách sạn về đồng phục và trang phục (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 1.3:	Trang phục và vệ sinh cá nhân (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 1.4:	Chuẩn bị cho ca làm việc
PHẦN VIỆC SỐ 1.5:	Sắp xếp khu vực làm việc



CÔNG VIỆC 1: **CHUẨN BỊ LÀM VIỆC**
PHẦN VIỆC 1.1: **CHUẨN BỊ CHO CÔNG VIỆC**



CHUẨN BỊ CÔNG VIỆC

1



CÁC TIÊU CHUẨN CỦA KHÁCH SẠN VỀ ĐỒNG PHỤC VÀ TRANG PHỤC

2



VỆ SINH VÀ TRANG PHỤC CÁ NHÂN

3.1



VỆ SINH VÀ TRANG PHỤC CÁ NHÂN

3.2



CHUẨN BỊ CHO CÔNG VIỆC

4



SẮP XẾP KHU VỰC LÀM VIỆC

5

CÔNG VIỆC SỐ 1: CHUẨN BỊ LÀM VIỆC

PHẦN VIỆC SỐ 1.1: Chuẩn bị cho công việc (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Có mặt đúng giờ	Bằng cách biết trước lịch làm việc của mình.	Có mặt trước ca làm việc của mình ít nhất 15 phút.	<p>Để có đủ thời gian thay đồng phục.</p> <p>Để chuẩn bị cho ca làm việc đúng giờ.</p>	
2. Thay đồng phục	Thay đồng phục trong khu vực thay đồ quy định.	<ul style="list-style-type: none"> Treo quần áo thường phục trong tủ riêng hoặc khu vực được chỉ định. Để các đồ dùng cá nhân trong tủ có khoá. Tắt điện thoại di động và để trong tủ có khoá. 	<p>Đồng phục thoải mái và được thiết kế đặc biệt phù hợp với công việc của bạn.</p> <p>Làm cho khách dễ nhận biết các nhân viên của khách sạn.</p> <p>Không nghe các cuộc gọi riêng trong khi làm việc (trừ trường hợp khẩn cấp).</p>	<p>Hiểu rõ các tiêu chuẩn của khách sạn về trang phục và đồng phục.</p> <p>Trong một số khách sạn nhân viên đặt giữ buồng không được cấp đồng phục vì họ chủ yếu làm việc ở khu vực không tiếp xúc nhiều với khách.</p> <p>Trong trường hợp này cần phải mặc trang phục công sở thông thường.</p>
3. Trong trường hợp đau ốm hoặc khẩn cấp	Gọi cho người giám sát và khách sạn ngay lập tức.	<ul style="list-style-type: none"> Gọi ít nhất là 1 tiếng trước giờ bắt đầu ca làm việc của bạn. Tốt hơn là 24 tiếng trước ca làm việc của bạn. 	Để kịp sắp xếp người làm thay mà không ảnh hưởng đến các dịch vụ dành cho khách.	

CÔNG VIỆC SỐ 1: CHUẨN BỊ LÀM VIỆC

PHẦN VIỆC SỐ 1.2: Các tiêu chuẩn của khách sạn về đồng phục và trang phục (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Đồng phục của khách sạn	Các nhân viên thuộc các bộ phận khác nhau trong khách sạn mặc đồng phục theo chức năng của mình.	<ul style="list-style-type: none"> Đồng phục phải được mặc theo hướng dẫn. Biển tên (thường được đeo nơi ngực áo bên trái). 	<p>Để cho các nhân viên có cùng chức năng dễ nhận biết nhau.</p> <p>Để khách dễ dàng nhận biết bạn.</p>	
2. Trang phục	Các khách sạn đều có những hướng dẫn cụ thể về trang phục.	<ul style="list-style-type: none"> Nói chung, trang phục phải lịch sự, các nhân viên phải tạo được ấn tượng sạch sẽ và gọn gàng. 		

CÔNG VIỆC SỐ 1: CHUẨN BỊ LÀM VIỆC

PHẦN VIỆC SỐ 1.3: Trang phục và vệ sinh cá nhân (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Đồng phục cho nam giới	Quần âu và áo vét tông. Đồ lót sạch. Giầy vừa chân có tất.	Đồng phục cần phải: <ul style="list-style-type: none">• Sạch, là phẳng, thoải mái.• Giấy phải sạch và đánh xi bóng.• Luôn đeo biển tên trong ca làm việc.• Luôn mặc đồng phục trong ca làm việc.	Bạn là đại diện về hình ảnh của khách sạn. Đồng phục được thiết kế đặc biệt và thuận tiện để thực hiện công việc. Khách dễ nhận biết.	Các quy trình về đồng phục để đảm bảo đồng phục sạch. Tuân thủ các quy trình của khách sạn.
2. Đồng phục cho nữ giới	Đồng phục theo tiêu chuẩn chuyên nghiệp. Đồ lót sạch. Đi giầy vừa chân có tất.	Đồng phục cần phải: <ul style="list-style-type: none">• Sạch, là phẳng, thoải mái.• Giấy phải sạch và đánh xi bóng.• Luôn đeo biển tên trong ca làm việc.	Bạn là đại diện về hình ảnh của khách sạn. Đồng phục được thiết kế đặc biệt và thuận tiện để thực hiện công việc. Khách dễ nhận biết. Có thể bạn phải giao tiếp với khách.	Các quy trình về đồng phục để đảm bảo đồng phục sạch. Tuân thủ các quy trình của khách sạn.
3. Trang phục chung Tắm rửa	Tắm rửa trước khi bắt đầu ca làm việc.	<ul style="list-style-type: none">• Dùng xà phòng và khử mùi.	Tạo mùi thơm trong khi làm việc.	
4. Móng tay	Chải móng tay bằng bàn chải.	<ul style="list-style-type: none">• Móng tay ngắn và sạch sẽ.• Sơn móng tay vừa phải (tuân theo quy định của khách sạn).	Ngăn ngừa chất bẩn chứa trong móng tay.	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
5. Tóc	<p>Nam giới: Tóc / râu.</p> <p>Tóc nữ giới.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ngắn, được cắt tỉa gọn gàng, râu được cạo hàng ngày. • Cắt tỉa gọn gàng hoặc buộc gọn sau gáy. Tóc được gội thường xuyên và để màu tự nhiên. 	<p>Bạn đại diện cho khách sạn. Tóc dài và bần tạo ra hình ảnh không sạch cho khách sạn.</p>	
6. Các yêu cầu khác	<p>Vết cắt, vết thương và xước:</p> <p>Nước hoa, trang điểm và trang sức:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Báo cáo ngay nếu nghiêm trọng. • Băng bó bằng băng gạc không thấm nước. • Vừa phải và không quá cầu kỳ. 	<p>Ngăn chặn lây nhiễm và chống nhiễm trùng.</p> <p>Bạn có thể giao tiếp với khách.</p>	<p>Các quy định về vệ sinh.</p>
7. Sức khoẻ	<p>Cảm thấy đau ốm:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Báo cáo các vấn đề về da, mũi, đường ruột và họng trước khi vào ca làm việc. 	<p>Tránh sự truyền nhiễm bệnh sang người khác.</p>	
8. Rửa tay và đánh răng trước khi làm việc và sau khi ăn	<p>Dùng nước nóng, xà phòng diệt khuẩn, chà xát và dội nước sạch.</p> <p>Rửa tay ở nơi được chỉ định. Lau khô tay bằng khăn sạch. Chải toàn bộ móng tay. Đánh răng thật kỹ.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Rửa sạch tay sau khi tiếp xúc với chất bẩn, ăn uống, hút thuốc và đi vệ sinh. • Đánh răng trước khi bắt đầu làm việc và sau khi ăn. 	<p>Ngăn chặn vi khuẩn và vi rút lây nhiễm ở nhà và nơi làm việc.</p> <p>Để đảm bảo hơi thở thơm tho khi tiếp xúc với khách và đồng nghiệp.</p>	<p>Vệ sinh và truyền nhiễm.</p>

CÔNG VIỆC SỐ 1: CHUẨN BỊ LÀM VIỆC

PHẦN VIỆC SỐ 1.4: Chuẩn bị cho ca làm việc

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Đọc sổ giao ca	Lấy sổ và đọc.	<ul style="list-style-type: none"> • Đọc toàn bộ các ghi chú của ca trước chưa làm bàn giao lại. • Ghi nhớ các vấn đề quan trọng liên quan đến ca làm việc của bạn. 	Chắc chắn rằng bạn đã hiểu đầy đủ về tất cả các vấn đề quan trọng liên quan đến khách, Bộ phận Đặt giữ buồng và khách sạn.	
2. Lấy danh mục kiểm tra	Lấy bảng danh mục kiểm tra trong tập.	<ul style="list-style-type: none"> • Tất cả các nhân viên Bộ phận Đặt giữ buồng phải hoàn thành các công việc hàng ngày của mình theo danh mục kiểm tra công việc của Bộ phận Đặt giữ buồng. 	Để đảm bảo rằng tất cả các công việc đặt buồng được thực hiện trong ca làm việc.	
3. Biết rõ về các sự kiện lớn trong khách sạn	<p>Bằng cách đọc kỹ bảng thông báo tuần.</p> <p>Bằng cách đọc bảng tình trạng đoàn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Biết có hội nghị hội thảo nào đang có trong khách sạn, khi nào khách đến và khi nào khách đi. • Biết những đoàn khách nào đang ở trong khách sạn, đoàn đến khi nào và đi khi nào. 	Như thế bạn có thể trả lời bất kỳ câu hỏi nào liên quan đến những sự kiện này từ phía đồng nghiệp cũng như khách hàng qua điện thoại.	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
4. Biết rõ về tất cả các khách quan trọng	Đọc kỹ danh sách các khách quan trọng.	<ul style="list-style-type: none"> • Biết được khách quan trọng nào đang ở trong khách sạn, khi nào đến, khi nào đi. 	Để bạn chuẩn bị đầy đủ cho việc tiếp đón các khách quan trọng này.	
5. Biết rõ về người trực ban lãnh đạo	Kiểm tra bảng phân công trực ban hàng ngày.	<ul style="list-style-type: none"> • Biết ai là người đang trực ban lãnh đạo. • Biết cách liên hệ với người trực ban lãnh đạo. 	Bạn phải có khả năng liên hệ với người trực ban lãnh đạo ngay trong các trường hợp khẩn cấp hoặc có vấn đề nghiêm trọng phát sinh.	
6. In các báo cáo cần thiết cho ca làm việc	In tất cả các báo cáo hỗ trợ cho đặt buồng.	<ul style="list-style-type: none"> • In ra các báo cáo sau: <ul style="list-style-type: none"> - Các báo cáo buồng trống. - Báo cáo các đặt buồng trong sổ. 	Như thế bạn có thể tiếp tục thực hiện việc đặt buồng ngay cả khi hệ thống máy tính không hoạt động.	

CÔNG VIỆC SỐ 1: CHUẨN BỊ LÀM VIỆC

PHẦN VIỆC SỐ 1.5: Sắp xếp khu vực làm việc

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Kiểm tra các thiết bị điện	Xem xét xem các thiết bị có hoạt động tốt không.	<ul style="list-style-type: none"> Đảm bảo máy tính, máy in, máy fax và máy phô tô được bật lên và có đủ số lượng giấy cần thiết. Điện thoại hoạt động tốt (gồm cả tai nghe). 	Bạn phải cần đến các thiết bị này để thực hiện công việc của một nhân viên đặt giữ buồng.	
2. Kiểm tra đồ dùng	Kiểm tra các công cụ làm việc xem có đủ dùng không.	<ul style="list-style-type: none"> Phải có đủ đồ dùng sau đây cho ít nhất 3 ngày làm việc: <ul style="list-style-type: none"> - Bút. - Các loại dấu. - Bút đánh dấu (màu vàng). - Giấy in. - Kẹp ghim. - Mẫu đặt buồng. - Mẫu huỷ đặt buồng. - Mẫu thay đổi đặt buồng. - Mẫu đặt buồng cho đoàn. - Mẫu xác nhận đặt giữ buồng. 	<p>Để bạn có thể làm việc một cách hiệu quả trong suốt ca làm việc mà không phải đi tìm các đồ dùng này trong khi đang làm việc.</p> <p>Chỉ dùng bút đánh dấu màu vàng để khi phô tô lại tài liệu không bị đen do dùng bút đánh dấu.</p>	Một số khách sạn hoạt động theo cách “nhập trực tiếp” (vào hệ thống quản lý khách sạn – PMS) nên không sử dụng các mẫu biểu.
3. Sắp xếp bàn làm việc	Sắp xếp giấy tờ theo thứ tự hợp lý và làm vệ sinh khu vực làm việc.	<ul style="list-style-type: none"> Không để các loại giấy tờ không cần thiết trong khu vực làm việc. Bàn làm việc, màn hình máy tính phải sạch và không bụi. 	<p>Để bạn làm việc theo quy trình thích hợp.</p> <p>Tạo hình ảnh chuyên nghiệp cho khách.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>4. Sắp xếp khu vực làm việc</p>	<p>Đảm bảo rằng văn phòng của Bộ phận Đặt giữ buồng được ngăn nắp.</p> <p>Bằng cách kiểm tra khu vực xem tiếng ồn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Chỉ có những hồ sơ giấy tờ cần thiết có thể nhìn thấy trong văn phòng. Không được có tiếng ồn xung quanh trong văn phòng. Không được có tiếng nhạc (đài phát thanh v.v) trong văn phòng. Không được có những khách không cần thiết trong văn phòng. 	<p>Làm cho bạn có thể làm việc theo cách trật tự và hiệu quả.</p> <p>Để bạn có thể tập trung vào các cuộc điện thoại.</p> <p>Tiếng ồn có thể làm cho người gọi nghe thấy và sẽ trở nên không chuyên nghiệp.</p> <p>Mọi người xung quanh nói chuyện có thể làm cho người gọi nghe được và sẽ làm cho người gọi mất tập trung vào việc đặt buồng.</p>	
<p>5. Kiểm tra thư điện tử và đường kết nối Internet</p>	<p>Bằng cách chắc chắn rằng mọi đường kết nối internet và thư điện tử đều hoạt động tốt.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Internet và thư điện tử phải được kết nối theo tiêu chuẩn của khách sạn. 	<p>Để tất cả các yêu cầu về đặt buồng sẽ đến khách sạn đúng thời gian.</p>	<p>Tiêu chuẩn của khách sạn về kết nối internet và thư điện tử.</p>

CÔNG VIỆC 2. KIẾN THỨC VỀ SẢN PHẨM

Giới thiệu:

Kiến thức về sản phẩm là yêu cầu cơ bản đối với tất cả các dịch vụ dành cho khách. Bạn càng hiểu biết nhiều về khách sạn, về địa phương, về đất nước và các khách sạn trong tập đoàn mà bạn đang làm việc thì bạn sẽ càng có khả năng phục vụ tốt hơn các đối tượng khách và khách hàng khác nhau của khách sạn. Hơn nữa, kiến thức về sản phẩm còn là chìa khóa dẫn đến sự thành công của bạn trong công tác bán hàng với mức giá cao nhất và bán các dịch vụ khác của khách sạn.

PHẦN VIỆC SỐ 2.1:	Hiểu biết về khách sạn của bạn (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 2.2:	Hiểu biết về địa phương (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 2.3:	Hiểu biết về đất nước (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 2.4:	Hiểu biết về công ty (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 2.5:	Hiểu biết về đối thủ cạnh tranh (Kiến thức)



CÔNG VIỆC 2:

KIẾN THỨC VỀ SẢN PHẨM

PHẦN VIỆC 2.1:

HIỂU BIẾT VỀ KHÁCH SẠN CỦA BẠN



HIỂU BIẾT VỀ KHÁCH SẠN CỦA BẠN 1



HIỂU BIẾT VỀ KHÁCH SẠN CỦA BẠN 2



HIỂU BIẾT VỀ KHÁCH SẠN CỦA BẠN 3



HIỂU BIẾT VỀ KHÁCH SẠN CỦA BẠN 4



HIỂU BIẾT VỀ KHÁCH SẠN CỦA BẠN 5



PHẦN VIỆC 2.1: HIỂU BIẾT VỀ KHÁCH SẠN CỦA BẠN



HIỂU BIẾT VỀ KHÁCH SẠN CỦA BẠN 6



HIỂU BIẾT VỀ KHÁCH SẠN CỦA BẠN 7



HIỂU BIẾT VỀ KHÁCH SẠN CỦA BẠN 8



HIỂU BIẾT VỀ KHÁCH SẠN CỦA BẠN 9



PHẦN VIỆC 2.1: HIỂU BIẾT VỀ KHÁCH SẠN CỦA BẠN



HIỂU BIẾT VỀ ĐỊA PHƯƠNG

10



HIỂU BIẾT VỀ CÔNG TY

11



HIỂU BIẾT VỀ CÔNG TY

12



HIỂU BIẾT VỀ ĐỐI THỦ CẠNH TRANH

13

CÔNG VIỆC SỐ 2:
PHẦN VIỆC SỐ 2.1:

KIẾN THỨC VỀ SẢN PHẨM
Hiểu biết về khách sạn của bạn (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Biết địa chỉ của khách sạn</p>	<p>Biết chi tiết địa chỉ của khách sạn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Thuộc lòng các chi tiết sau: <ul style="list-style-type: none"> - Tên chính thức. - Tên đường phố. - Số nhà. - Mã vùng. - Thị trấn. - Tên quốc gia. - Số điện thoại. - Số Fax. - Mã (điện thoại) quốc gia. - Địa chỉ thư điện tử. - Địa chỉ trang web. 	<p>Để bạn có thể trả lời ngay các câu hỏi liên quan đến địa chỉ của khách sạn.</p>	<p>Trang 5, Chương 9.3 Giáo trình nghiệp vụ Lễ tân⁽¹⁾: <i>Hiểu biết về các sản phẩm của khách sạn.</i></p>
<p>2. Biết vị trí và đường đến khách sạn</p>	<p>Biết các đường dẫn đến khách sạn từ các khu vực khác nhau.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Biết cách đến khách sạn bằng taxi, phương tiện giao thông công cộng, đi bộ hoặc đi xe ô tô. • Biết chỉ đường đến khách sạn từ: <ul style="list-style-type: none"> - Sân bay - Ga xe lửa (xe buýt). - Trung tâm thành phố. • Biết vị trí của khách sạn trên bản đồ. 	<p>Để trong trường hợp có yêu cầu, bạn có thể chỉ đường chính xác.</p>	<p>Sẽ là rất hữu ích nếu bạn tự đi trên các con đường khác nhau để làm quen với các tuyến đường ấy.</p>

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
3. Hiểu biết về khách sạn - Dịch vụ ăn uống	Biết một cách chi tiết về nhà hàng ăn uống của khách sạn.	<ul style="list-style-type: none"> • Phải biết: <ul style="list-style-type: none"> - Tên của các nhà hàng và quầy đồ uống. - Giờ mở cửa. - Món ăn đặc sản hoặc chủ đạo. - Các chương trình khuyến mãi đặc biệt. - Có cần đặt trước không. - Dịch vụ giải trí. - Trang phục cần mặc. - Mức giá. • Nên biết: <ul style="list-style-type: none"> - Món ăn hoặc thực đơn trong ngày. - Các món theo mùa. - Tên của người phục vụ chính. 	Để có thể xúc tiến bán cho các nhà hàng này.	
4. Hiểu biết về khách sạn - Các phòng hội thảo và phòng tiệc	Biết tên và vị trí của các phòng hội thảo và phòng tiệc trong khách sạn.	<ul style="list-style-type: none"> • Phải biết: <ul style="list-style-type: none"> - Tên của các phòng hội thảo và phòng tiệc. - Vị trí của các phòng. - Đường đi đến các phòng. • Nên biết: <ul style="list-style-type: none"> - Kích thước các phòng. - Sức chứa của phòng. - Số điện thoại trực tiếp. - Chủ đề hoặc cách bài trí. • Sẵn có tập gấp giới thiệu về hội thảo và tiệc. 	Để có thể hướng dẫn đường đi cho khách và cung cấp cho khách một số thông tin cơ bản.	Liên hệ với chuyên viên về hội thảo và tiệc khi nhận được các câu hỏi chi tiết – đó có thể là một khách hàng và do vậy cần phải được giải quyết bởi chuyên viên hội thảo và tiệc.

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
5. Hiểu biết về khách sạn - Các loại buồng	Biết về các loại buồng để có khả năng mô tả các loại buồng khác nhau của khách sạn.	<ul style="list-style-type: none"> ● Phải biết: <ul style="list-style-type: none"> - Kích thước và loại buồng. - Các chi tiết về buồng cho những người tàn tật. - Vị trí của các buồng (phong cảnh nhìn từ buồng đó). - Sơ đồ tầng của các tầng có buồng. - Các thiết bị văn phòng trong buồng. - Buồng xấu nhất. ● Nên biết: <ul style="list-style-type: none"> - Buồng có cửa thông nhau. - Cách bài trí của buồng. 	<p>Để bạn có thể bán các buồng giá cao trước và phân bổ đúng loại buồng cho các khách khác nhau.</p> <p>Mỗi khách sạn đều có các buồng “cho thuê sau cùng”- đó là các buồng chỉ được cho khách thuê trong trường hợp khách sạn đã cho thuê hết các buồng khác.</p>	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
6. Hiểu biết về khách sạn - Đặc điểm của một buồng khách	<p>Có khả năng giải thích các đặc điểm của các loại buồng khác nhau.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Biết về các thiết bị trong buồng: <ul style="list-style-type: none"> - Các kênh ti vi. - Đường kết nối Internet. - Điều hoà nhiệt độ. - Tủ đồ uống. - Điện thoại. - Hệ thống chiếu phim nội bộ của khách sạn. - Két an toàn. - Loại giường. - Phong cảnh bên ngoài. - Ban công hoặc hành lang. - Bài trí các vật dụng trong buồng tắm. - Các đồ dùng miễn phí. 	<p>Để có thể mô tả đặc điểm của từng loại buồng và bán buồng tốt hơn.</p>	
7. Hiểu biết về khách sạn – Các tiện nghi khác của khách sạn	<p>Có khả năng cung cấp thông tin về các tiện nghi khác trong khách sạn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Biết về giờ mở cửa và vị trí của trung tâm thương mại, câu lạc bộ sức khoẻ, bể bơi, quầy thông tin du lịch. • Nên biết chi tiết hơn về những gì được cung cấp bởi các cơ sở vật chất tiện nghi này. • Dịch vụ trông trẻ, cũi cho trẻ em và các tiện nghi khác dành cho trẻ em. • Biết đường đi đến mọi khu vực của khách sạn. 	<p>Để có thể thông tin chi tiết cho khách về các tiện nghi của khách sạn, như vậy có thể bán tốt hơn các sản phẩm dịch vụ của khách sạn.</p> <p>Để xúc tiến bán các dịch vụ của khách sạn.</p> <p>Để bán và phục vụ tốt hơn cho các gia đình có đi cùng trẻ em.</p> <p>Để có thể cung cấp thông tin cho người già và người tàn tật.</p>	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
8. Hiểu biết về khách sạn – Các dịch vụ trọn gói	Hiểu rõ hoặc có khả năng tìm kiếm thông tin về các dịch vụ trọn gói của khách sạn.	<ul style="list-style-type: none"> • Biết nơi tìm kiếm thông tin về các dịch vụ trọn gói khác nhau mà khách sạn đang cung cấp. • Phải biết: <ul style="list-style-type: none"> - Dịch vụ trọn gói nào được khách sạn cung cấp. - Các chi tiết về các chương trình khuyến mãi đặc biệt. - Thời hạn áp dụng. 	Để có thể cung cấp thông tin về các dịch vụ trọn gói và xúc tiến bán hàng cho khách một cách hiệu quả.	
9. Hiểu biết về khách sạn – Các bộ phận trong khách sạn	Hiểu biết về công việc của các bộ phận khác nhau.	<ul style="list-style-type: none"> • Biết tất cả các bộ phận trong khách sạn. • Biết tên của tất cả những người trưởng bộ phận. • Biết giờ mở cửa. • Biết nơi để tìm số điện thoại nội bộ. • Biết công việc và trách nhiệm của các bộ phận khác nhau. 	Để bạn biết liên hệ với đúng bộ phận khi cần.	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>10. Hiểu biết về khách sạn - Các mức giá</p>	<p>Biết biểu giá của các dịch vụ khác nhau trong khách sạn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Biết nơi tìm các biểu giá của các dịch vụ sau: <ul style="list-style-type: none"> - Điện thoại. - Internet. - Gửi Fax. - Giặt là. - Dịch vụ trông trẻ. - Phim (theo yêu cầu riêng). - Thuê các trang thiết bị. - Các đồ uống trong buồng. - Các chương trình khuyến mãi của nhà hàng. - Dịch vụ vận chuyển. 	<p>Để bạn có thể cung cấp thông tin cho khách.</p>	
<p>11. Sơ đồ khách sạn</p>	<p>Khách sạn là một tổ hợp toà nhà với nhiều chức năng khác nhau. Khách và khách thăm ra vào toà nhà với nhiều mục đích khác nhau.</p> <p>Nhiệm vụ của nhân viên bộ phận Lễ tân là giải thích một cách rõ ràng và chính xác cách đến và đi khỏi các khu vực trong khách sạn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Biết vị trí chính xác của các buồng khách. • Biết vị trí chính xác của các phòng hội thảo và tiệc. • Biết vị trí chính xác của các nhà hàng ăn uống. • Biết vị trí chính xác của các tiện nghi khác dành cho khách. • Có thể giải thích theo cách đơn giản nhất cách đi đến các khu vực trên. • Biết vị trí các lối thoát hiểm của khách sạn. 	<p>Để bạn có thể giải thích rõ ràng cho khách và khách thăm cách đi đến và đi từ các khu vực này của khách sạn.</p>	<p>Tham khảo sơ đồ/bản vẽ của khách sạn.</p>

CÔNG VIỆC SỐ 2: KIẾN THỨC VỀ SẢN PHẨM

PHẦN VIỆC SỐ 2.2: Hiểu biết về địa phương (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Các điểm du lịch hấp dẫn	Có khả năng mô tả các điểm du lịch chính ở địa phương hấp dẫn đối với du khách.	<ul style="list-style-type: none"> • Biết tên của tất cả các điểm du lịch chính ở địa phương. • Biết nơi để tìm các thông tin sau: <ul style="list-style-type: none"> - Giờ mở cửa. - Chỉ dẫn đường đi. - Vé vào cửa. - Các chương trình du lịch được tổ chức. 	Để bạn có thể cung cấp thông tin cho khách và khách hàng về các điểm du lịch hấp dẫn này.	
2. Các điểm khách thương gia quan tâm	Biết được vị trí của các công ty lớn.	<ul style="list-style-type: none"> • Biết chỉ dẫn đường đến khu phố kinh doanh. • Biết vị trí và đường đi đến các công ty lớn. • Biết vị trí và đường đi đến các khu triển lãm lớn. 	Để bạn có thể cung cấp thông tin cho khách về các nơi đó.	

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
3. Các điểm quan tâm khác của khách	Biết cách liên hệ hoặc cách đến nơi có các dịch vụ.	<ul style="list-style-type: none"> • Biết nơi để tìm thông tin về: <ul style="list-style-type: none"> - Bệnh viện. - Bác sĩ. - Các Đại sứ quán. - Các Lãnh sự quán. - Các khách sạn khác. 	Để bạn có thể cung cấp các thông tin này cho khách.	
4. Giao thông	Có thể tư vấn khách về cách đi lại ở địa phương.	<ul style="list-style-type: none"> • Biết chi tiết về: <ul style="list-style-type: none"> - Giao thông công cộng. - Thuê xe ô tô. - Các chương trình du lịch được tổ chức. 	Để bạn có thể cung cấp các thông tin này cho các đối tượng khách của khách sạn.	

CÔNG VIỆC SỐ 2: KIẾN THỨC VỀ SẢN PHẨM

PHẦN VIỆC SỐ 2.3: Hiểu biết về đất nước (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Phong tục địa phương	Có khả năng giải thích bất kỳ phong tục nào ở địa phương.	<ul style="list-style-type: none">Biết chi tiết về bất kỳ phong tục địa phương nào mà khách muốn tìm hiểu.	Để bạn có thể cung cấp cho khách một số thông tin cơ bản.	
2. Các điểm du lịch hấp dẫn	Có thể giới thiệu với khách về các điểm du lịch hấp dẫn ở các vùng khác nhau trong đất nước của bạn.	<ul style="list-style-type: none">Biết được điểm thu hút quan trọng nhất trong nước.	Để bạn có thể cung cấp thông tin về những nơi này cho các đối tượng khách khác nhau của khách sạn.	Bạn nên đọc sách hướng dẫn về đất nước của mình.

CÔNG VIỆC SỐ 2: KIẾN THỨC VỀ SẢN PHẨM

PHẦN VIỆC SỐ 2.4: Hiểu biết về công ty (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Các khách sạn khác	Có khả năng tìm thông tin về các khách sạn khác trong công ty của bạn.	<ul style="list-style-type: none"> • Biết những khách sạn khác cùng công ty/tập đoàn. • Biết nơi để tìm thông tin về các khách sạn đó. • Có sẵn các tờ rơi giới thiệu về công ty. • Biết về các mức giá tham khảo. 	Để bạn có thể xúc tiến bán cho các khách sạn khác trong cùng công ty.	
2. Cách đặt buồng	Có khả năng đặt buồng trước tại các khách sạn khác trong cùng công ty của bạn.	<ul style="list-style-type: none"> • Biết cách thực hiện đặt buồng với các khách sạn trong cùng công ty. 	Để bạn có thể cung cấp dịch vụ bổ sung cho khách trong khách sạn.	
3. Các chương trình cho khách hàng trung thành	Có khả năng tìm kiếm và cung cấp thông tin về các chương trình khách hàng trung thành mà khách sạn của bạn đang tham gia.	<ul style="list-style-type: none"> • Biết chính xác khách sạn tham gia chương trình khách hàng trung thành nào của công ty. • Biết nơi tìm các thông tin chi tiết của các chương trình khác nhau. 	Để có thể cung cấp thông tin cho khách.	Các chương trình cho khách hàng trung thành.

CÔNG VIỆC SỐ 2: PHẦN VIỆC SỐ 2.5:

KIẾN THỨC VỀ SẢN PHẨM Hiểu biết về đối thủ cạnh tranh (Kiến thức)

Đối thủ cạnh tranh có thể là một khách sạn ở trong vùng, nhưng cũng có thể là một khách sạn đặt tại quốc gia khác (đặc biệt là các khách sạn cao cấp).

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Tên các khách sạn cạnh tranh	Có khả năng liệt kê danh sách những khách sạn cạnh tranh.	<ul style="list-style-type: none">• Biết được tên và vị trí của ít nhất 3 khách sạn cạnh tranh.	Để bạn biết được khách sạn của mình bị so sánh với những khách sạn nào.	
2. Mô tả những đặc điểm chính của đối thủ cạnh tranh	Biết được đặc điểm chính của những khách sạn cạnh tranh.	<ul style="list-style-type: none">• Có thể nêu được những lợi thế chủ yếu của đối thủ cạnh tranh.• Có thể nêu được những lợi thế của khách sạn của bạn so với đối thủ cạnh tranh.	Để bạn có thể nêu bật lợi thế của khách sạn mình với khách hàng.	
3. Nắm được các mức giá và các dịch vụ trọn gói quan trọng nhất của đối thủ cạnh tranh	Bằng cách đặt buồng qua điện thoại hoặc đăng nhập vào trang web của đối thủ cạnh tranh.	<ul style="list-style-type: none">• Làm quen với bảng giá công bố chủ yếu của 3 khách sạn cạnh tranh.• Ít nhất một tháng một lần xem lướt qua trang web của đối thủ cạnh tranh.	Để bạn biết được những sản phẩm mà đối thủ cạnh tranh đang chào bán. Điều này sẽ giúp bạn xúc tiến bán các sản phẩm của khách sạn mình một cách có hiệu quả hơn.	

3. TIẾP THỊ VÀ BÁN HÀNG ĐỐI VỚI VIỆC ĐẶT GIỮ BUỒNG

Giới thiệu:

Một trong những mục tiêu của nhân viên Bộ phận Đặt giữ buồng là tối đa hoá lợi nhuận cho khách sạn. Điều này bao gồm việc bán buồng với mức giá cao nhất có thể vào ngày cụ thể trong khi vẫn giữ được sự thoả mãn của khách và khách hàng.

Kiến thức chung:

Kiến thức về sản phẩm

PHẦN VIỆC SỐ 3.1:	Các kỹ năng bán hàng (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 3.2:	Các đặc điểm độc đáo của khách sạn (USP) (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 3.3:	Các kỹ năng bán hàng (Thuật ngữ)
PHẦN VIỆC SỐ 3.4:	Thông tin tiếp thị - Phân đoạn thị trường (Thuật ngữ)
PHẦN VIỆC SỐ 3.5:	Thông tin tiếp thị (Thuật ngữ)



CÔNG VIỆC 3: TIẾP THỊ VÀ BÁN HÀNG TẠI BỘ PHẬN ĐẶT BUỒNG



CÁC KỸ NĂNG BÁN HÀNG

1



CÁC ĐẶC ĐIỂM ĐỘC ĐÁO RIÊNG CỦA KHÁCH SẠN

2



THÔNG TIN TIẾP THỊ

3

CÔNG VIỆC SỐ 3: TIẾP THỊ VÀ BÁN HÀNG ĐỐI VỚI VIỆC ĐẶT GIỮ BUỒNG

PHẦN VIỆC SỐ 3.1: Các kỹ năng bán hàng (Kiến thức)

Giới thiệu:

Kỹ năng bán hàng là cơ sở để tạo ra thêm lợi nhuận cho khách sạn.

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Biết về các đặc điểm độc đáo riêng của khách sạn	Thuộc lòng các điểm độc đáo riêng của khách sạn.	<ul style="list-style-type: none"> Biết được ít nhất 5 đặc điểm độc đáo riêng của khách sạn. Biết cách chuyển dịch các đặc điểm này thành lợi ích cho các khách hàng khác nhau. 	<p>Để bạn có thể bán buồng khách sạn cho bất kỳ ai có nhu cầu.</p> <p>Để nêu bật sự khác biệt giữa khách sạn của bạn với các khách sạn khác.</p> <p>Các điểm độc đáo riêng có thể mang lại các lợi ích khác nhau cho các khách hàng khác nhau.</p>	<p>USP = Unique Selling Points = Các điểm độc đáo riêng trong bán hàng.</p> <p>Tham khảo trang 5, Chương 9.3 Giáo trình nghiệp vụ Lễ tân: <i>Các điểm độc đáo riêng trong bán hàng.</i></p>
2. Biết về các điểm độc đáo riêng của mỗi loại buồng khác nhau	Thuộc lòng các điểm độc đáo riêng của tất cả các loại buồng.	<ul style="list-style-type: none"> Biết được ít nhất 1 điểm độc đáo riêng của mỗi loại buồng. Biết cách chuyển dịch các đặc điểm này thành lợi ích cho các khách hàng khác nhau. 	<p>Để bạn có thể bán tốt hơn (hoặc bán các loại buồng với mức giá cao hơn) các loại buồng.</p> <p>Các điểm độc đáo riêng có thể mang lại các lợi ích cho các khách hàng khác nhau.</p>	<p>Một số khách sạn cho nhân viên thỉnh thoảng ở trong các buồng khách để tự trải nghiệm.</p>
3. Các kỹ năng bán hàng	Có thể áp dụng các kỹ năng bán hàng phù hợp trong các tình huống khác nhau.	<ul style="list-style-type: none"> Áp dụng đúng kỹ năng bán hàng trong các tình huống: <ul style="list-style-type: none"> Đưa ra các lựa chọn khác nhau. Bán buồng với giá cao. Bán từ mức giá cao xuống. Bán từ mức giá thấp lên. Bán thêm dịch vụ khác. 	<p>Để có thể cung cấp các thông tin này cho khách.</p>	<p>Trang 5 - 7, Chương 9.3, Giáo trình nghiệp vụ Lễ tân: Các kỹ năng bán hàng hiệu quả.</p>

CÔNG VIỆC SỐ 3: TIẾP THỊ VÀ BÁN HÀNG ĐỐI VỚI VIỆC ĐẶT GIỮ BUỒNG

PHẦN VIỆC SỐ 3.2: Các đặc điểm độc đáo của khách sạn (USP) (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Điểm độc đáo riêng của khách sạn (USP)</p>	<p>Điểm độc đáo riêng là đặc điểm chỉ xuất hiện hoặc tồn tại trong khách sạn của bạn và tạo nên sự khác biệt giữa khách sạn của bạn với các khách sạn khác trong vùng.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Biết được ít nhất 10 điểm độc đáo riêng của khách sạn và các tiện nghi, dịch vụ khác trong khách sạn của bạn. 	<p>Để giúp bạn bán các dịch vụ và tiện nghi của khách sạn như nhà hàng, quầy đồ uống, các loại buồng, các phòng tiệc và hội thảo, các phương tiện giải trí và các dịch vụ kèm theo.</p>	<p>Hiểu biết về sản phẩm, tham khảo Công việc số 2.</p>

CÔNG VIỆC SỐ 3:
PHẦN VIỆC SỐ 3.3:

TIẾP THỊ VÀ BÁN HÀNG ĐỐI VỚI VIỆC ĐẶT GIỮ BUỒNG
Các kỹ năng bán hàng (Thuật ngữ)

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Features Nét đặc trưng	Nét đặc trưng mô tả về một đặc điểm cụ thể của khách sạn, chẳng hạn như các loại buồng và diện tích buồng, trang trí nhà hàng.	<i>Khách sạn của chúng tôi có phục vụ ăn uống tại buồng suốt 24 giờ trong ngày.</i>
Benefit Lợi ích	Lợi ích mô tả sự thuận tiện mà nét đặc trưng mang lại cho một đối tượng khách nhất định (loại khách).	Lợi ích đối với một doanh nhân đi công tác: <i>“Khi về đến khách sạn muộn sau một ngày di chuyển dài, quý khách có thể lựa chọn các món ăn từ thực đơn phong phú phục vụ tại phòng của chúng tôi, vì vậy quý khách có thể thưởng thức bữa ăn tối vào bất kỳ lúc nào”.</i> Lợi ích đối với một gia đình đi du lịch cùng con cái: <i>“Thậm chí vào lúc nửa đêm, chúng tôi có thể giúp quý khách có sữa ấm cho con nhỏ hoặc phục vụ quý khách bữa ăn nhẹ ngay trong khách sạn, vì vậy quý khách có thể chăm sóc con cái của mình như ở nhà”.</i>
Upselling Bán buồng với mức giá cao	Trước hết hãy cố gắng bán dịch vụ buồng hoặc sản phẩm của khách sạn cho khách hàng cũng như khách lưu trú trong khách sạn luôn ở mức giá cao hơn.	Bằng cách nêu bật lên được những lợi ích mà khách sẽ được hưởng, nhằm cố gắng thuyết phục họ đặt buồng hoặc mua sản phẩm với mức giá cao hơn.
Cross selling (= suggestive selling) Giới thiệu và bán các dịch vụ khác	Mô tả các dịch vụ và sản phẩm khác của khách sạn và đề nghị khách đặt mua các dịch vụ và sản phẩm đó.	Đề nghị đặt ăn trước tại nhà hàng/đặt chương trình du lịch ngay khi làm thủ tục nhận buồng.

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Top down selling Chào bán với mức giá giảm dần	Bắt đầu bằng việc cố gắng bán các sản phẩm và dịch vụ khách sạn đắt nhất và dần dần sau đó chào bán các sản phẩm dịch vụ rẻ hơn cho tới khi khách đồng ý mua sản phẩm dịch vụ của khách sạn.	Phương pháp này áp dụng hiệu quả nhất đối với các khách có yêu cầu cao về sự tiện nghi của dịch vụ.
Bottom - up selling Chào bán với mức giá tăng dần	Bắt đầu bằng việc chào bán các sản phẩm và dịch vụ khách sạn có giá thấp nhất với mục đích thuyết phục khách mua các gói sản phẩm và dịch vụ có giá tăng cao hơn một chút.	Áp dụng phù hợp nhất đối với các khách lưu trú tỏ ra thận trọng về giá cả.
Offering alternatives Gợi ý các phương án thay thế	Đưa ra các phương án thay thế phù hợp cho khách khi không đáp ứng được sản phẩm hoặc dịch vụ như yêu cầu. Phương án thay thế có thể là: <ul style="list-style-type: none"> • Phòng ở khác • Ngày khác • Khách sạn khác • v.v.. 	<p>Qua việc đưa ra các phương án mang tính linh hoạt để thay thế, khách lưu trú/khách hàng biết rằng thậm chí trong trường hợp khách sạn không thể đáp ứng được các nhu cầu cụ thể thì tại thời điểm đó khách sạn cũng cố gắng hết sức để tìm ra giải pháp cho khách hàng. Kết quả là khả năng khách lưu trú sẽ quay lại khách sạn sẽ tăng lên.</p> <p>Được biết đến như khái niệm “không bao giờ nói KHÔNG”.</p>
Closing the sale Kết thúc việc chào bán hàng	Dùng câu hỏi “Tôi có thể đặt buồng trước cho ngài được không, thưa ông TÊN NGƯỜI GỌI” để đảm bảo việc đặt buồng của khách.	

CÔNG VIỆC SỐ 3: PHẦN VIỆC SỐ 3.4:

TIẾP THỊ VÀ BÁN HÀNG ĐỐI VỚI VIỆC ĐẶT GIỮ BUỒNG Thông tin tiếp thị - Phân đoạn thị trường (Thuật ngữ)

Giới thiệu:

Chúng ta cần những thông tin này để đặt chỉ tiêu cho các nỗ lực bán hàng và tiếp thị. Các dữ liệu này giúp chúng ta phân tích công việc kinh doanh đã qua và chuẩn bị các dự đoán chi tiết. Mỗi (hoặc chuỗi) khách sạn có các định nghĩa cụ thể cho riêng mình. Dưới đây bạn sẽ tìm hiểu tổng quan về các từ chuyên ngành phổ biến.

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Market segment Phân đoạn thị trường	Việc phân đoạn thị trường nhằm mô tả loại hình kinh doanh, lý do tại sao khách lưu trú lại ở tại khách sạn của bạn.	Nhìn chung có 4 nhóm khách lưu trú chính, mỗi nhóm đó có thể chia thành các tiểu nhóm nhỏ hơn: <ul style="list-style-type: none">• Doanh nhân đơn lẻ.• Nhóm doanh nhân.• Khách đi nghỉ đơn lẻ.• Đoàn khách đi nghỉ.
Individual traveler Khách lẻ	Một khách hoặc một nhóm nhỏ khách tự tổ chức chuyến đi.	Họ có thể có mục đích kinh doanh hoặc nghỉ ngơi.
Nhóm/ theo đoàn	Một đoàn khách lưu trú tại khách sạn trong một số ngày (tương đối) giống nhau, đôi khi đi cùng với nhau, đôi khi mỗi người đến và đi riêng lẻ.	Một nhóm có nghĩa là bất kỳ một lần đặt buồng nào cho hơn 5 buồng hoặc 10 khách (Số chính xác tùy thuộc vào quy mô và loại khách sạn).
Market segment - Business Individual Phân đoạn thị trường - Doanh nhân đơn lẻ	Một khách lưu trú tại khách sạn vì các lý do công việc kinh doanh và không phải là thành viên của một nhóm doanh nhân.	

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Market segment - Business Group Phân đoạn thị trường - Nhóm doanh nhân	Một đoàn khách lưu trú tại khách sạn vì lý do công việc kinh doanh.	Có thể là một nhóm đại biểu tham dự hội nghị, họp hành hoặc đàm phán bên ngoài hoặc ngay tại khách sạn hoặc các hoạt động kinh doanh khác chẳng hạn như một chương trình giới thiệu sản phẩm mới hoặc chương trình khuyến mãi.
Market segment - Leisure Individual Phân đoạn thị trường - Khách nghỉ đơn lẻ	Khách lưu trú tại khách sạn với mục đích đi nghỉ và không phải là thành viên của một đoàn khách đi nghỉ.	
Market segment - Leisure Group Phân đoạn thị trường - Đoàn khách đi nghỉ	Một đoàn khách lưu trú tại khách sạn với mục đích nghỉ ngơi.	
Reservation source Nguồn đặt buồng	Nguồn đặt buồng mô tả việc đặt buồng đã được đặt qua các kênh nào từ đó khuyến khích khách hoặc khách hàng đã đặt buồng tại khách sạn của bạn.	Quảng cáo, Khách lưu trú thường xuyên, Tài liệu giới thiệu khách sạn, Gửi thư, Khuyến mãi qua Internet, Giới thiệu bằng lời nói và nhiều hình thức khác.
Reservation source - Brochure Nguồn đặt buồng - tập gấp (tờ rơi)	Buồng được đặt nhờ tác dụng của tập gấp (của khách sạn).	
Reservation source - Advertisement Nguồn đặt buồng - Quảng cáo	Buồng được đặt nhờ tác dụng của một quảng cáo (chiến dịch quảng cáo).	Có thể là quảng cáo in nhưng cũng có thể là một biểu ngữ hoặc nút liên kết trên Internet.

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Reservation source - Direct Mail Nguồn đặt buồng - Gửi thư trực tiếp	Buồng được đặt do tác dụng của thư gửi trực tiếp (= thư cá nhân hoặc các tài liệu về các chương trình khuyến mãi).	Các hoạt động/chương trình khuyến mãi đặc biệt thường được giới thiệu qua hình thức gửi thư trực tiếp. Điều kiện đặt buồng chỉ được thỏa mãn khi tham khảo tới nội dung thư trực tiếp.
Reservation source - Regular guest Nguồn đặt buồng – Khách thường xuyên	Buồng đặt cho khách lưu trú đã từng tới khách sạn của bạn.	Đôi khi có thể là một khách lưu trú thường xuyên của một khách sạn nằm trong một chuỗi khách sạn.
Channel of reservation Kênh đặt buồng	Kênh đặt buồng cho biết việc đặt buồng đã được đặt với khách sạn như thế nào.	Thông qua Internet, thư điện tử, điện thoại và fax...
Channel of reservation – GDS Kênh đặt buồng – Hệ thống đặt buồng toàn cầu	Hệ thống đặt buồng toàn cầu (GDS) – ban đầu là các đại lý lữ hành đã đặt buồng qua các hãng hàng không và các hãng hàng không thực hiện việc đặt buồng. Các hệ thống đặt buồng trung tâm của khách sạn có thể được liên kết với một hệ thống đặt buồng toàn cầu.	Apollo, Sabre, Amadeus, Galileo.
Channel of reservation – email Kênh đặt buồng – Thư điện tử	Yêu cầu đặt buồng được gửi trực tiếp đến khách sạn thông qua thư điện tử.	
Channel of reservation – telephone Kênh đặt buồng – Điện thoại	Gọi điện thoại trực tiếp đến khách sạn để yêu cầu đặt buồng.	

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Channel of reservation - fax Kênh đặt buồng - fax	Gửi fax trực tiếp đến khách sạn để yêu cầu đặt buồng.	Thường hay sử dụng một mẫu đặt buồng tiêu chuẩn qua fax để làm cho quá trình đặt buồng được thực hiện hiệu quả hơn.
Channel of reservation – letter Kênh đặt buồng – Thư từ	Thư yêu cầu đặt buồng được gửi trực tiếp đến khách sạn thông qua đường bưu điện.	
Channel of reservation – IDS Kênh đặt buồng – Internet	Yêu cầu đặt buồng được gửi đến khách sạn thông qua mạng Internet.	Ví dụ như qua website của khách sạn.
Distribution channel Kênh phân phối đặt buồng	Khách hàng có thể đặt buồng thông qua kênh phân phối đặt buồng của khách sạn.	Xem phần các kênh đặt buồng.
Electronic distribution Phân phối điện tử	Phân phối điện tử (ED) là thuật ngữ để mô tả việc quản lý tất cả các kênh phân phối điện tử. Các kênh phân phối này giúp những người cung cấp dịch vụ khách sạn chào bán các dịch vụ khách sạn của mình trên các kênh có nhu cầu (các Đại lý lữ hành, các nhà Điều hành du lịch, các Nhà bán sỉ dịch vụ du lịch, các Khách lưu trú và Người đặt buồng, v.v..) và giúp cho người đặt buồng có thể đặt thông qua kênh điện tử một cách nhanh chóng và tốn ít chi phí. Các kênh này có thể là các kênh trực tuyến được tiếp cận qua Internet, hoặc kênh điện tử tiếp cận thông qua mạng nội bộ hoặc qua các kết nối giao diện tương tác.	

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Intermediary Người Đặt buồng qua trung gian	Một đơn vị được các khách lưu trú ủy quyền thay mặt cho họ đặt buồng.	Có thể là một đại lý du lịch.
Travel Agent Đại lý lữ hành	Một chuyên gia về du lịch giúp khách hàng của mình thu xếp chuyến đi.	
Travel Wholesaler Hãng lữ hành bán sỉ dịch vụ du lịch	Một đơn vị đặt mua cả một số lượng buồng nhất định của khách sạn và sau đó bán lại cho các đại lý lữ hành.	

CÔNG VIỆC SỐ 3: TIẾP THỊ VÀ BÁN HÀNG ĐỐI VỚI VIỆC ĐẶT GIỮ BUỒNG

PHẦN VIỆC SỐ 3.5: Thông tin tiếp thị (Thuật ngữ)

Giới thiệu:

Bảng dưới đây sẽ mô tả một số chỉ dẫn tiếp thị và bán hàng cơ bản. Nhìn chung các chỉ dẫn này được tính toán dựa trên cơ sở hàng ngày và được tổng hợp tích lũy trên cơ sở hàng tuần, hàng tháng hoặc hàng năm. Các chỉ số này được sử dụng nhằm phân tích các kết quả kinh doanh trong quá khứ và cho tương lai. Một số các chỉ số này cũng được tính toán trên từng phân đoạn thị trường. Ngoài ra, bạn còn có thể tìm thấy khái niệm tổng quát về một số thuật ngữ tiếp thị hay được sử dụng trong ngành khách sạn.

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
ARR = Average Room Rate Giá buồng trung bình	Mức giá buồng bình quân.	
Attrition Giảm số lượng buồng	Sự khác biệt về số lượng buồng đã yêu cầu đặt ban đầu cho đoàn và số buồng thực tế mà đoàn đó đã thuê.	Đặc biệt quan trọng khi đánh giá lượng khách quay trở lại. Thuật ngữ này cũng được gọi là số lượng cụ thể.
Average spend Mức chi tiêu trung bình	Tổng doanh thu từ các khách lưu trú tại khách sạn chia cho tổng số khách.	
Average spend F&B Chi tiêu trung bình cho ăn uống	Tổng doanh thu từ dịch vụ ăn uống từ các khách của khách sạn chia cho tổng số khách.	Chỉ tiêu này cũng thường được xem xét cho phân đoạn thị trường. Một số phân đoạn thị trường có mức chi tiêu bình quân cho ăn uống cao hơn các phân đoạn khác.
Competitive set Tập hợp Nhóm khách sạn cạnh tranh	Một nhóm các khách sạn có các đặc điểm thu hút khách giống nhau đối với những phân đoạn thị trường cụ thể.	

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Complimentary room Buồng miễn phí	<p>Một buồng cấp miễn phí cho khách lưu trú.</p>	<p>Một buồng miễn phí có ảnh hưởng tới mức giá buồng trung bình và số liệu hiệu suất sử dụng buồng. Nhìn chung các buồng miễn phí được cung cấp như một phần bổ sung khi khách hàng mua một gói dịch vụ lớn hơn (ví dụ như, tổ chức hội nghị hoặc đặt tiệc trong khách sạn) hoặc để làm cho khách lưu trú làm quen với khách sạn nhằm mục đích thu hút khách đặt buồng trong tương lai.</p>
Corporate agreement or contract Thoả thuận hoặc hợp đồng hợp tác	<p>Một thoả thuận giữa khách sạn và một công ty cụ thể trong đó đưa ra các điều kiện dành cho việc đặt buồng.</p>	<p>Theo truyền thống thì các thoả thuận này bao gồm mức giá buồng cố định đặc biệt. Nếu khách sạn áp dụng cơ cấu giá hoàn toàn linh hoạt thì hợp đồng sẽ không thể áp dụng giá buồng cố định.</p> <p>Theo truyền thống nếu số đêm buồng càng nhiều thì giá càng giảm. Quan điểm mới về giá buồng phụ thuộc nhiều hơn vào thời điểm Công ty thuê buồng của khách sạn. Giá buồng liên quan tới mức độ thời gian Công ty sử dụng đêm buồng trong các giai đoạn cao điểm của khách sạn.</p>
CTA Đóng cửa Từ chối đặt buồng vào ngày đến	<p>Không nhận đặt buồng vào ngày khách tới.</p> <p>Trong ngày này khách sạn không chấp nhận bất cứ yêu cầu đặt buồng nào đối với các khách bắt đầu tới lưu trú đúng từ ngày đó.</p> <p>Những đặt buồng mà khách ở qua ngày đó (tức là khách đến lưu trú tại khách sạn trước ngày từ chối nhận) thì vẫn được chấp nhận.</p>	<p>Kỹ năng này được sử dụng để cân bằng giữa những ngày cao điểm và ngày thấp điểm của các giai đoạn khác nhau.</p>

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Displaced revenue Thu nhập bị thất thoát	Nguồn thu của khách sạn sẽ bị mất đi nếu chấp nhận một yêu cầu đặt buồng. Bạn có thể không thể chấp nhận một yêu cầu đặt buồng do có các đoàn khách đặt buồng.	Hãy đưa tất cả các nguồn lợi của khách sạn ra xem xét (bao gồm cả lợi nhuận từ dịch vụ ăn uống và các dịch vụ khác). Việc này luôn phải được xem xét khi thực hiện đánh giá kết quả kinh doanh.
Double occupancy Hiệu suất sử dụng buồng đôi	Tổng số khách chia cho tổng số buồng đã bán.	Nói chung là công suất sử dụng buồng đôi của các khách sạn thương mại sẽ cao hơn đối với khách sạn du lịch.
House use Sử dụng nội bộ	Buồng do nhân viên khách sạn sử dụng.	Điều này không làm ảnh hưởng tới công suất buồng và giá buồng bình quân. Ví dụ như buồng do quản lý khách sạn sử dụng để làm việc.
Lead time Thời gian chờ	Số ngày (hoặc tháng) giữa thời điểm khách đặt buồng và thời điểm khách đến khách sạn.	Nhìn chung thời gian chờ đối với phân đoạn thị trường khách thương gia ngắn hơn so với khách du lịch.
LOS = Length of stay Độ dài thời gian lưu trú	Độ dài thời gian lưu trú. Khoảng thời gian của một khách lưu trú tại khách sạn của bạn tính theo số đêm lưu trú. $\frac{\text{Số đêm buồng đã bán}}{\text{Số buồng đã bán}}$	
Market share Thị phần	Khả năng kinh doanh của khách sạn (công suất buồng hoặc doanh thu) so với với các khách sạn khác cùng nằm trong nhóm khách sạn cạnh tranh đã được định trước.	Cũng được gọi là “fair share” (thị phần).
MLS = Minimum Length of Stay Thời gian lưu trú tối thiểu	Độ dài thời gian lưu trú tối thiểu. Những người đặt buồng tới khách sạn đúng vào ngày này phải lưu trú tại khách sạn ít nhất là XX đêm.	

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Occupancy Công suất sử dụng buồng	Tỷ lệ giữa số buồng khách sạn đã cho thuê được so với số buồng sẵn sàng có thể cho thuê của khách sạn. $\frac{\text{Số buồng đã cho thuê được} \times 100\%}{\text{Số buồng có sẵn để cho thuê}}$	
OOO = Out Of Order Buồng hỏng không sử dụng được	Một buồng không thể cho khách thuê vì các lý do kỹ thuật hoặc các vấn đề về dọn buồng.	
OOI = Out Of Inventory Buồng đang sửa chữa	Một hỏng hóc nghiêm trọng hoặc tân trang lại khiến cho buồng đó rơi vào tình trạng không thể cho thuê được; buồng đó được đưa vào buồng cần kiểm tra để sửa chữa. Điều này có thể kéo dài trong vài tuần hoặc lâu hơn.	Buồng đang sửa chữa ảnh hưởng tới phần trăm công suất buồng.
OOS Out of Service Buồng không bán được	Một buồng không thể cho khách thuê vì đã được để dành lại vì các lý do khác nhau như có khách VIP đến, kiểm tra buồng, quay phim, v.v	Đưa một buồng vào diện không được bán không ảnh hưởng đến công suất sử dụng buồng.
Overbooking Đặt buồng quá mức	Tình huống khách sạn nhận đặt số buồng nhiều hơn số buồng khách sạn có.	Cũng được gọi là bán quá mức.

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
PevPAR Doanh thu trên mỗi buồng trống	Doanh thu tính trên số buồng có thể cho thuê.	
RevPOR = Revenue per Occupied Room Doanh thu trên mỗi buồng có khách	Doanh thu tính trên số buồng có khách.	
Yield management Quản lý sản lượng	Tỷ lệ kiểm soát buồng và hạn chế công suất sử dụng buồng nhằm tối đa hóa lợi nhuận.	

4. TÍNH GIÁ VÀ KÊNH PHÂN PHỐI ĐIỆN TỬ

Giới thiệu:

Kiến thức chung:

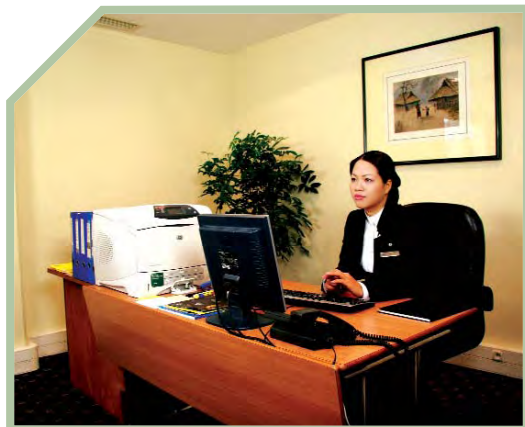
Kiến thức về sản phẩm.

Tiếp thị và bán hàng trong Đặt buồng.

PHẦN VIỆC SỐ 4.1:	Tính giá (Thuật ngữ)
PHẦN VIỆC SỐ 4.2:	Các loại giá buồng – Truyền thống (Thuật ngữ)
PHẦN VIỆC SỐ 4.3:	Định giá linh hoạt (Thuật ngữ)
PHẦN VIỆC SỐ 4.4:	Các bước tiến tới thực hiện việc định giá linh hoạt (Thuật ngữ)
PHẦN VIỆC SỐ 4.5:	Phân phối điện tử (Thuật ngữ)



CÔNG VIỆC 4: TÍNH GIÁ VÀ PHÂN PHỐI ĐIỆN TỬ



TÍNH GIÁ

1



CÁC LOẠI GIÁ BUỒNG – TRUYỀN THÔNG

2



ĐỊNH GIÁ LINH HOẠT

3



CÁC BƯỚC TIẾN TỚI THỰC HIỆN VIỆC ĐỊNH GIÁ LINH HOẠT

4

CÔNG VIỆC SỐ 4: PHẦN VIỆC SỐ 4.1:

TÍNH GIÁ VÀ KÊNH PHÂN PHỐI ĐIỆN TỬ Tính giá (Thuật ngữ)

Giới thiệu:

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Black out date Ngày không nhận đặt buồng	Có thể là một ngày mà khách sạn không thể nhận đặt buồng ngay cả với mức giá đã thỏa thuận.	
Commissionable rate Giá buồng có trích hoa hồng	Giá buồng trong đó khách sạn phải trích một phần hoa hồng để trả cho các công ty hoặc đại lý du lịch được chấp thuận từ trước.	
Day rate Giá thuê buồng trong ngày	Một mức giá buồng được giảm đối với các buồng không thuê qua đêm.	
Negotiated rate Giá đàm phán	Một mức giá buồng đặc biệt được chào cho một khách hàng cụ thể trong một giai đoạn cụ thể nào đó.	
Pricing structure Cơ cấu tính giá	Một tập hợp giá các buồng có liên quan đến nhau trong khách sạn.	Thuật ngữ này cũng gọi là cấu trúc giá.
Rate Giá buồng	Số tiền do khách sạn quy định phải trả cho việc sử dụng các buồng của họ, thường tính theo đơn vị đêm nghỉ, các khu nghỉ dưỡng có thể tính giá theo tuần.	

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
<p>Rate cutting Giảm mức giá thuê buồng</p>	<p>Giảm giá để thu hút những người thường đặt buồng tại các khách sạn đối thủ cạnh tranh (nhằm tạo ra các khách hàng mới hoặc thu hút một thị trường mới).</p>	<p>Sau khi việc giảm giá bắt đầu được thực hiện tại một khu vực/thành phố nhất định nào đó nó có thể gây ra hiện tượng số lượng buồng cho thuê với mức giá thấp ngày một tăng lên. Giảm giá thường được áp dụng trong những khoảng thời gian khách sạn dư thừa nhiều buồng.</p>
<p>Rate type Loại giá thuê buồng</p>	<p>Mức giá duy nhất cho một loại buồng cụ thể.</p>	<p>Giá buồng có thể khác nhau tùy thuộc vào:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vị trí. - Cảnh quan. - Tiện nghi. - Kích thước buồng. - Loại giường.

CÔNG VIỆC SỐ 4:
PHẦN VIỆC SỐ 4.2:

TÍNH GIÁ VÀ KÊNH PHÂN PHỐI ĐIỆN TỬ
Các loại giá buồng – Truyền thống (Thuật ngữ)

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Aircrew Giá dành cho phi hành đoàn	Mức giá dành cho phi hành đoàn theo lịch lưu trú thường xuyên tại khách sạn.	
Conference/ convention rate Giá dành cho khách hội nghị/ hội thảo	Các mức giá đặc biệt tính trong thời gian có các hội nghị toàn quốc hoặc hội thảo diễn ra hoặc các sự kiện của thành phố.	
Consortia rate Giá dành cho các hãng lữ hành lớn	Mức giá áp dụng cho các tập đoàn lớn (= những đại lý du lịch lớn như American Express, Thomas Cook).	
Contract rate Giá hợp đồng	Mức giá áp dụng cho các công ty thường xuyên thuê một số lượng đêm buồng nhất định của khách sạn cho nên họ được hưởng một mức giá buồng đặc biệt.	
Corporate rate Giá thuê buồng dành cho công ty	Mức giá buồng chào cho các doanh nhân lưu trú trong khách sạn, thường là từ các công ty lớn.	
Family rate Giá thuê buồng dành cho gia đình	Mức giá buồng được chào để thu hút khách lưu trú là các gia đình có trẻ em đi cùng.	

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Group rate Giá thuê buồng dành cho khách đoàn	Mức giá buồng được chào cho các nhóm người có cùng một mục đích tới nghỉ tại khách sạn.	Bộ phận bán hàng hoặc đặt buồng thường đàm phán mức giá này với một đại lý du lịch hoặc với một tổ chức chuyên nghiệp nào đó.
Package rate Thuê buồng với giá trọn gói	Mức giá thuê buồng trọn gói bao gồm hàng hóa và/hoặc dịch vụ đã tính gộp trong giá buồng.	Các mức giá buồng được tính “ẩn” trong giá trọn gói.
Rack rate Giá niêm yết	Mức giá buồng công bố chính thức của một khách sạn. Mức giá áp dụng cho một khách lưu trú không thuộc vào một loại đặc biệt nào.	Các mức giá này thường có trong bảng giá buồng của khách sạn ở trong quyển thông tin giới thiệu cho khách.
Tour rates Giá thuê buồng dành cho đại lý du lịch	Các mức giá buồng chào cho các đoàn khách du lịch thường xuyên lưu trú tại khách sạn.	Các mức giá này không bao giờ được tiết lộ cho khách lưu trú biết.

CÔNG VIỆC SỐ 4:
PHẦN VIỆC SỐ 4.3:

TÍNH GIÁ VÀ KÊNH PHÂN PHỐI ĐIỆN TỬ
Định giá linh hoạt (Thuật ngữ)

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Advanced purchased rate Mức giá bán trước	Các mức giá được áp dụng chỉ khi đặt buồng trước cho một khoảng thời gian tối thiểu nào đó, việc thay đổi hoặc hủy bỏ đặt buồng thường sẽ phải chịu trả cho khách sạn một khoản phí nhất định.	
BAR = Best Available rate Giá tốt nhất sẵn có	BAR (Best Available Rate) là mức giá tốt nhất mà khách nào cũng có thể được áp dụng, vào thời điểm đặt buồng, trên bất kỳ một kênh phân phối nào, đối với một loại buồng cụ thể và một ngày cụ thể.	
<i>Booking fences</i> Điều kiện đặt buồng	Điều kiện đặt buồng là một điều kiện đặc biệt để được hưởng một mức giá nhất định. Điều đó nhằm đảm bảo các mức giá xác định sẽ được áp dụng riêng cho phân đoạn thị trường mà khách sạn đang hướng tới.	Ví dụ của điều kiện đặt buồng: <ul style="list-style-type: none"> - Số đêm lưu trú tối thiểu. - Bao gồm cả đêm thứ bảy. - Buồng phải đặt trước 3 tháng. - Không thể thay đổi ngày lưu trú. - Chỉ áp dụng khi đặt buồng cho 2 người. - Bao gồm ăn tối.
Demand based pricing Định giá dựa trên nhu cầu	Xem phần định giá linh hoạt.	
Dynamic pricing Định giá linh hoạt	Giá buồng dựa trên cơ sở dự đoán các nhu cầu của thị trường tại một ngày cụ thể. Các mức giá lên xuống cùng với các thay đổi của nhu cầu.	Còn được gọi là định giá dựa trên nhu cầu.

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Guaranteed reservation Đặt buồng có đảm bảo	Một đặt buồng theo đó người đặt đảm bảo thanh toán cho đêm lưu trú đầu tiên (hoặc đôi khi thanh toán toàn bộ số ngày đêm lưu trú).	Có thể thanh toán bằng thẻ tín dụng, đặt cọc hoặc do một công ty chấp thuận trước việc thanh toán.
Hurdle rate Giá khung	Chức năng mở và đóng các mức giá cho thuê buồng trong bất kỳ một hệ thống (giao diện) đặt buồng nào. Điều này giúp xác định doanh thu tối đa có thể đạt được khi buồng cuối cùng còn lại được cho thuê.	
Non refundable rates Giá thuê buồng không được hoàn trả	Việc đặt buồng theo mức giá này không thể hủy bỏ hoặc thay đổi mà không bị tính chi phí (nhìn chung là chi phí bằng toàn bộ mức giá thuê buồng).	
Price Fences Điều kiện về giá	Các hạn chế được áp dụng để đảm bảo một số mức giá nhất định phải có điều kiện đi kèm. Điều kiện về giá được áp dụng để tránh áp dụng mức giá giảm khi nhận được yêu cầu đặt buồng từ các phân đoạn không đáp ứng tiêu chuẩn được áp dụng mức giá này.	Ví dụ: <ul style="list-style-type: none"> - Chỉ có một số buồng hạn chế có thể cho thuê theo mức giá này. - Khoảng thời gian chờ khách đến (lead-time). - Thời gian đến (chỉ có hiệu lực vào các ngày thứ sáu). - Các mức giá đặt trước không hoàn trả. - Khả năng thay đổi lịch đặt buồng. - Thời gian lưu trú (tối thiểu 2 đêm). - Các yêu cầu đặt buồng thực hiện qua các kênh phân phối có kèm theo giá trị gia tăng. - Số lượng đặt buồng. - Sử dụng các dịch vụ khác.
Rate dilution Giá buồng bị giảm	Nếu các mức giá không được áp dụng bởi hàng rào về chính sách giá một cách phù hợp thì có thể một số phân đoạn thị trường khách hàng phi mục tiêu sẽ đặt được buồng ở một số mức giá khuyến mãi nhất định nào đó (ví dụ như phân đoạn thị trường khách hàng doanh nhân), từ đó không tối đa hóa được doanh số buồng.	

CÔNG VIỆC SỐ 4: PHẦN VIỆC SỐ 4.4:

TÍNH GIÁ VÀ KÊNH PHÂN PHỐI ĐIỆN TỬ Các bước tiến tới thực hiện việc định giá linh hoạt (Thuật ngữ)

Giới thiệu:

Nói chung, việc định giá linh hoạt không thực hiện được trong một bước. Đa số các khách sạn thực hiện định giá linh hoạt dần dần theo từng bước nhằm đảm bảo cho cả nhân viên khách sạn, khách lưu trú và khách hàng tự điều chỉnh theo cách tiếp cận mới tới việc định giá.

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Fixed rate Giá cố định	Tất cả mức giá là cố định và không linh hoạt.	Giá áp dụng quanh năm giống nhau.
Seasonal rates Giá theo mùa	Mức giá lên xuống theo mùa	Khách sạn có giá thuê cao và giá thuê thấp theo mùa (đôi khi cũng gọi là giá giao mùa).
Fenced promotional rates Giá khuyến mãi có điều kiện	Các mức giá khuyến mãi và trọn gói đặc biệt có sẵn trên thị trường nhưng được “bảo vệ” thông qua các điều kiện nhất định.	Tham khảo phần điều kiện đặt buồng.
Flexible consortia rates Giá linh hoạt các hãng lữ hành lớn	Các mức giá cho yêu cầu đặt buồng của các tập đoàn cũng áp dụng linh hoạt, dựa trên nhu cầu.	
Flexible corporate contract rates Giá hợp tác linh hoạt dành cho công ty	Giá thuê buồng theo hợp đồng là linh hoạt.	
All rates flexible Tất cả các giá linh hoạt	Tất cả các mức giá tùy thuộc vào nhu cầu trên thị trường.	

CÔNG VIỆC SỐ 4: KIẾN THỨC VỀ TÍNH GIÁ VÀ KÊNH PHÂN PHỐI ĐIỆN TỬ

PHẦN VIỆC SỐ 4.5: Phân phối điện tử (Thuật ngữ)

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Distribution channel Kênh phân phối đặt buồng	Xem phần việc 3.4.	
Electronic distribution Phân phối điện tử	Xem phần việc 3.4.	
Intermediary Đặt buồng qua trung gian	Xem phần việc 3.4.	
GDS Hệ thống đặt buồng toàn cầu	GDS (Global Distribution System) là thuật ngữ dùng để mô tả Hệ thống đặt buồng toàn cầu. Bốn hệ thống chính được sử dụng để đặt dịch vụ vé máy bay, khách sạn, thuê xe ô tô và tàu thủy trên toàn thế giới. Thông qua các hệ thống này, các đại lý du lịch và người đặt chỗ có thể tiếp cận tới hàng ngàn hãng hàng không, khách sạn, công ty cho thuê xe và thực hiện việc đặt chỗ ngay đối với các dịch vụ như lưu trú tại khách sạn.	Yêu cầu đặt dịch vụ thông thường được tải trực tiếp trên mạng xuống hệ thống phần mềm quản lý của khách sạn. <ul style="list-style-type: none"> - Amadeus. - Galileo/Apollo. - Sabre. - Worldspan.

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
CRS Hệ thống đặt giữ buồng trung tâm	Hệ thống đặt giữ chỗ trung tâm. Yêu cầu đặt buồng được gửi tới khách sạn thông qua văn phòng đặt buồng trung tâm.	Yêu cầu đặt buồng thông thường được tải trực tiếp trên mạng xuống hệ thống phần mềm quản lý của khách sạn.
Internet Đặt buồng qua mạng Internet	Yêu cầu đặt buồng được thực hiện thông qua một trang đặt buồng đặc biệt trên mạng Internet.	Có thể là trang web của chính khách sạn. Có thể là người bán sỉ trực tuyến.
Opaque third party Đặt buồng qua trang Website của bên thứ ba chưa rõ	Trên các trang mạng trực tuyến này khách hàng có thể đưa ra một số tiền họ sẵn sàng trả cho một buồng nghỉ tại một ngày đến lưu trú cụ thể nào đó, sau đó thì người điều hành trang web của một bên thứ ba sẽ ghép nối yêu cầu đó với các khách sạn có phòng cho thuê với mức giá đó.	Khách hàng không biết trước được là họ sẽ đặt buồng ở khách sạn nào. Còn được gọi là các trang đấu giá. ví dụ www.priceline.com , www.hotwire.com
Merchant model Hình thức đại lý	Khách sạn cam kết dành một số lượng buồng nhất định hoặc áp dụng các mức giá nhất định nào đó cho trang web của một bên thứ ba. Trang web bên thứ ba này sẽ quảng bá dịch vụ của họ và mời các khách hàng đặt buồng thông qua trang web của mình.	Như các trang: www.travelocity.com , www.expedia.com
Channel management Quản lý kênh	Đi trước trong việc thực hiện công tác quản lý tất cả các kênh phân phối để đảm bảo tiếp cận thị trường tới mức tối đa với chi phí tối thiểu. <ul style="list-style-type: none"> - Giữ đơn giản. - Đảm bảo nó dễ dàng để quản lý. - Đảm bảo bình đẳng đối với giá/kênh phân phối. - Kiểm soát việc phân bổ các chi phí. - Đánh giá nỗ lực tiếp thị của các đối tác. 	

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
IDS Hệ thống phân phối qua mạng Internet	<p>IDS (Internet Distribution Systems) là Các hệ thống phân phối qua mạng Internet. Các hệ thống này là các trang web trên mạng cung cấp chức năng đặt buồng khách sạn điện tử trực tuyến. Hầu hết các trang web này cho phép các khách hàng cá nhân lên mạng và thực hiện việc đặt buồng, sau đó Hệ thống Đặt buồng Trung tâm của Khách sạn sẽ gửi cho khách hàng một phản hồi ngay lập tức với số xác nhận việc đặt buồng.</p> <p>Các trang web này kết nối với khách sạn theo một trong 3 cách sau đây:</p> <ul style="list-style-type: none">- Kết nối trực tiếp với một Hệ thống đặt buồng Trung tâm riêng biệt của Khách sạn.- Kết nối với một công ty kết nối dịch vụ, hệ thống này lại liên hệ với nhiều hệ thống đặt buồng khách sạn.- Kết nối với một Hệ thống đặt buồng toàn cầu, hệ thống này lại kết nối với một hệ thống đặt buồng khách sạn.	

5. CÁC KỸ NĂNG ĐIỆN THOẠI

Giới thiệu:

Kỹ năng về điện thoại là một trong các kỹ năng cơ bản mà một nhân viên Bộ phận Đặt giữ buồng phải thông thạo. Mặc dù ngày càng có nhiều việc đặt giữ buồng khách sạn được thực hiện bởi văn phòng đặt buồng trung tâm hoặc khách sạn nhận được thông qua internet hoặc hệ thống đặt buồng toàn cầu, điện thoại vẫn là một công cụ quan trọng trong việc tiếp nhận đặt giữ buồng và chuyển các yêu cầu thành đặt buồng. Đặc biệt, các đặt buồng cho đoàn thường được thực hiện qua điện thoại.

Kiến thức chung:

Kiến thức về sản phẩm.

Tiếp thị và Bán hàng trong Bộ phận Đặt giữ buồng.

PHẦN VIỆC SỐ 5.1:	Chuẩn bị
PHẦN VIỆC SỐ 5.2:	Trả lời điện thoại
PHẦN VIỆC SỐ 5.3:	Cách chào khách theo tiêu chuẩn của khách sạn (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 5.4:	Bảng ngữ âm chữ cái quốc tế (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 5.5:	Chuyển cuộc gọi đến bộ phận khác
PHẦN VIỆC SỐ 5.6:	Các số điện thoại nội bộ (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 5.7:	Công việc và nhiệm vụ của các bộ phận trong khách sạn (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 5.8:	Chuyển cuộc gọi đến buồng khách
PHẦN VIỆC SỐ 5.9:	Hệ thống quản lý khách sạn – PMS (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 5.10:	Chuyển cuộc gọi sang chế độ chờ
PHẦN VIỆC SỐ 5.11:	Thực hiện cuộc gọi



CÔNG VIỆC 5: KỸ NĂNG ĐIỆN THOẠI



CHUẨN BỊ

1



TRẢ LỜI ĐIỆN THOẠI

2



CÁCH CHÀO KHÁCH THEO TIÊU CHUẨN CỦA KHÁCH SẠN

3



BẢNG CHỮ CÁI NGỮ ÂM QUỐC TẾ

4



CHUYỂN CUỘC GỌI SANG BỘ PHẬN KHÁC

5



CÔNG VIỆC 5: KỸ NĂNG ĐIỆN THOẠI



CÁC SỐ ĐIỆN THOẠI NỘI BỘ

6



CÔNG VIỆC VÀ NHIỆM VỤ CỦA CÁC BỘ PHẬN TRONG KHÁCH SẠN

7



CHUYỂN CUỘC GỌI ĐẾN BUỒNG KHÁCH

8



KIẾN THỨC SỬ DỤNG HỆ THỐNG QUẢN LÝ KHÁCH SẠN

9



CHUYỂN CUỘC GỌI SANG CHẾ ĐỘ CHỜ

10

CÔNG VIỆC SỐ 5:
PHẦN VIỆC SỐ 5.1:

CÁC KỸ NĂNG ĐIỆN THOẠI
Chuẩn bị

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Tìm hiểu về điện thoại	Tham dự các khoá đào tạo về điện thoại hoặc đọc sách hướng dẫn sử dụng điện thoại.	<ul style="list-style-type: none"> • Biết các chức năng sau: <ul style="list-style-type: none"> - Trả lời điện thoại. - Chuyển cuộc gọi. - Đặt cuộc gọi ở chế độ chờ. - Trả lời nhiều cuộc gọi cùng lúc. - Thực hiện cuộc gọi đường dài và quốc tế. 	Để có khả năng sử dụng điện thoại một cách chuyên nghiệp và hiệu quả.	Biết về hướng dẫn sử dụng điện thoại.
2. Kiểm tra khu vực làm việc	Kiểm tra khu vực làm việc xem có đáp ứng tiêu chuẩn không.	<ul style="list-style-type: none"> • Điện thoại hoạt động tốt. • Tai nghe hoạt động tốt. • Điện thoại sạch sẽ. • Có ít nhất 2 bút và đủ số lượng giấy cần thiết. • Các mẫu in sẵn. 	Để sử dụng điện thoại một cách chuyên nghiệp và hiệu quả.	

CÔNG VIỆC SỐ 5: CÁC KỸ NĂNG ĐIỆN THOẠI
PHẦN VIỆC SỐ 5.2: Trả lời điện thoại

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Chuẩn bị trả lời điện thoại	Có đầy đủ mọi thứ để nhận cuộc gọi.	<ul style="list-style-type: none"> Có bút và giấy. Không có tiếng ồn xung quanh. 	<p>Để bạn có thể ghi lại nếu cần thiết.</p> <p>Sẽ là không chuyên nghiệp nếu có tiếng ồn xung quanh.</p> <p>Làm cho bạn khó tập trung hơn vào đàm thoại.</p>	
2. Mỉm cười	Mỉm cười khi nhắc điện thoại.	<ul style="list-style-type: none"> Nở nụ cười. 	<p>Mặc dù người gọi không nhìn thấy bạn, nhưng họ có thể nghe thấy tiếng cười qua giọng nói.</p> <p>Điều đó cho thấy rằng bạn rất vui khi nhận cuộc gọi.</p>	
3. Trả lời điện thoại	Nhắc điện thoại hoặc nhấn nút trên tai nghe.	Trả lời điện thoại trong vòng 3 hồi chuông.	<p>Việc này theo tiêu chuẩn quốc tế.</p> <p>Nếu không khách phải chờ quá lâu.</p>	Biết chính xác cách sử dụng điện thoại - xem sách hướng dẫn sử dụng điện thoại.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
4. Chào một cách thân thiện	Hãy nói: "Xin chào, ...".	<ul style="list-style-type: none"> Mỉm cười khi nói lời chào. Tuân theo quy định của khách sạn. 	<p>Để cho người gọi có thời gian quen với giọng nói của bạn trước khi bắt đầu đàm thoại.</p> <p>Để chắc chắn rằng có một sự thống nhất trong cách trả lời điện thoại.</p>	Biết về tiêu chuẩn và quy định của khách sạn về trả lời điện thoại.
5. Tự giới thiệu mình (trường hợp trả lời điện thoại trực tiếp)	Tự giới thiệu về khách sạn và bản thân mình: "Xin chào, đây là Bộ phận Đặt giữ buồng của khách sạn Palace, tôi là Phương xin nghe. Tôi có thể giúp Quý khách được gì?".	<ul style="list-style-type: none"> Nêu tên của khách sạn, tên Bộ phận và tên của chính mình. Tuân thủ quy định của khách sạn. 	<p>Để người gọi biết được họ đang nói chuyện với khách sạn nào và với ai.</p> <p>Đặc biệt khi trong đặt buồng, có nhiều khách gọi lại khách sạn nên rất tốt nếu như họ biết được họ đang nói chuyện với ai.</p> <p>Để đảm bảo tính thống nhất trong cách trả lời điện thoại.</p>	Biết về tiêu chuẩn và quy định của khách sạn.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
6. Tự giới thiệu mình (trường hợp trả lời điện thoại được chuyển tới)	Tự giới thiệu Bộ phận và tên của mình: <i>“Xin chào, tôi là Phương thuộc Bộ phận Đặt giữ buồng đang nghe. Tôi có thể giúp Quý ngài được gì không?”</i>	<ul style="list-style-type: none"> Nêu tên bạn và tên bộ phận của bạn. Tuân theo quy định của khách sạn. 	<p>Người gọi sẽ biết họ đang nói chuyện với bộ phận nào và với ai. Đặc biệt là trong đặt buồng, có nhiều khách gọi điện lại đến khách sạn nên sẽ rất tốt nếu họ biết họ đang nói chuyện với ai.</p> <p>Để đảm bảo tính thống nhất trong trả lời điện thoại.</p>	Biết quy định của khách sạn.
7. Nói rõ ràng	Đặt ống nói hoặc đầu thu âm chính xác trước miệng của bạn. Tốc độ nói vừa phải.	<ul style="list-style-type: none"> Nói chậm hơn khi nói chuyện trực tiếp. 	Để chắc chắn rằng người gọi nghe và hiểu rõ bạn nói.	Chương 3.3, trang 13 Giáo trình nghiệp vụ Lễ tân: Bảng ngữ âm chữ cái quốc tế.
8. Không dùng tiếng lóng	Không dùng các thuật ngữ chuyên ngành khách sạn.	<ul style="list-style-type: none"> Chỉ sử dụng các câu, từ không phải thuật ngữ chuyên ngành khách sạn và “thông dụng”. 	Đảm bảo rằng người gọi hiểu những gì bạn đang nói đến.	
9. Lắng nghe một cách cẩn thận	Không ngắt lời người gọi.	<ul style="list-style-type: none"> Người gọi có thể kết thúc câu nói của họ. Ghi lại điều cần chú ý. Nhắc lại/làm rõ lời nhắn. 	<p>Bởi vì sẽ không lịch sự nếu ngắt lời ai đó.</p> <p>Đảm bảo rằng bạn không quên điều mà người gọi đề cập.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
10. Tiếp tục trả lời điện thoại	Giải thích rõ ràng, nhưng ngắn gọn về cách bạn sẽ làm theo yêu cầu của người gọi.	<ul style="list-style-type: none"> Người gọi phải được biết việc bạn sắp làm. 	Đảm bảo rằng người gọi hiểu rõ việc bạn sắp làm.	Xem phần Nhận đặt buồng cho khách lẻ và khách đoàn.
11. Kết thúc cuộc gọi	Chúc người gọi một ngày tốt lành hoặc cảm ơn người gọi đã gọi đến khách sạn bằng câu: <i>“Chúc ông (TÊN NGƯỜI GỌI) một ngày tốt lành. Cảm ơn đã gọi đến khách sạn (TÊN KHÁCH SẠN), thưa ông (TÊN NGƯỜI GỌI).”</i>	<ul style="list-style-type: none"> Tuân theo phong cách của khách sạn. Sử dụng tên của người gọi. 	Để đạt được tính chuyên nghiệp của sự mến khách Khách thấy mình được quan tâm.	
12. Gác máy	Đặt ống nghe xuống hoặc nhấn nút tắt trên tai nghe.	<ul style="list-style-type: none"> Ngắt kết nối sau khi người gọi đã cúp máy. 	Đây là việc làm lịch sự, cho thấy bạn không vội kết thúc cuộc đàm thoại.	

CÔNG VIỆC SỐ 5: PHẦN VIỆC SỐ 5.3:

CÁC KỸ NĂNG ĐIỆN THOẠI

Cách chào khách theo tiêu chuẩn của khách sạn (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Quy định về trả lời điện thoại</p>	<p>Hầu hết các khách sạn, đặc biệt là các tập đoàn khách sạn quốc tế - đều đã tiêu chuẩn hoá cách trả lời điện thoại trong khách sạn. Đặc biệt những quy định này được áp dụng khi chào hỏi và khi kết thúc cuộc điện thoại.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Biết chính xác các tiêu chuẩn của khách sạn. • Sử dụng tiêu chuẩn của khách sạn đối với tất cả các cuộc gọi của bạn. 	<p>Để cho khách dễ dàng nhận biết được chuỗi khách sạn.</p> <p>Đảm bảo rằng tất cả nhân viên đều trả lời điện thoại theo cùng một cách.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 5:
PHẦN VIỆC SỐ 5.4:

CÁC KỸ NĂNG ĐIỆN THOẠI
Bảng ngữ âm chữ cái quốc tế (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Bảng ngữ âm chữ cái quốc tế	Bảng ngữ âm chữ cái là một hệ thống được công nhận toàn cầu, được sử dụng rộng rãi trong các liên lạc quốc tế.	<ul style="list-style-type: none">• Học thuộc lòng bảng ngữ âm chữ cái.• Có thể sử dụng khi đánh vần tên.	Đây là cách đã được tiêu chuẩn hoá để đánh vần tên, nên được sử dụng để tránh sai lỗi chính tả.	<p>Ngoài ra còn có bảng ngữ âm chữ cái cho từng quốc gia cụ thể - bảng ngữ âm chữ cái của nước Anh và Pháp, đôi khi cũng được khách hàng dùng để đặt buồng.</p> <p>Trang 13 chương 3.3, Giáo trình Nghiệp vụ Lễ tân: Bảng Ngữ âm chữ cái quốc tế.</p>

CÔNG VIỆC SỐ 5: CÁC KỸ NĂNG ĐIỆN THOẠI

PHẦN VIỆC SỐ 5.5: Chuyển cuộc gọi đến bộ phận khác

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Thông báo cho người gọi biết về việc chuyển cuộc gọi	Hãy nói: <i>"Tôi sẽ chuyển cuộc gọi của Quý khách đến ..., thưa ông (TÊN NGƯỜI GỌI).</i>	<ul style="list-style-type: none"> Thông báo cho người gọi biết về việc làm của mình. Hãy gọi tên người gọi. 	<p>Đảm bảo rằng người gọi biết rõ về việc làm mà bạn sắp thực hiện.</p> <p>Tạo cho khách cảm giác được quan tâm.</p>	
2. Gọi đến số máy lẻ	Quay đúng số máy lẻ của đúng bộ phận cần gọi.	<ul style="list-style-type: none"> Tất cả các cuộc gọi phải được xử lý tối đa là một lần chuyển cuộc gọi. 	<p>Đảm bảo rằng người gọi được nối ngay đến đúng người của đúng bộ phận cần gọi.</p>	<p>Biết được các số máy lẻ của khách sạn.</p> <p>Biết được công việc và chức năng của các bộ phận khác nhau.</p> <p>Trang 4, Chương 1.1, Giáo trình nghiệp vụ Lễ tân: Vai trò và trách nhiệm của các Bộ phận.</p>
3. Thông báo cho bộ phận được gọi	Hãy nói: <i>"Tôi đang nói chuyện với ông (TÊN NGƯỜI GỌI) qua điện thoại, ông ta có câu hỏi liên quan đến..., tôi có thể chuyển máy được không?"</i>	<ul style="list-style-type: none"> Nêu tên người gọi đến. Nêu lý do của cuộc gọi. Kiểm tra lại xem bạn có thể chuyển được cuộc gọi không. 	<p>Để bộ phận nhận cuộc gọi có thể cá nhân hóa cuộc gọi.</p> <p>Để thông báo cho bộ phận đó biết bản chất của cuộc gọi.</p> <p>Không để người gọi phải nhắc lại yêu cầu của họ.</p> <p>Thể hiện tính chuyên nghiệp.</p> <p>Chỉ chuyển cuộc gọi khi bộ phận nhận cuộc gọi có thể giải quyết vấn đề của người gọi.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
4. Kết nối đến điện thoại liên quan	Ngắt đường kết nối hiện tại của bạn và thao tác kết nối tới điện thoại liên quan theo các hướng dẫn sử dụng điện thoại.		Đảm bảo rằng đường kết nối được thực hiện chính xác.	
5. Không trả lời /máy lẻ bị bận	Đề nghị người gọi để lại lời nhắn, hãy nói: <i>“Hiện tại máy lẻ đó đang bận, tôi có thể ghi lại lời nhắn không?”</i> hoặc <i>“Quý khách có thể chờ không?”</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Đề nghị ghi lại lời nhắn. • Đề nghị người gọi chờ thêm chút nữa. 	<p>Không để cho người gọi phải gọi lại.</p> <p>Để người gọi có cơ hội gọi đến bộ phận mà họ yêu cầu.</p>	<p>Biết về các quy trình ghi lại lời nhắn.</p> <p>Biết về quy trình để điện thoại ở chế độ chờ.</p>
6. Để cuộc gọi ở chế độ chờ trong khi bạn kiểm tra thông tin	Hỏi khách: <i>“Tôi có thể để cuộc gọi trong chế độ chờ khi tôi kiểm tra lại thông tin được không?”</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Xác nhận với khách. • Không để khách chờ lâu hơn 30 giây. 	Để khách hiểu được việc gì đang xảy ra và có được sự đồng ý của khách.	

CÔNG VIỆC SỐ 5: CÁC KỸ NĂNG ĐIỆN THOẠI
PHẦN VIỆC SỐ 5.6: Các số điện thoại nội bộ (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Các số nội bộ</p>	<p>Tất cả các điện thoại của khách sạn đều có các số cụ thể được gọi là số máy lẻ hay số nội bộ. Để gặp được một bộ phận nào đó hoặc gặp khách, bạn phải quay các số này.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Thuộc lòng các số nội bộ của các bộ phận sau: <ul style="list-style-type: none"> - Tổng giám đốc. - Lễ tân. - Hội thảo và tiệc. - Bán hàng và tiếp thị. • Biết nơi tìm các số điện thoại của tất cả các bộ phận. • Biết quay số nào khi muốn gọi một buồng khách. • Biết các số điện thoại khẩn cấp. 	<p>Đây là các bộ phận mà khách thường yêu cầu chuyển cuộc gọi đến nhất.</p> <p>Học thuộc các số này thì quy trình chuyển các cuộc gọi sẽ nhanh hơn.</p> <p>Để bạn có thể chuyển tất cả các cuộc gọi đến đúng bộ phận.</p> <p>Trong hầu hết các khách sạn, số máy lẻ trong buồng khách giống như số buồng - thông thường số buồng được đánh theo cách khác.</p> <p>Để liên hệ nhanh trong trường hợp khẩn cấp.</p>	<p>Hiểu biết về chính sách của khách sạn trong việc đối phó với tình huống khẩn cấp (Xem phần An toàn và An ninh).</p>

**CÔNG VIỆC SỐ 5:
PHẦN VIỆC SỐ 5.7:**

CÁC KỸ NĂNG ĐIỆN THOẠI

Công việc và nhiệm vụ của các bộ phận trong khách sạn (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
Các bộ phận trong khách sạn:	Mỗi khách sạn đều có cơ cấu tổ chức riêng, nhìn chung trong các khách sạn lớn thường bao gồm các bộ phận sau:	<ul style="list-style-type: none"> • Biết tất cả các bộ phận trong khách sạn và trách nhiệm chính của họ. 	Để bạn biết phải chuyển cuộc gọi đến bộ phận nào. Để bạn biết phải chuyển cuộc gọi đến bộ phận nào nếu người gọi chỉ thông báo tên người cần gọi.	Bộ phận dịch vụ ăn uống có các bộ phận nhỏ sau: <ul style="list-style-type: none"> - Nhà bếp. - Phục vụ tại buồng. - Tủ đồ uống. - Quầy đồ uống và nhà hàng.
Văn phòng Tổng Giám đốc (văn phòng ban lãnh đạo)	Là bộ phận liên kết giữa khách sạn và văn phòng trụ sở của công ty, chịu trách nhiệm chung về các hoạt động của khách sạn.	<ul style="list-style-type: none"> • Biết tên của các trưởng bộ phận. 	Các nhân viên bộ phận này nhận mọi cuộc gọi có liên quan đến kinh doanh và thường nhận phần lớn các cuộc gọi của khách sạn.	
Bộ phận dịch vụ ăn uống (F&B)	Có trách nhiệm phục vụ nhu cầu ăn uống của khách tại các khu vực dịch vụ của khách sạn như các nhà hàng, quầy đồ uống và cung cấp các dịch vụ này tại buồng khách thông qua dịch vụ phục vụ ăn uống tại buồng và tủ đồ uống.	<ul style="list-style-type: none"> • Biết tên của những người sau: <ul style="list-style-type: none"> - Nhân viên nhận Đặt buồng - Nhân viên kinh doanh. - Nhân viên chuyên bán các dịch vụ hội nghị và tiệc. - Nhân viên quan hệ khách hàng. 		
Bộ phận kinh doanh và tiếp thị (S&M)	Có trách nhiệm tìm kiếm các cơ hội kinh doanh mới cho khách sạn và duy trì quan hệ với các khách hàng của khách sạn.			

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
Bộ phận Kế toán	Có trách nhiệm kiểm soát các hoạt động tài chính của khách sạn.			Cũng được biết đến là Phòng tài chính. Trưởng bộ phận này đôi khi còn được gọi là Giám đốc tài chính.
Bộ phận An ninh	Có trách nhiệm về an toàn và an ninh của khách, khách đến thăm, nhân viên và tài sản của khách sạn.			
Bộ phận nhân sự	Có trách nhiệm về tuyển dụng, đào tạo và phát triển nguồn nhân lực, sa thải và các quan hệ lao động khác.			Còn được gọi là Phòng Nhân sự hoặc phòng Nhân sự - Đào tạo.
Bộ phận Kỹ thuật và bảo dưỡng	Có trách nhiệm sửa chữa và bảo trì khách sạn và các trang thiết bị liên quan.			
Bộ phận Lễ tân	Có trách nhiệm về tiền sảnh, bao gồm tất cả việc làm thủ tục nhận và trả buồng, đặt buồng, khu dịch vụ kinh doanh, bàn trực sảnh.			Trong một số chuỗi khách sạn lớn, việc nhận đặt buồng không còn là việc của bộ phận lễ tân mà nó được chuyển trực tiếp đến bộ phận doanh thu của khách sạn.

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
Bộ phận Phục vụ buồng	Có trách nhiệm về sự sạch sẽ của các buồng khách và các khu vực công cộng của khách sạn và bảo vệ các tài sản thất lạc được tìm thấy.			Một số khách sạn có dịch vụ giặt là trong khách sạn, cũng do Bộ phận Phục vụ buồng chịu trách nhiệm.
Khối lưu trú	Tên gọi chung bao gồm bộ phận Lễ tân và Phục vụ buồng ghép lại với nhau.			
Bộ phận phục vụ hội nghị và tiệc (C&B)	Có trách nhiệm về các sự kiện và hội nghị tổ chức trong khu vực hội thảo và tiệc của khách sạn.			Trong một số chuỗi khách sạn lớn, việc nhận đặt tiệc và hội nghị không còn do bộ phận phục vụ hội nghị và tiệc này đảm nhiệm, mà khách liên hệ thông tin trực tiếp đến bộ phận doanh thu của khách sạn.
Bộ phận doanh thu	Có trách nhiệm tối đa hóa doanh thu ở các bộ phận.	<ul style="list-style-type: none"> • Bộ phận này thường có các bộ phận nhỏ hơn như sau: <ol style="list-style-type: none"> a. Bộ phận Đặt giữ buồng. b. Bộ phận đặt tiệc và hội nghị. c. Bộ phận tính giá thực phẩm và đồ uống. 		Trong một số chuỗi khách sạn lớn, các hoạt động thường tách biệt ra khỏi hệ thống doanh thu bởi một bộ phận có những người chuyên tính toán nhằm mang lại thêm doanh thu cho khách sạn lợi nhuận.

CÔNG VIỆC SỐ 5: CÁC KỸ NĂNG ĐIỆN THOẠI

PHẦN VIỆC SỐ 5.8: Chuyển cuộc gọi đến buồng khách

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Thông báo cho người gọi về việc chuyển cuộc gọi	Hãy nói: <i>"Giờ tôi sẽ nối đến buồng của ông TÊN KHÁCH"</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Hãy nói rằng bạn chuẩn bị nối cuộc gọi. 	Thông báo cho người gọi việc bạn sắp làm.	
2. Quay số của buồng khách	Theo hướng dẫn sử dụng điện thoại.	<ul style="list-style-type: none"> Không bao giờ được nói số buồng cho người gọi biết. 	Để bảo vệ sự bảo mật.	Biết cách sử dụng điện thoại – xem hướng dẫn sử dụng điện thoại.
3. Thông báo cuộc gọi	Hãy nói: <i>"Quý ông có điện thoại, thưa ông TÊN KHÁCH"</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Đợi đến khi khách trả lời điện thoại. Thông báo cho khách rằng họ có điện thoại. 	<p>Đảm bảo rằng người gọi được nối đến đúng người cần gọi.</p> <p>Tạo cho khách cơ hội từ chối cuộc gọi.</p>	
4. Thực hiện kết nối cuộc gọi	Ngắt đường kết nối của bạn theo hướng dẫn sử dụng điện thoại.		Đảm bảo rằng bạn đã thực hiện kết nối điện thoại đúng.	
5. Không có trả lời	Đề nghị người gọi để lại lời nhắn, hãy nói: <i>"Không có ai trong buồng nghe điện thoại, tôi có thể ghi lại lời nhắn không?"</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Đề nghị ghi lại lời nhắn. 	Người gọi không phải tự gọi lại.	

CÔNG VIỆC SỐ 5:
PHẦN VIỆC SỐ 5.9:

CÁC KỸ NĂNG ĐIỆN THOẠI
Hệ thống quản lý khách sạn – PMS (Kiến thức)

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Hệ thống quản lý khách sạn (PMS)	Đây là tên chung của các hệ thống được vi tính hoá để quản lý khách sạn. Đây là các hệ thống hợp nhất, liên kết các chức năng khác nhau của khách sạn như bộ phận buồng, phục vụ ăn uống, kế toán và kinh doanh.	<ul style="list-style-type: none">Bạn phải thành thạo về cách vận hành các chức năng của hệ thống quản lý khách sạn có liên quan đến bộ phận của bạn.	Hệ thống quản lý khách sạn là xương sống của hoạt động khách sạn, làm cho công việc của Bộ phận Đặt giữ buồng hữu hiệu hơn và cho phép bạn cung cấp được nhiều dịch vụ có tính cá nhân cho khách.	Nói chung các chương trình đào tạo cụ thể sẽ giúp bạn làm tốt các chức năng của hệ thống quản lý khách sạn.

CÔNG VIỆC SỐ 5: CÁC KỸ NĂNG ĐIỆN THOẠI
PHẦN VIỆC SỐ 5.10: Chuyển cuộc gọi sang chế độ chờ

Trong các công việc đặt buồng, đôi khi bạn cần phải tìm kiếm thông tin hoặc phải hỏi đồng nghiệp; trong những tình huống này các cuộc gọi phải được chuyển sang chế độ chờ (tránh việc người gọi có thể nghe thấy những tiếng ồn xung quanh hoặc các cuộc nói chuyện nội bộ trong văn phòng).

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Hỏi người gọi xem họ có muốn giữ máy chờ không	Hãy nói: <i>“Quý ông có muốn giữ máy chờ không, thưa ông TÊN NGƯỜI GỌI?”</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Hỏi xem người gọi có muốn giữ máy chờ không. Hãy sử dụng tên người gọi. 	<p>Để xác định là khách muốn chờ.</p> <p>Để cuộc gọi thân mật hơn.</p>	
2. Để cuộc gọi ở chế độ chờ	Tuân theo hướng dẫn sử dụng điện thoại.	<ul style="list-style-type: none"> Kiểm tra lại 20 giây một lần xem khách còn tiếp tục chờ không. 	<p>Đảm bảo rằng người gọi vẫn muốn chờ và có thể đề nghị để lại lời nhắn.</p>	
3. Nói lại cuộc gọi	Hãy nói: <i>“Cảm ơn ông đã chờ, thưa ông TÊN KHÁCH, tôi đã tìm được thông tin mà ông cần, ...”</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Cảm ơn người gọi đã chờ. Hãy sử dụng tên khách. 	<p>Cho thấy bạn đánh giá cao sự kiên nhẫn chờ đợi của khách.</p> <p>Cho người gọi biết là bạn đã loại bỏ chế độ chờ.</p> <p>Làm cho cuộc gọi trở nên cá nhân hơn.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 5: CÁC KỸ NĂNG ĐIỆN THOẠI

PHẦN VIỆC SỐ 5.11: Thực hiện cuộc gọi

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Chuẩn bị cuộc gọi	<p>Chắc chắn bạn có bút, giấy và biết chính xác bạn cần thông tin gì.</p> <p>Có sẵn địa chỉ cần liên hệ.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Có giấy và bút. • Có chi tiết về việc cần gọi. • Có số điện thoại và tên người cần liên hệ nếu cần thiết. 	<p>Để có thể ghi lại khi cần.</p> <p>Để có thể trả lời các câu hỏi khi cần.</p> <p>Bạn có thể liên hệ đúng người.</p>	
2. Quay số	Quay số điện thoại cần liên hệ.	<ul style="list-style-type: none"> • Quay số cẩn thận. 	Đảm bảo rằng bạn liên hệ đúng người.	
3. Xưng danh	Hãy nói: <i>“Tôi là TÊN BẠN thuộc Bộ phận Đặt giữ buồng khách sạn TÊN KHÁCH SẠN. Tôi có một câu hỏi liên quan đến...”</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Hãy sử dụng tên bạn và tên khách sạn (theo tiêu chuẩn khách sạn). 	<p>Để người nghe biết ai đang gọi.</p> <p>Tạo hình ảnh và thái độ chuyên nghiệp.</p>	
4. Thực hiện cuộc gọi	Nêu rõ lý do bạn thực hiện cuộc gọi.	<ul style="list-style-type: none"> • Cung cấp càng nhiều thông tin càng tốt. • Chăm chú lắng nghe. • Ghi lại thông tin. 	<p>Để người nghe có thể xử lý yêu cầu của bạn hiệu quả.</p> <p>Chắc chắn bạn rõ mọi việc. Bạn không quên các chi tiết.</p>	
5. Kết thúc cuộc gọi	Gác máy.	<ul style="list-style-type: none"> • Đợi phía đầu dây bên kia gác máy trước. 	Như thế sẽ lịch sự hơn.	

6. CÁC YÊU CẦU CỦA KHÁCH

Giới thiệu:

Do bạn là nhân viên Bộ phận Đặt giữ buồng nên bạn sẽ ít giao tiếp trực tiếp với khách hơn Bộ phận Lễ tân. Tuy nhiên, bạn có thể nhận được các câu hỏi cụ thể nào đó từ cả khách và người đặt buồng.

Bạn có thể được hỏi những câu có liên quan đến:

- Thông tin về khách sạn hoặc về thành phố, đặc biệt là các thông tin về du lịch và đi lại.
- Dịch vụ như các yêu cầu đặc biệt về buồng khách (giường bổ sung, gối đặc biệt,...)

Các yêu cầu này thường đến với bạn qua điện thoại.

PHẦN VIỆC SỐ 6.1:	Yêu cầu về thông tin
PHẦN VIỆC SỐ 6.2:	Danh bạ điện thoại (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 6.3:	Thông tin du lịch (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 6.4:	Các thông tin thương mại (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 6.5:	Các yêu cầu về dịch vụ

CÔNG VIỆC SỐ 6: CÁC YÊU CẦU CỦA KHÁCH

PHẦN VIỆC SỐ 6.1: Yêu cầu về thông tin

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Trả lời điện thoại	Theo tiêu chuẩn của khách sạn.			
2. Lắng nghe cẩn thận	Bằng cách ậm ừ hoặc nói vâng một cách dứt khoát.	<ul style="list-style-type: none">Ừ hử hoặc nói vâng, không ngắt lời khách.Ghi lại nếu cần thiết.	<p>Để khách thấy rằng bạn đang lắng nghe một cách tập trung.</p> <p>Để khách không phải nhắc lại yêu cầu.</p>	Giáo trình nghiệp vụ Lễ tân, Chương 3.2, trang 9: <i>Các nguyên tắc giao tiếp hiệu quả.</i>
3. Nhắc lại yêu cầu	Nhắc lại các điểm chính trong yêu cầu của khách.	<ul style="list-style-type: none">Nhắc lại các tên, ngày tháng mà khách đã nêu ra.	<p>Để xác định rằng bạn đã hiểu chính xác câu hỏi.</p> <p>Tránh mất thời gian của khách và của bạn để giải quyết các vấn đề không đúng xảy ra.</p>	
4. Hỏi khách xem họ có muốn đợi không	Hãy hỏi: <i>"Quý khách có muốn đợi để tôi tìm thông tin này hoặc Quý khách muốn tôi gọi lại cho Quý khách sau, thưa ông TÊN KHÁCH?"</i>	<ul style="list-style-type: none">Chỉ đề nghị khách đợi nếu bạn có thể tìm được thông tin trong ít phút.Chắc chắn là bạn đã ghi lại tên và số điện thoại của khách.	<p>Việc chờ đợi lâu hơn vài phút có thể quá lâu đối với khách.</p> <p>Để bạn có thể chuyển thông tin đến đúng người.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
5. Tìm kiếm thông tin	Tìm kiếm các nguồn thông tin từ nơi thích hợp.	<ul style="list-style-type: none"> • Khi gặp khó khăn, hãy liên hệ với người giám sát. • Luôn kiểm tra kỹ thông tin. 	<p>Thông tin đưa cho khách phải chính xác.</p> <p>Chắc chắn rằng không có lỗi lầm nào xảy ra.</p>	<p>Nắm rõ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tất cả các bộ phận và các dịch vụ. - Cách sử dụng danh bạ điện thoại. - Cách đặt vé máy bay. - Thông tin du lịch về thành phố và quốc gia. - Các thông tin kinh doanh. - Cách sử dụng Internet để tìm kiếm thông tin. <p>Xem phần kiến thức về sản phẩm, Công việc số 2.</p>
6. Chuyển thông tin	Liên lạc với khách và thông báo cho họ các thông tin mà bạn tìm được.	<ul style="list-style-type: none"> • Thông tin ngắn gọn và rõ ràng. • Nếu bạn làm việc tại quầy lễ tân, đề nghị được ghi lại cho khách. • Xác định xem nếu khách còn có các câu hỏi khác. 	<p>Để cho khách dễ hiểu.</p> <p>Để khách có thông tin bằng văn bản.</p> <p>Tạo cơ hội cho khách hỏi về các thông tin khác.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 6:
PHẦN VIỆC SỐ 6.2:

CÁC YÊU CẦU CỦA KHÁCH
Danh bạ điện thoại (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Danh bạ điện thoại</p>	<p>Danh bạ điện thoại được dùng để tra cứu các số điện thoại của các cá nhân và Công ty.</p> <p>Số điện thoại cá nhân được liệt kê theo thứ tự chữ cái.</p> <p>Tên công ty được liệt kê cả theo thứ tự chữ cái và theo ngành nghề.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Biết cấu trúc của danh bạ điện thoại của địa phương bạn.	<p>Để bạn có thể nhanh chóng tìm được số điện thoại khi có khách trong khách sạn yêu cầu.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 6: CÁC YÊU CẦU CỦA KHÁCH

PHẦN VIỆC SỐ 6.3: Thông tin du lịch (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Thông tin du lịch</p>	<p>Khách của khách sạn có thể muốn khám phá thành phố hoặc đất nước. Khách sạn phải có khả năng cung cấp cho khách các thông tin này.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Thuộc lòng các thông tin về các điểm du lịch quan trọng nhất. • Biết nơi tìm các thông tin khác. • Thông tin phải sẵn có với các chủ đề sau: <ul style="list-style-type: none"> - Đi lại. - Các tuyến tham quan. - Các nhà hàng. - Các điểm văn hoá. - Các vùng quê. 	<p>Để bạn có thể cung cấp cho khách các thông tin chính xác.</p>	<p>Trong một số hệ thống PMS, bạn có thể nhập vào các thông tin như giờ mở cửa, phí vào cửa, vị trí và số điện thoại.</p> <p>Một cách khác là tập gấp có bao gồm các thông tin quan trọng để đưa cho khách.</p>

CÔNG VIỆC SỐ 6:
PHẦN VIỆC SỐ 6.4:

CÁC YÊU CẦU CỦA KHÁCH
Các thông tin thương mại (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Các thông tin thương mại	Các khách thương gia thường yêu cầu sự trợ giúp khi đi đến thành phố (quốc gia) của bạn.	<ul style="list-style-type: none">• Thuộc lòng các thông tin về các khu thương mại quan trọng nhất.• Biết nơi để tìm các thông tin khác.• Các thông tin phải sẵn có với các chủ đề sau:<ul style="list-style-type: none">- Các ngân hàng (giờ mở cửa).- Phương tiện giao thông.- Các nhà hàng.- Phong tục tập quán địa phương.- Phương tiện thông tin (điện thoại/Internet).- Báo chí (nước ngoài).	Để bạn có thể cung cấp cho khách các thông tin chính xác.	<p>Trong một số hệ thống PMS, bạn có thể nhập vào các thông tin như giờ mở cửa, phí vào cửa, vị trí và số điện thoại.</p> <p>Một cách khác là chuẩn bị sẵn tập gấp có bao gồm các thông tin quan trọng để đưa cho khách.</p>

CÔNG VIỆC SỐ 6: CÁC YÊU CẦU CỦA KHÁCH

PHẦN VIỆC SỐ 6.5: Các yêu cầu về dịch vụ

Các yêu cầu về bàn để là quần áo, gối hoặc đệm đặc biệt, dọn buồng, kết nối máy tính/Internet, v.v..

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Trả lời điện thoại	Theo tiêu chuẩn của khách sạn.			
2. Lắng nghe cẩn thận	Bằng cách ậm ừ hoặc nói vâng một cách dứt khoát.	<ul style="list-style-type: none"> • Ậm ừ hoặc nói vâng mà không ngắt lời khách. • Ghi lại nếu cần thiết. 	<p>Để khách thấy là bạn đang nghe họ một cách tập trung.</p> <p>Để khách không phải nhắc lại yêu cầu của họ.</p>	Giáo trình nghiệp vụ Lễ tân, Chương 3.2, trang 9: <i>Các nguyên tắc giao tiếp hiệu quả.</i>
3. Ghi lại yêu cầu	Điền vào mẫu hoặc sổ nhật ký hoặc nhập vào máy tính và làm theo các yêu cầu của khách.	<ul style="list-style-type: none"> • Tuân theo quy định nội bộ của khách sạn. • Thông báo cho các phòng ban liên quan bằng điện thoại nếu yêu cầu nhanh. 	<p>Mọi người làm theo cùng một hướng dẫn.</p> <p>Để họ có thể thực hiện yêu cầu ngay lập tức.</p>	

7. ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LẺ

Giới thiệu:

Trong nhiều chuỗi khách sạn lớn, những đặt buồng cho khách lẻ thường được Văn phòng Đặt buồng Trung tâm (CRO) đảm trách, tuy nhiên Bộ phận Đặt giữ buồng của bất kỳ khách sạn nào cũng sẽ nhận được các yêu cầu về thông tin và đặt buồng cho khách lẻ.

Kiến thức chung:

Kiến thức về sản phẩm

Bán hàng và tiếp thị trong đặt buồng

Các kỹ năng về điện thoại

Ghi chú:

- *Các bước chính xác có thể khác nhau tùy thuộc vào hệ thống PMS được sử dụng, quy trình của các hoạt động theo đó cũng có thể thay đổi. Giả sử bạn có kiến thức sâu về hệ thống PMS.*
- *Cú pháp trình bày trong đặt buồng cũng có thể khác nhau giữa các khách sạn. Tùy thuộc vào chủng loại, kiểu dáng và thứ hạng của khách sạn mà cách phương pháp trình bày có thể là trang trọng hoặc ít trang trọng. Tuy nhiên, phong cách riêng cụ thể của khách sạn nên LUÔN được áp dụng bởi tất cả các nhân viên nhận đặt giữ buồng cho khách.*

PHẦN VIỆC SỐ 7.1:	Giải quyết các yêu cầu đặt buồng
PHẦN VIỆC SỐ 7.2:	Tiếp nhận đặt buồng – Khách đặt trực tiếp qua điện thoại
PHẦN VIỆC SỐ 7.3:	Tiếp nhận đặt buồng – Điện thoại đặt buồng trung gian
PHẦN VIỆC SỐ 7.4:	Đặt buồng – Khách hàng thường xuyên
PHẦN VIỆC SỐ 7.5:	Giữ đặt buồng ở chế độ chờ
PHẦN VIỆC SỐ 7.6:	Xác nhận lại đặt buồng ở chế độ chờ
PHẦN VIỆC SỐ 7.7:	Từ chối đặt buồng
PHẦN VIỆC SỐ 7.8:	Xử lý việc thay đổi đặt buồng
PHẦN VIỆC SỐ 7.9:	Xử lý việc huỷ đặt buồng
PHẦN VIỆC SỐ 7.10:	Quy định về huỷ đặt buồng của khách sạn (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 7.11:	Xử lý việc huỷ đặt buồng không bảo đảm vào ngày khách đến

PHẦN VIỆC SỐ 7.12:	Xử lý việc khách đặt buồng nhưng không đến
PHẦN VIỆC SỐ 7.13:	Quy định của khách sạn về xử lý khách đặt buồng nhưng không đến (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 7.14:	Các chương trình dành cho khách hàng trung thành và khách hàng là hội viên của hãng hàng không (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 7.15:	Bảo đảm đặt buồng – Thẻ tín dụng
PHẦN VIỆC SỐ 7.16:	Bảo đảm đặt buồng – Công ty thanh toán
PHẦN VIỆC SỐ 7.17:	Bảo đảm đặt buồng – Đặt cọc
PHẦN VIỆC SỐ 7.18:	Bảo đảm đặt cọc – Phiếu thanh toán
PHẦN VIỆC SỐ 7.19:	Các loại thẻ tín dụng được khách sạn chấp nhận (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 7.20:	Các loại phiếu thanh toán được khách sạn chấp nhận (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 7.21:	Khách gia hạn lưu trú
PHẦN VIỆC SỐ 7.22:	Các thuật ngữ chung về đặt buồng (Thuật ngữ)
PHẦN VIỆC SỐ 7.23:	Tình trạng đặt buồng (Thuật ngữ)
PHẦN VIỆC SỐ 7.24:	Các tên phổ biến ở các nước (Kiến thức)

CÔNG VIỆC 7: ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LẺ



GIẢI QUYẾT CÁC YÊU CẦU ĐẶT BUỒNG

1



XẾP YÊU CẦU ĐẶT BUỒNG VÀO DANH SÁCH CHỜ

2



XÁC NHẬN LẠI ĐẶT BUỒNG TRONG DANH SÁCH CHỜ

3



XỬ LÝ VIỆC THAY ĐỔI ĐẶT BUỒNG

4



CÔNG VIỆC 7: ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LẺ



XỬ LÝ VIỆC HỦY ĐẶT BUỒNG

5



XỬ LÝ VIỆC KHÁCH ĐẶT BUỒNG NHƯNG KHÔNG ĐẾN

6



BẢO ĐẢM ĐẶT BUỒNG- ĐẶT CỌC

7



BẢO ĐẢM ĐẶT CỌC – PHIẾU THANH TOÁN

8



CÔNG VIỆC SỐ 7: ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LẺ

PHẦN VIỆC SỐ 7.1: Giải quyết các yêu cầu đặt buồng

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Trả lời điện thoại	Nhắc điện thoại.	<ul style="list-style-type: none"> Tuân theo kỹ năng về điện thoại. 	Mọi nhân viên nên trả lời điện thoại theo cách giống nhau.	Kỹ năng điện thoại (công việc số 5).
2. Ghi lại chi tiết của người gọi	Lắng nghe cẩn thận.	<ul style="list-style-type: none"> Xác định được tên công ty và tên người gọi. 	Để bạn có thể tiếp tục cuộc gọi đặt buồng bằng cách gọi tên người gọi và đưa ra mức giá (hợp đồng) đúng.	
3. Lắng nghe cẩn thận	Bằng cách nói ừ hừ hoặc nói vâng một cách dứt khoát.	<ul style="list-style-type: none"> Ghi lại các chi tiết cụ thể. 	Để bạn khỏi quên.	
4. Nhắc lại các yêu cầu	Bằng cách nói: “Quý khách muốn biết thêm thông tin về, thưa TÊN NGƯỜI GỌI”.	<ul style="list-style-type: none"> Nhắc lại tóm tắt yêu cầu của người gọi. 	Để bảo đảm rằng bạn đã hiểu đúng yêu cầu của người gọi.	
5. Cung cấp thông tin cho người gọi	Đưa thông tin được yêu cầu hoặc nói “Tôi sẽ chuyển thông tin này cho quý khách qua...”.	<ul style="list-style-type: none"> Nếu bạn gửi thông tin cho người gọi, hãy xác nhận thời điểm và hình thức gửi (thư điện tử/thư tay, v.v..). 	<p>Để trả lời yêu cầu của khách hàng.</p> <p>Để khách hàng biết được khi nào họ sẽ nhận được thông tin.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
6. Tiếp nhận chi tiết của người gọi	Hỏi chi tiết địa chỉ.	<ul style="list-style-type: none"> Phải có được tên và số điện thoại. Trường hợp thư điện tử: địa chỉ email phải chính xác. Trường hợp thư tay: tên phố, số nhà, mã vùng, thành phố và quốc gia – nếu được yêu cầu. 	Để bạn có thể theo dõi các yêu cầu về thông tin. Trong trường hợp không thể liên lạc qua thư điện tử và thư tay thì bạn vẫn có thể liên lạc qua điện thoại.	
7. Xác minh xem khách hàng có thêm yêu cầu gì không	Hỏi <i>“Tôi có thể giúp Quý khách thêm gì nữa không?”</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Đưa ra nhiều trợ giúp. 	Để đảm bảo rằng bạn đã giải đáp mọi thắc mắc của người gọi, và vì phép lịch sự.	
8. Thông báo cho người gọi về việc sẽ liên lạc lại	Nói <i>“Tôi sẽ gọi lại cho quý khách vào ngày XX để xác nhận xem quý khách đã nhận được thông tin chuẩn hay chưa và xem quý khách có thắc mắc nào cần giải đáp nữa không.”</i>	<ul style="list-style-type: none"> Thông báo với người gọi rằng bạn sẽ tiếp tục cuộc gọi. 	Để cố gắng chuyển yêu cầu thông tin thành yêu cầu đặt buồng.	
9. Kết thúc cuộc gọi	Nói: <i>“Cảm ơn quý khách đã gọi đến khách sạn TÊN KHÁCH SẠN, thưa ông TÊN NGƯỜI GỌI”</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Cảm ơn người gọi vì đã quan tâm tới khách sạn của bạn. Gọi tên người gọi. Cúp máy khi người gọi đã tắt tín hiệu liên lạc. 	Để tỏ lòng biết ơn của bạn tới khách hàng vì họ đã gọi điện tới khách sạn. Để cuộc gọi được gần gũi hơn. Vì đó là phép lịch sự.	
10. Ghi lại yêu cầu thông tin	Bằng cách ghi vào mục yêu cầu thông tin của khách sạn.	<ul style="list-style-type: none"> Tuân theo quy trình yêu cầu. 	Để đảm bảo việc theo dõi hợp lý.	Tham khảo phần Quản lý các yêu cầu.

CÔNG VIỆC SỐ 7:
PHẦN VIỆC SỐ 7.2:

ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LẺ
Tiếp nhận đặt buồng – Khách đặt trực tiếp qua điện thoại

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Trả lời điện thoại	Nhắc điện thoại.	<ul style="list-style-type: none"> Như phần kỹ năng về điện thoại. 	Mọi nhân viên nên trả lời điện thoại theo cách giống nhau.	Kỹ năng điện thoại (Công việc số 5).
2. Ghi lại tóm tắt chi tiết của người gọi	Chăm chú lắng nghe.	<ul style="list-style-type: none"> Xác định được tên công ty và tên người gọi. 	Để bạn có thể tiếp tục cuộc gọi đặt buồng bằng cách gọi tên người gọi và đưa ra mức giá (hợp tác) đúng. Làm theo quy trình đối với một cuộc gọi đặt buồng theo giá của hợp đồng hợp tác.	
3. Xác minh nếu đó là khách quen	<p>Tra cứu tên khách trong mục hồ sơ dữ liệu khách hàng.</p> <p>Hay Hỏi: “Thưa TÊN KHÁCH, trước đây quý khách đã ở khách sạn của chúng tôi chưa?”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Kiểm tra xem trước đây khách đã ở khách sạn bạn chưa. Tra cứu dữ liệu của khách trong hệ thống xem có phải là khách quen không. Bạn cần phải nắm được danh sách hai mươi khách hàng quan trọng nhất của khách sạn. 	<p>Để bạn có thể nhận ra khách và cảm ơn họ vì đã tiếp tục đặt buồng ở khách sạn bạn.</p> <p>Để tránh phải ghi lại chi tiết về tất cả khách hàng.</p> <p>Để bạn biết không cần giải thích thêm với khách về khách sạn.</p> <p>Đây là những khách hàng quen thuộc nhất vì vậy mọi nhân viên đặt giữ buồng cần phải biết họ.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
4. Xác định số ngày lưu trú	Hỏi người gọi: <i>"Quý khách muốn ở tại khách sạn chúng tôi vào ngày nào, thưa TÊN KHÁCH"</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Xác định ngày đến. Xác định ngày rời khỏi khách sạn. Gọi tên khách ít nhất một lần. Nhập ngày vào hệ thống PMS. 	<p>Để bạn có thể tìm ra buồng trống khách vào những ngày thích hợp.</p> <p>Để giúp cuộc gọi được thân mật hơn.</p> <p>Để bắt đầu quy trình đặt buồng.</p>	Nếu không còn buồng trống xin chuyển sang bước 11.
5. Xác định số người	Hỏi người gọi: <i>"Ông/Bà đi cùng với bao nhiêu người?"</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Xác định số người yêu cầu đặt buồng. Nhập số người vào hệ thống PMS. 	<p>Để xác định xem người gọi có thể yêu cầu hơn một buồng hay không.</p> <p>Để tiếp tục quy trình đặt buồng.</p>	
6. Xác định số lượng buồng (Nếu khách có hơn một người cùng đi)	Hỏi người gọi: <i>"Quý khách cần đặt bao nhiêu buồng?"</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Xác định số buồng yêu cầu. Chỉ được hỏi khi đoàn có nhiều hơn một khách. Nhập số buồng vào hệ thống PMS. 	<p>Để xác định xem người gọi muốn đặt bao nhiêu buồng.</p> <p>Để tiếp tục quy trình đặt buồng.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
7. Xác định loại buồng	Hỏi người gọi: <i>“Chúng tôi có những loại buồng ... Quý khách muốn ở loại buồng nào?”</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Giới thiệu cho khách biết những loại buồng khác nhau của khách sạn hiện còn trống. Tuân theo chỉ dẫn bán buồng của khách sạn. 	<p>Để hiểu và đáp ứng nhu cầu của khách.</p> <p>Để bán được loại buồng tốt hơn.</p> <p>Một số (chuỗi) khách sạn đưa ra những bản mô tả cụ thể hướng dẫn cách giới thiệu những loại buồng hiện có, do vậy cần tuân theo hướng dẫn này thường xuyên nhằm tối đa hoá doanh thu của các buồng.</p>	<p>Kỹ năng bán hàng – tham khảo phần Tiếp thị và Bán hàng trong Đặt buồng.</p> <p>Giáo trình Nghiệp vụ Lễ tân, Chương 9.3, trang 5-7: <i>Kỹ năng bán hàng</i>.</p> <p>Tiêu chuẩn của khách sạn về bán buồng.</p>
8. Nhắc lại yêu cầu đặt buồng	Bằng cách nhắc lại: <i>“Thưa TÊN KHÁCH, quý khách muốn đặt XX buồng, đến ngày ... và rời ngày...”</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Nhắc lại tên người gọi. Nhắc lại số lượng buồng. Nhắc lại ngày khách đến và ngày khách rời khỏi khách sạn. 	<p>Để giúp cuộc gọi được thân mật hơn.</p> <p>Để xác nhận rằng bạn đã hiểu đúng yêu cầu của người gọi.</p>	
9. Hỏi tên công ty	Hỏi: <i>“Thưa quý khách đặt buồng này có phải cho một công ty cụ thể nào không?”</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Xác định được tên công ty. 	<p>Trước khi công bố giá và điều kiện, bạn cần biết tên công ty vì một số công ty được hưởng mức giá và điều kiện đặc biệt.</p>	<p>Một số hệ thống PMS cần có câu hỏi này ngay từ khi bắt đầu quy trình đặt buồng. Xem bước 2.</p>

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
10. Xác định khả năng đáp ứng của khách sạn	<p>Nói: <i>“Chúng tôi vẫn còn buồng vào ngày đó. Tôi có thể đưa ra mức giá... cho quý khách”.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Đưa ra ít nhất hai loại buồng khác nhau cho khách. • Mức giá chào cần phải nằm trong giới hạn yêu cầu của khách. 	<p>Để đáp ứng tốt nhất yêu cầu của khách và để tối đa hoá doanh thu của khách sạn bằng cách cố gắng bán được buồng cao cấp hơn.</p>	
11. Không còn buồng trống	<p>Bằng cách nói: <i>“Thưa TÊN KHÁCH, chúng tôi rất lấy làm tiếc vì khách sạn không còn buồng trống vào ngày đó, vậy quý khách có thể chọn một ngày khác được không?”.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gọi tên khách. • Đưa ra sự lựa chọn thay thế. 	<p>Để giúp cuộc gọi được thân mật hơn.</p> <p>Cố gắng xác nhận đặt buồng vào ngày khác, hoặc đưa vào danh sách chờ, hoặc đặt buồng tại khách sạn khác trong cùng chuỗi khách sạn.</p>	<p>Tham khảo phần kiến thức về sản phẩm khi đưa ra lựa chọn thay thế.</p>
12. Hỏi xem khách có đặt buồng không	<p>Bằng cách hỏi: <i>“Quý khách muốn chúng tôi thực hiện đặt buồng này cho quý khách chứ?”.</i></p>	<p>Đưa ra lời mời đặt buồng.</p>	<p>Để tiến đến gần với việc bán hàng.</p> <p>Để đạt được cam kết từ phía người gọi cho việc đặt buồng gợi ý.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
13. Xác định chi tiết liên hệ	Hỏi tất cả những chi tiết về đặt buồng.	<ul style="list-style-type: none"> Những thông tin tối thiểu sau cần phải biết: <ul style="list-style-type: none"> Tên khách. Tên công ty. Số điện thoại. Số fax. Địa chỉ thư điện tử. Chi tiết thanh toán. Chương trình khách hàng quen thuộc và hội viên các hãng hàng không. Sẽ tốt hơn nếu có thêm: <ul style="list-style-type: none"> Địa chỉ chi tiết. Thời gian dự kiến đến. Yêu cầu đặc biệt (vị trí buồng, quang cảnh xung quanh, hút thuốc/không hút thuốc). Quốc tịch. Chi tiết chuyến bay. Mục đích nghỉ tại khách sạn (công tác/ngỉ ngơi). Đảm bảo tên khách được viết đúng chính tả. 	<p>Để đảm bảo rằng bạn xác định đầy đủ thông tin cần thiết cho việc đặt buồng.</p> <p>Vì khách sẽ được thưởng khi trở thành thành viên của chương trình.</p> <p>Để tránh phải hỏi những chi tiết đó khi khách làm thủ tục nhận buồng.</p> <p>Để có thể phục vụ khách tốt hơn.</p> <p>Để bạn biết trước khi nào khách sẽ đến.</p> <p>Để bạn dễ dàng tìm được đặt buồng ngay khi khách đến.</p> <p>Để phân đoạn thị trường.</p>	<p>Giáo trình Nghiệp vụ Lễ tân, chương 3.3 trang 13: <i>Bảng ngữ âm chữ cái quốc tế.</i></p> <p>Chương trình khách hàng thân thuộc và hội viên các hãng hàng không.</p>

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>14. Xác định hình thức bảo đảm</p>	<p>Bằng cách hỏi: <i>“Quý khách muốn đảm bảo cho việc đặt buồng này bằng hình thức nào?”</i>.</p> <p>Hoặc</p> <p><i>“Quý khách muốn bảo đảm việc đặt buồng này bằng loại thẻ tín dụng nào?”</i>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Có được chi tiết của thẻ tín dụng. • Hoặc nhận đặt cọc. • Hoặc được bảo lãnh bởi công ty (xác nhận bằng văn bản). • Hoặc xác nhận rằng buồng sẽ không được giữ nếu khách đến muộn. Thông báo cho khách biết chính sách của khách sạn về việc huỷ bỏ buồng đã đặt hoặc khách không đến đối với các đặt buồng không có đảm bảo. Buồng sẽ được giải phóng nếu khách không đến trước 4 giờ chiều. 	<p>Cần phải có địa chỉ, hoặc thẻ tín dụng, hoặc tiền đặt cọc để tính vào phí phạt nếu khách không đến.</p> <p>Nếu sau 4 giờ chiều khách không đến thì có thể cho khách khác thuê.</p>	<p>Kiến thức về chính sách của công ty về bảo lãnh buồng và huỷ buồng/khách không đến.</p>
<p>15. Xác định nguồn đặt buồng</p>	<p>Hỏi: <i>“Làm thế nào mà quý khách biết đến khách sạn của chúng tôi?”</i>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Xác định xem người đặt buồng làm thế nào biết được khách sạn. 	<p>Đây là thông tin thị trường quan trọng cho khách sạn.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
16. Nhắc lại chi tiết đặt buồng	Nói: <i>“Tôi vừa mới hoàn tất việc đặt buồng theo tên ông TÊN KHÁCH, cho XX buồng đến NGÀY, rời khỏi khách sạn NGÀY. Việc đặt buồng này sẽ (không) được đảm bảo nếu khách đến muộn. Như vậy có đúng không, thưa TÊN NGƯỜI GỌI?”.</i>	<ul style="list-style-type: none"> Xác nhận lại tên khách, ngày đến và ngày đi, số lượng buồng, loại bảo lãnh và giá buồng. 	Để đảm bảo không xảy ra sai sót nào.	
17. Thông báo số xác nhận	Nói: <i>“Số xác nhận khi đặt buồng này là: XXXXX”.</i>	<ul style="list-style-type: none"> Đưa ra số xác nhận đặt buồng (số hiệu xác nhận). 	<p>Như là một sự xác nhận cho khách.</p> <p>Với số hiệu này bạn có thể dễ dàng tìm lại chi tiết về đặt buồng.</p> <p>Để tránh phải gửi văn bản xác nhận đặt buồng.</p>	<i>Lưu ý:</i> một số khách sạn có thể gửi xác nhận bằng fax hoặc thư điện tử viết tay. Nếu khách yêu cầu, điều này sẽ được thực hiện ngay.
18. Kết thúc cuộc gọi đặt buồng	Hỏi: <i>“Tôi có thể giúp gì cho quý khách nữa không?”.</i> <i>“Thưa TÊN KHÁCH, cảm ơn vì đã đặt buồng tại khách sạn chúng tôi. Chúng tôi mong được tiếp đón quý khách”.</i>	<ul style="list-style-type: none"> Gợi ý người gọi có thêm yêu cầu khác. Cảm ơn người gọi vì đã đặt buồng. Gọi tên người gọi. Chỉ cúp máy khi người gọi đã tắt tín hiệu liên lạc. 	<p>Tạo điều kiện cho người gọi yêu cầu thêm dịch vụ khác.</p> <p>Để bày tỏ sự cảm kích vì họ đã lựa chọn khách sạn của bạn.</p> <p>Để giúp cuộc gọi được thân mật hơn.</p> <p>Bởi vì đó là phép lịch sự.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
19. Hoàn thành các chi tiết về đặt buồng	Xác định các chi tiết thị trường dựa trên chi tiết về đặt buồng và nhập những dữ liệu này vào việc đặt buồng đó.	<ul style="list-style-type: none"> Tuân theo tiêu chuẩn của công ty. Nhìn chung các chi tiết về thị trường bao gồm: <ul style="list-style-type: none"> Mã quốc gia. Phân đoạn thị trường. Kênh (cách hướng dẫn việc đặt buồng khách sạn). Nguồn khách đặt buồng. 	<p>Các chi tiết này được ghi lại và được biên soạn lại để Ban quản lý khách sạn có cách nhìn tốt hơn về nguồn và loại đặt buồng trong khách sạn.</p> <p>Thông tin này được sử dụng để đưa ra các quyết định quản lý.</p>	Có kiến thức về các chi tiết thị trường mà khách sạn đã có (Xem phần tiếp thị và bán hàng rong trong đặt buồng).
20. Lưu giữ hồ sơ đặt buồng	Lưu lại bất kỳ tài liệu nào liên quan đến đặt buồng (thư điện tử, fax, phiếu đặt buồng) vào nơi thích hợp.	<ul style="list-style-type: none"> Viết những chi tiết sau lên tài liệu: <ul style="list-style-type: none"> Số xác nhận. Ngày đến (ngày bằng số, tháng bằng chữ, năm bằng số; VD: 18 tháng 1 08). Những chữ cái đầu tiên của tên khách. Lưu giữ hồ sơ đặt buồng theo quy trình của khách sạn. 	Để mang lại hiệu quả cho quá trình lưu giữ hồ sơ và giúp cho việc tìm các tài liệu về đặt buồng được dễ dàng.	Kiến thức về hệ thống lưu giữ tài liệu được sử dụng trong Bộ phận Đặt buồng. (tham khảo phần quản lý đặt buồng). Một số khách sạn nhập dữ liệu trực tiếp vào hệ thống máy tính. Trong trường hợp này không có tài liệu đặt buồng được lưu lại. Tương tự như vậy, xem thêm phần quản lý đặt buồng.

CÔNG VIỆC SỐ 7: ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LẺ

PHẦN VIỆC SỐ 7.3: Tiếp nhận đặt buồng – Điện thoại đặt buồng trung gian

Một cuộc gọi đặt buồng qua trung gian xảy ra khi một ai đó thay mặt khách thực hiện cuộc gọi đặt buồng. Chẳng hạn:

- o Thư ký
- o Trưởng bộ phận lễ hành
- o Đại lý lữ hành

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Trả lời điện thoại	Nhắc điện thoại.	<ul style="list-style-type: none">• Làm theo kỹ năng về điện thoại.	Mọi nhân viên nên trả lời điện thoại theo cách giống nhau.	Kỹ năng điện thoại (công việc số 5)
2. Ghi lại chi tiết của người gọi	Lắng nghe cẩn thận.	<ul style="list-style-type: none">• Xác định được tên công ty và tên người gọi.	Để bạn có thể tiếp tục cuộc gọi đặt buồng bằng cách gọi tên người gọi và đưa ra mức giá đúng (hợp tác).	
3. Xác định xem trước đây công ty hoặc hãng đó đã từng đặt buồng ở khách sạn của bạn hay chưa	<p>Tra cứu tên khách trong mục lịch sử khách hàng.</p> <p>Hay</p> <p>Hỏi: “<i>Thưa TÊN KHÁCH, trước đây quý khách đã ở khách sạn của chúng tôi chưa?</i>”.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Kiểm tra xem trước đây khách đã ở khách sạn bạn chưa.• Bạn cần phải nắm được danh sách mười khách hàng quan trọng nhất của khách sạn. Bạn phải nhận diện được ngay các Công ty/Đại lý này ngay khi bắt đầu mà họ không phải nói họ là người thường xuyên đặt buồng.	<p>Để có thể nhận ngay ra Công ty đó và áp dụng các điều kiện đặt buồng chính xác.</p> <p>Để tránh phải ghi lại mọi chi tiết về khách hàng.</p> <p>Để bạn biết rằng không cần giải thích thêm với khách về khách sạn.</p> <p>Đây là những khách hàng quen thuộc nhất vì vậy mọi nhân viên đặt giữ buồng cần phải biết họ.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
4. Xác định số ngày lưu trú	Hỏi người gọi: <i>“Quý khách muốn ở tại khách sạn chúng tôi vào ngày nào?”</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Xác định ngày đến. Xác định ngày rời khỏi khách sạn. Gọi tên khách ít nhất một lần. Nhập ngày vào hệ thống PMS. 	<p>Để bạn có thể tìm ra buồng trống khách vào những ngày thích hợp.</p> <p>Để giúp cuộc gọi được thân mật hơn.</p> <p>Để bắt đầu quy trình đặt buồng.</p>	Nếu không còn buồng trống tham khảo bước 9.
5. Xác định số người	Hỏi người gọi: <i>“Quý khách đặt chỗ cho bao nhiêu người?”</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Xác định số người yêu cầu đặt buồng. Nhập số người vào hệ thống PMS. 	<p>Để xác định xem người gọi có thể yêu cầu hơn một buồng hay không.</p> <p>Để tiếp tục quy trình đặt buồng.</p>	
6. Xác định số lượng buồng (nếu có nhiều hơn một người)	Hỏi người gọi: <i>“Quý khách cần đặt bao nhiêu buồng?”</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Xác định số lượng buồng yêu cầu. Chỉ được hỏi khi đoàn có nhiều hơn một khách. Nhập số buồng vào hệ thống PMS. 	<p>Để xác định xem người gọi muốn đặt bao nhiêu buồng.</p> <p>Để tiếp tục quy trình đặt buồng.</p>	
7. Nhắc lại yêu cầu	Nhắc lại: <i>“Thưa TÊN KHÁCH, ông muốn đặt XX buồng, đến ngày ... và rời ngày ...”</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Nhắc lại tên người gọi Nhắc lại số lượng buồng. Nhắc lại ngày đến và ngày rời khỏi khách sạn. 	<p>Để giúp cuộc gọi được thân mật hơn.</p> <p>Để xác nhận rằng bạn đã hiểu đúng yêu cầu của người gọi.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
8. Xác định khả năng đáp ứng của khách sạn và thống nhất loại buồng	Nói: <i>“Chúng tôi vẫn còn buồng trống vào ngày đó, Tôi có thể phục vụ quý khách....”</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Đưa ra ít nhất hai loại buồng khác nhau để khách lựa chọn. Mức giá chào cần phải nằm trong giới hạn yêu cầu của khách. Chỉ được chào các loại buồng khác nhau nếu hợp đồng cho phép bán buồng như vậy. Tuân theo chỉ dẫn bán hàng của khách sạn. 	<p>Để đáp ứng tốt nhất yêu cầu của khách hàng và tối đa hóa doanh thu của khách sạn bằng cách cố gắng bán được buồng cao cấp hơn.</p> <p>Đặc biệt các hợp đồng với các Hãng lữ hành thường chỉ cho phép bán buồng đồng hạng.</p> <p>Một số (chuỗi) khách sạn đưa ra những bản mô tả cụ thể hướng dẫn cách giới thiệu những loại buồng hiện có, do vậy cần tuân theo hướng dẫn này thường xuyên nhằm tối đa hoá doanh thu của các buồng.</p>	<p>Kỹ năng bán hàng - tham khảo phần Tiếp thị và Bán hàng trong Đặt buồng.</p> <p>Tiêu chuẩn riêng của công ty và khách sạn về bán buồng.</p>
9. Không còn buồng trống	Nói: <i>“Thưa TÊN KHÁCH, chúng tôi rất tiếc vì khách sạn không còn buồng trống vào ngày hôm đó nữa. Vậy tôi có thể chuyển cho quý khách vào ngày khác được không?”</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Gọi tên khách. Đưa ra lựa chọn thay thế. 	<p>Để giúp cuộc gọi được thân mật hơn.</p> <p>Cố gắng hoặc là xác nhận đặt buồng vào ngày khác, hoặc đưa vào danh sách chờ, hay đặt tại khách sạn khác cùng tập đoàn.</p>	Tham khảo kiến thức về sản phẩm khi đưa ra lựa chọn thay thế.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
10. Đề nghị khách đặt buồng	Hỏi: <i>“Quý khách muốn chúng tôi thực hiện đặt buồng này cho quý khách chứ?”.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Đề nghị đặt buồng. 	Để tiến đến gần với việc bán hàng. Để đạt được cam kết từ phía người gọi đối với gợi ý đặt buồng.	
11. Xác định tên khách	Hỏi: <i>“Xin hỏi tên của khách là gì thưa ông?”.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Hỏi tên khách của mỗi buồng đặt. 	Những đặt buồng không có tên khách có khả năng sẽ không đến.	Xem thêm quản lý hành chính về đặt buồng.
12. Xác minh nếu đó là khách quen	<p>Tra cứu tên khách trong hồ sơ dữ liệu khách hàng.</p> <p>Hay</p> <p>Hỏi: <i>“Trước đây quý khách đã ở khách sạn của chúng tôi chưa?”.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tra cứu dữ liệu của khách trong hệ thống nếu đó là khách hàng quen thuộc. • Bạn cần phải nắm được danh sách hai mươi khách hàng quan trọng nhất của khách sạn. 	<p>Tránh phải ghi lại chi tiết của tất cả các khách hàng.</p> <p>Để bạn biết các chi tiết đặc biệt liên quan đến các vị khách này.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
13. Xác định chi tiết liên lạc	Hỏi mọi thông tin chi tiết liên quan đến đặt buồng.	<ul style="list-style-type: none"> Những thông tin tối thiểu sau cần phải biết: <ul style="list-style-type: none"> Tên khách. Tên công ty. Số điện thoại. Số fax. Địa chỉ thư điện tử. Tên người đặt buồng. Chi tiết thanh toán. Chương trình dành cho phi hành đoàn hoặc khách trung thành. Rất tốt nếu có thêm: <ul style="list-style-type: none"> Địa chỉ chi tiết. Thời gian dự kiến đến. Yêu cầu đặc biệt (vị trí buồng, quang cảnh xung quanh, khu vực hút thuốc/không hút thuốc). Quốc tịch. Chi tiết chuyến bay. Mục đích nghỉ tại khách sạn (công tác/ngỉ ngơi). Đảm bảo tên khách được viết đúng chính tả. 	<p>Để đảm bảo rằng bạn xác định đủ thông tin cần thiết cho việc đặt buồng.</p> <p>Vì khách sẽ được thưởng khi là thành viên của chương trình.</p> <p>Để không phải hỏi những thông tin này khi khách làm thủ tục nhận buồng.</p> <p>Để có thể đáp ứng được nhu cầu của khách tốt hơn. Để bạn biết trước khi nào khách sẽ tới.</p> <p>Để dễ dàng tìm được thông tin về đặt buồng khi khách tới khách sạn.</p> <p>Để phân đoạn thị trường.</p>	<p>Giáo trình Nghiệp vụ Lễ tân Chương 3.3, trang 13.</p> <p><i>Bảng Ngữ âm quốc tế.</i></p>

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
14. Xác định hình thức bảo đảm	Hỏi: <i>“Quý khách muốn bảo đảm đặt buồng này bằng hình thức nào?”</i> . Hoặc <i>“Quý khách sẽ dùng loại thẻ tín dụng nào để bảo đảm cho đặt buồng này?”</i> .	<ul style="list-style-type: none"> • Biết được chi tiết thẻ tín dụng. • Hoặc nhận đặt cọc. • Hoặc bảo lãnh đối với công ty (Xác nhận bằng văn bản của công ty). • Hoặc xác nhận rằng buồng sẽ không được giữ trong trường hợp khách đến muộn. 	<p>Cần có thông tin về địa chỉ, thẻ tín dụng hay đặt cọc để có thể tính phí phạt khi khách không đến.</p> <p>Để khỏi phải giữ lại buồng nữa nếu khách không đến trước 4 h chiều, và nhường những buồng đó cho khách khác thuê.</p>	Kiến thức về chính sách của khách sạn về đảm bảo đặt buồng và huỷ bỏ/ khách không đến.
15. Xác định nguồn đặt buồng	Hỏi: <i>“Làm thế nào mà quý khách biết đến khách sạn của chúng tôi?”</i> .	<ul style="list-style-type: none"> • Xác định xem bằng cách nào khách hàng biết đến khách sạn. 	Đây là thông tin thị trường rất quan trọng đối với khách sạn.	
16. Nhắc lại chi tiết đặt buồng	Hỏi lại: <i>“Thưa TÊN NGƯỜI GỌI, tôi vừa mới hoàn tất đặt buồng dưới TÊN KHÁCH cho XX buồng, đến NGÀY và rời khỏi khách sạn NGÀY. Đây là đặt buồng (không) có bảo đảm nếu khách đến muộn. Như vậy có đúng không, thưa TÊN NGƯỜI GỌI?”</i> .	<ul style="list-style-type: none"> • Xác nhận lại tên khách, ngày đến và ngày đi, số lượng buồng, hình thức đảm bảo và giá buồng. 	Để chắc chắn không mắc phải sai sót nào.	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
17. Đưa số xác nhận	Bằng cách nói: <i>“Số xác nhận đặt buồng này là XXXXX”</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Thông báo số tham chiếu (số xác nhận). 	<p>Vì đó là một xác nhận cho khách hàng.</p> <p>Với số hiệu này có thể dễ dàng tìm lại chi tiết của đặt buồng.</p> <p>Để khỏi phải gửi văn bản xác nhận nữa.</p>	<i>Chú ý:</i> một số khách sạn luôn sẵn lòng gửi văn bản xác nhận đặt buồng nếu khách yêu cầu.
18. Kết thúc cuộc gọi đặt buồng	<p>Bằng cách hỏi: <i>“Tôi có thể giúp gì cho quý khách nữa không?”</i>.</p> <p><i>“Thưa TÊN KHÁCH, cảm ơn vì đã đặt buồng tại khách sạn chúng tôi. Chúng tôi mong được tiếp đón quý khách”</i>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Gợi ý người gọi có thêm yêu cầu khác. Cảm ơn người gọi vì đã đặt buồng. Gọi tên người gọi. Chỉ gác máy khi người gọi đã tắt tín hiệu liên lạc. 	<p>Tạo điều kiện cho người gọi yêu cầu thêm dịch vụ khác.</p> <p>Để bày tỏ sự cảm kích vì họ đã lựa chọn khách sạn của bạn.</p> <p>Để giúp cuộc gọi được thân mật hơn.</p> <p>Bởi vì đó là phép lịch sự.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến THỨC
19. Hoàn tất chi tiết đặt buồng	Dựa trên chi tiết về đặt buồng để xây dựng các thông tin thị trường và nhập những dữ liệu này vào hệ thống.	<ul style="list-style-type: none"> Tuân theo tiêu chuẩn của công ty. Nhìn chung các chi tiết về thị trường bao gồm: <ul style="list-style-type: none"> Mã quốc gia. Phân đoạn thị trường. Kênh (cách thức đặt buồng đến được với khách sạn). Nguồn đặt buồng. 	<p>Thông tin này được sử dụng để Ban giám đốc khách sạn có khái niệm tổng quát về nguồn gốc và các loại hình đặt buồng của khách sạn.</p> <p>Thông tin này còn được sử dụng để đưa ra các quyết định quản lý.</p>	Biết chi tiết về thị trường khách sạn bạn hướng tới. (xem tiếp thị và bán buồng).
20. Lưu giữ hồ sơ đặt buồng	Lưu giữ bất kỳ tài liệu đặt buồng nào dưới mọi hình thức (thư điện tử, fax, bản in) vào nơi thích hợp.	<ul style="list-style-type: none"> Ghi lại những thông tin sau vào tài liệu: <ul style="list-style-type: none"> Số xác nhận. Ngày đến (ngày bằng số, tháng bằng chữ, năm bằng số VD: 18 tháng 1 năm 2008). Chữ cái đầu tiên của tên khách. Lưu giữ tài liệu đặt buồng theo quy trình của khách sạn. 	Để giúp quy trình đặt buồng được hiệu quả và việc tìm lại tài liệu đặt buồng được dễ dàng.	<p>Kiến thức về hệ thống lưu giữ tài liệu được sử dụng trong Bộ phận Đặt giữ buồng. (Tham khảo phần quản lý đặt buồng).</p> <p>Một số khách sạn nhập dữ liệu trực tiếp vào hệ thống máy tính. Trong trường hợp này không có tài liệu đặt buồng được lưu lại. Xem thêm phần quản lý đặt buồng.</p>

CÔNG VIỆC SỐ 7: PHẦN VIỆC SỐ 7.4:

ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LẺ Đặt buồng – Khách hàng thường xuyên

Khách quen là khách đã từng ở khách sạn của bạn nhiều lần trước đó. Hồ sơ về khách hàng của khách sạn cần chứa những thông tin chi tiết quan trọng nhất của người khách đó. Có thể khách tự đặt buồng hay thông qua một trung gian nào đó.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Trả lời điện thoại	Nhắc điện thoại.	<ul style="list-style-type: none">Tuân theo kỹ năng về điện thoại.	Mọi nhân viên nên trả lời điện thoại theo cách giống nhau.	Kỹ năng điện thoại (công việc số 5).
2. Ghi lại chi tiết của người gọi	Lắng nghe cẩn thận.	<ul style="list-style-type: none">Xác định tên người gọi và tên công ty.	Để bạn có thể tiếp tục cuộc gọi đặt buồng bằng cách sử dụng tên người gọi và đưa ra mức giá thích hợp (hợp tác).	
3. Tìm cơ sở dữ liệu	Tra cứu thông tin chi tiết của khách hàng trong hệ thống.	<ul style="list-style-type: none">Kiểm tra tên khách.Trường hợp không tìm thấy tên khách, hãy tra cứu theo tên công ty.	Để tránh cho khách phải nhắc lại mọi thông tin chi tiết và các yêu cầu đặt buồng.	
4. Nếu tìm được tên khách – Hoan nghênh khách quay lại khách sạn	Cho thấy bạn vui mừng khi khách lại tới và xác nhận rằng bạn sẽ chỉ hỏi một vài chi tiết thôi.	<ul style="list-style-type: none">Xác nhận đây là một yêu cầu đặt buồng lặp lại.Kiểm tra lại hồ sơ của khách và mô tả lại các yêu cầu đặc biệt sẽ được cung cấp.	Cho thấy bạn nhận ra khách.	Tùy thuộc quốc tịch của khách đặt buồng và mức độ thân quen của nhân viên đặt giữ buồng với khách mà đưa ra cách thức cho phù hợp.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
5. Xin chi tiết đặt buồng	Hỏi ngày đến và ngày đi và hỏi xem khách có yêu cầu được ở buồng như lần trước không.	<ul style="list-style-type: none"> Ngày đến và ngày rời khỏi khách sạn. Xác nhận lại yêu cầu buồng nghỉ theo yêu cầu trước đây của khách. 	Để có thể kiểm tra có buồng hay không.	
6. Nếu có buồng	Xác nhận lại việc còn buồng, giá buồng và hình thức đảm bảo đặt buồng.	<ul style="list-style-type: none"> Nhắc lại ngày đến và ngày rời khỏi khách sạn. Xác nhận lại loại buồng. Xác nhận giá buồng. Xác nhận lại việc bảo đảm nếu khách đến muộn. 	<p>Để đảm bảo ngày chính xác.</p> <p>Trong trường hợp khách có yêu cầu đặt buồng khác.</p> <p>Đặc biệt quan trọng nếu khách sạn có hệ thống giá linh hoạt.</p> <p>Để đạt được thoả thuận của khách hàng về bảo lãnh.</p>	
7. Nếu không còn buồng	Nói: <i>“Rất tiếc chúng tôi không còn buồng vào hôm đó, tuy nhiên chúng tôi vẫn có buồng vào ngày...”</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Đưa ra nhiều sự lựa chọn. 	Để khách thấy rằng bạn đã cố gắng hết sức nhằm đáp ứng yêu cầu của họ.	<p>Tham khảo phần lựa chọn thay thế.</p> <p>LƯU Ý: Phần lớn các khách sạn đều không được từ chối một số khách hàng/ người thuê buồng nhất định. Do vậy nếu có bất kỳ tranh chấp nào cần xin ý kiến của người giám sát.</p>

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
8. Kết thúc đặt buồng	Nói: <i>“Tôi vừa hoàn tất đặt buồng cho quý khách, thưa TÊN KHÁCH – nhắc lại chi tiết – chúng tôi mong được tiếp đón quý khách trở lại TÊN KHÁCH SẠN.”</i>	<ul style="list-style-type: none"> Nhắc lại chi tiết. Bày tỏ sự cảm kích của mình về việc khách tiếp tục đặt buồng ở khách sạn. 	<p>Để đảm bảo rằng bạn đã ghi đúng thông tin.</p> <p>Để cho khách thấy sự cảm kích của khách sạn đối với việc khách quay trở lại khách sạn.</p>	
9. Hoàn tất đặt buồng	Theo tiêu chuẩn đặt buồng cá nhân.			

CÔNG VIỆC SỐ 7: ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LẺ

PHẦN VIỆC SỐ 7.5 : Giữ đặt buồng ở chế độ chờ

Nếu những đề nghị về sự lựa chọn các ngày lưu và hoặc buồng thay thế không phù hợp cho khách thì có thể tuân theo quy trình sau:

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Gọi ý xếp yêu cầu đặt buồng của khách vào danh sách chờ	Nói: <i>"Tôi rất lấy làm tiếc rằng hiện chúng tôi không thể giúp đỡ quý khách được, tuy vậy tôi có thể đưa yêu cầu đặt buồng của quý khách vào danh sách chờ đợi. Chúng tôi sẽ liên lạc với quý khách ngay khi có buồng theo yêu cầu, như vậy quý khách hài lòng chứ?"</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Luôn luôn đề nghị đưa vào danh sách chờ đợi. Nếu khách không đồng ý phương án xếp vào danh sách chờ đợi hãy gọi ý cho họ một khách sạn khác còn buồng. 	<p>Vì đó là một dịch vụ đối với khách hàng.</p> <p>Như vậy khách hiểu rằng họ có thể tin tưởng vào khách sạn của bạn trong việc tìm ra một giải pháp, nhờ đó sau này họ sẽ gọi điện đến khách sạn của bạn để đặt buồng.</p>	
2. Hỏi thông tin chi tiết của khách	Hỏi: <i>"Quý khách vui lòng cho chúng tôi biết quý danh và số điện thoại, thưa TÊN NGƯỜI GỌI?"</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Lấy các thông tin sau: <ul style="list-style-type: none"> Tên khách. Số điện thoại. 	Để bạn có thể đưa những chi tiết của khách vào danh sách chờ đợi.	
3. Thông báo với khách hướng giải quyết	Giải thích rằng bạn sẽ liên lạc với khách ngay khi có buồng.	<ul style="list-style-type: none"> Giải thích rằng bạn không thể đảm bảo chắc chắn sẽ có buồng. Bảo đảm với khách rằng bạn sẽ gọi cho họ ít nhất XX ngày trước thời điểm họ tới khách sạn, ngay cả khi khách sạn không còn buồng trống. 	<p>Để đảm bảo rằng sẽ không có sự mong chờ không chắc chắn nào từ khách hàng.</p> <p>Vì đó là phép lịch sự và để giúp khách chuyển và giải quyết yêu cầu đặt buồng của họ.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
4. Kết thúc cuộc gọi	Hỏi : “Tôi có thể giúp quý khách gì nữa không?” và “Cảm ơn quý khách vì đã gọi cho TÊN KHÁCH SẠN, thưa TÊN KHÁCH”.	<ul style="list-style-type: none"> • Xác định xem người gọi có yêu cầu gì nữa không. • Cảm ơn người gọi. • Gọi tên người gọi. • Chờ hết tín hiệu liên lạc rồi mới cúp máy. 	<p>Tạo điều kiện để người gọi tiếp tục cuộc đàm thoại.</p> <p>Cho thấy bạn trân trọng cuộc gọi.</p> <p>Thể hiện phép lịch sự.</p>	
5. Quản lý	Đánh dấu ngày yêu cầu vào danh sách chờ.	<ul style="list-style-type: none"> • Ghi lại tên và số điện thoại (nhập vào hệ thống PMS hoặc thủ công) vào danh sách chờ. 	Để bạn có thể liên lạc với khách ngay khi có buồng.	Tuân theo quy trình danh sách chờ của khách sạn.

CÔNG VIỆC SỐ 7: ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LẺ

PHẦN VIỆC SỐ 7.6: Xác nhận lại đặt buồng ở chế độ chờ

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Gọi cho khách	Tuân theo quy trình gọi điện thoại ra ngoài.	<ul style="list-style-type: none"> Tự giới thiệu. 		Xem kỹ năng thuộc phần việc số 5.11.
2. Giải thích việc có buồng trống	Nói: <i>“Thưa ngài TÊN KHÁCH, Tôi rất vui mừng báo cho quý khách biết khách sạn chúng tôi có buồng vào – đưa thông tin chi tiết-, vậy tôi sẽ xác nhận việc đặt buồng vào ngày hôm đó chứ?”</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Xác nhận lại ngày và yêu cầu buồng. Hỏi về đặt buồng. 	<p>Để bảo đảm rằng khách vẫn có yêu cầu như trước.</p> <p>Để chuyển đặt buồng trong danh sách chờ đợi thành đặt buồng của khách sạn.</p>	
3. Tiếp tục quy trình đặt buồng	Tuân theo quy trình đặt buồng.			
4. Nếu khách không đặt buồng nữa	Xác nhận rằng bạn sẽ đưa tên khách ra khỏi danh sách chờ.	<ul style="list-style-type: none"> Hủy đặt buồng trong danh sách chờ. 	Vì khách không yêu cầu đặt buồng nữa.	
5. Kết thúc cuộc gọi	Hỏi : <i>“Tôi có thể giúp quý khách được gì nữa không?”</i> và <i>“Cảm ơn quý khách vì đã quan tâm tới TÊN KHÁCH SẠN, thưa TÊN NGƯỜI GỌI”</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Xác định xem người gọi có yêu cầu gì nữa không. Cảm ơn người gọi. Gọi tên người gọi. Chờ hết tín hiệu rồi mới cúp máy. 	<p>Tạo điều kiện để người gọi tiếp tục cuộc đàm thoại.</p> <p>Cho thấy bạn trân trọng cuộc gọi.</p> <p>Thể hiện phép lịch sự.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 7: ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LẺ

PHẦN VIỆC SỐ 7.7: Từ chối đặt buồng

Quy trình này là một phần trong công việc đặt giữ buồng và phải được tuân thủ khi việc đặt giữ buồng không thể thực hiện hoặc không được đưa vào danh sách chờ và khi đổi ngày/loại buồng không được khách chấp nhận.

Ghi lại các chi tiết về từ chối đặt buồng là việc làm quan trọng đối với khách sạn, bởi vì:

- Các lý do từ chối là các thông tin tiếp thị quan trọng (như giá của khách sạn so với các khách sạn cạnh tranh).
- Số lần từ chối vào một ngày nào đó được mang ra xem xét khi nghiên cứu về nhu cầu buồng vào ngày cụ thể đó.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Kết thúc cuộc gọi đặt buồng	Nói: <i>"Cảm ơn quý khách đã gọi điện đến TÊN KHÁCH SẠN, thưa TÊN KHÁCH. Tôi rất lấy làm tiếc vì lần này không thể giúp gì được cho quý khách, nhưng hy vọng sẽ được chào đón quý khách tới khách sạn chúng tôi trong thời gian tới"</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Cảm ơn người gọi vì đã gọi điện đến khách sạn. Gọi tên người gọi. Chỉ cúp máy khi người gọi tắt tín hiệu liên lạc. 	<p>Để bày tỏ sự cảm kích vì khách đã gọi điện tới khách sạn của bạn.</p> <p>Để giúp cuộc gọi được thân mật hơn.</p> <p>Vì đó là phép lịch sự.</p>	
2. Quản lý	Ghi lại đặt buồng bị từ chối.	<ul style="list-style-type: none"> Điền các thông tin vào chính xác các mục trong PMS. Nhập lý do từ chối. 	Để có thể dùng những lý do khiến đặt buồng bị từ chối vào việc phân tích và đưa ra những quyết định kinh doanh trong tương lai.	

CÔNG VIỆC SỐ 7: ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LẺ
PHẦN VIỆC SỐ 7.8: Xử lý việc thay đổi đặt buồng

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Trả lời điện thoại	Nhắc máy điện thoại.	<ul style="list-style-type: none"> Theo kỹ năng về điện thoại. 	Tất cả nhân viên trả lời điện thoại giống nhau.	Quy định của khách sạn về việc huỷ đặt buồng.
2. Lắng nghe người gọi	Hỏi: <i>“Quý khách muốn thay đổi yêu cầu đặt buồng nào?”</i> và chú ý lắng nghe thông tin của người gọi.	<ul style="list-style-type: none"> Có được các thông tin sau: <ul style="list-style-type: none"> Tên của khách. Ngày đến. Số xác nhận. Nhập thông tin vào hệ thống PMS. 	Gọi ra đúng yêu cầu đặt buồng từ hệ thống PMS.	Chương 3.3 trang 13, Giáo trình nghiệp vụ Lễ tân: <i>Bảng ngữ âm chữ cái quốc tế.</i>
3. Nhắc lại những chi tiết của yêu cầu đặt buồng	Đọc các chi tiết của yêu cầu đặt buồng.	<ul style="list-style-type: none"> Nhắc lại tên khách, ngày đến, trong trường hợp có thể thì nhắc lại cả tên công ty. 	Để đảm bảo bạn đang thực hiện thay đổi chính xác yêu cầu đặt buồng.	
4. Tiếp nhận thay đổi	Chú ý lắng nghe yêu cầu của người gọi. Nhắc lại thông tin mà người gọi vừa cung cấp.	<ul style="list-style-type: none"> Nắm được các chi tiết thay đổi theo yêu cầu. 	Để đảm bảo chắc chắn rằng bạn hiểu chính xác những yêu cầu thay đổi.	
5. Kiểm tra xem những yêu cầu thay đổi của khách có thực hiện được không	Kiểm tra khả năng của khách sạn có đáp ứng được yêu cầu thay đổi hay không.	<ul style="list-style-type: none"> Kiểm tra yêu cầu thay đổi trong hệ thống PMS. 	Những thay đổi về ngày, loại buồng, số lượng khách sẽ ảnh hưởng đến điều kiện sẵn có của khách sạn.	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
6. Thực hiện thay đổi	Thay đổi chi tiết yêu cầu đặt buồng theo yêu cầu của người gọi.	<ul style="list-style-type: none"> Nhập thông tin vào PMS. 	Như vậy yêu cầu đặt buồng lưu trong hệ thống PMS phản ánh những chi tiết thay đổi gần đây nhất.	
7. Từ chối thay đổi	<p>Nói với người gọi đến: <i>“Rất tiếc chúng tôi không có buồng vào ngày đó, do đó chúng tôi không thể thay đổi buồng đặt nhưng chúng tôi có thể đưa ông vào danh sách chờ, thế có được không thưa ông...”</i>.</p> <p>Ghi lại vào hồ sơ khách hàng.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Từ chối yêu cầu thay đổi và đưa ra lý do từ chối. Đưa ra giải pháp khác. Nhập thông tin vào PMS. 	<p>Để giải thích cẩn thận cho người gọi đến rằng không thể thay đổi do đã hết buồng, nhưng vẫn có thể đưa ra một giải pháp khác.</p> <p>Để cả nhân viên đặt giữ buồng và nhân viên lễ tân tham khảo nếu có phát sinh thắc mắc.</p>	Một số loại giá buồng không cho phép thay đổi đặt buồng, do đó các đặt buồng này không thể thay đổi được mà không có phí phát sinh.
8. Lấy tên của người gọi đến	Hỏi : <i>“Tôi có thể biết tên của ông được không ?”</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Nhập thông tin của người gọi vào hệ thống PMS. 	Để sau này tham khảo nếu có thắc mắc về những thay đổi, có thể liên hệ đúng người cần thiết.	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
9. Kết thúc cuộc gọi đặt buồng	Nói: <i>“Tôi còn có thể giúp gì được ngài nữa không?”</i> và <i>“Cảm ơn quý khách đã gọi điện đến TÊN KHÁCH SẠN, thưa TÊN KHÁCH”</i> .	<ul style="list-style-type: none"> • Cảm ơn người gọi vì đã gọi điện đến khách sạn. • Gọi tên người gọi. • Chỉ cúp máy khi người gọi tắt tín hiệu liên lạc. 	<p>Để bày tỏ sự cảm kích vì khách đã gọi điện tới khách sạn của bạn.</p> <p>Để giúp cuộc gọi được thân mật hơn.</p> <p>Vì đó là phép lịch sự.</p>	
10. Quản lý	Thay đổi lại hồ sơ đặt buồng một cách chính xác.	<ul style="list-style-type: none"> • Trường hợp có thay đổi về ngày hoặc tên khách thì phải thay đổi trong các tài liệu với số liệu mới nhất. • Viết tên của bạn vào mẫu thay đổi đặt buồng. 	<p>Để hồ sơ đặt buồng đúng với số liệu đã nhập vào hệ thống PMS.</p> <p>Trong trường hợp cần thiết có thể dễ dàng biết được ai là người thực hiện thay đổi.</p>	Một số khách sạn sử dụng mẫu phiếu thay đổi đặt buồng, mẫu này được đính kèm theo mẫu đặt buồng tương ứng.

CÔNG VIỆC SỐ 7: ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LỄ

PHẦN VIỆC SỐ 7.9: Xử lý việc huỷ đặt buồng

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Trả lời điện thoại	Nhắc máy điện thoại.	<ul style="list-style-type: none"> Theo các kỹ năng về điện thoại. 	Tất cả nhân viên phải tự giới thiệu khi trả lời điện thoại.	Quy định về việc huỷ đặt buồng của khách sạn.
2. Lắng nghe	Hãy hỏi: “ <i>Quý khách muốn huỷ đặt buồng nào?</i> ”. Và lắng nghe người gọi một cách cẩn thận.	<ul style="list-style-type: none"> Thu thập các thông tin sau: <ul style="list-style-type: none"> Tên khách. Ngày đến. Số xác nhận. Nhập các thông tin này vào hệ thống PMS. 	Để tìm được (các) đặt buồng chính xác.	Chương 3.3 trang 13, Giáo trình Nghiệp vụ Lễ tân: <i>Bảng ngữ âm chữ cái quốc tế</i> .
3. Nhắc lại các chi tiết về đặt buồng	Đọc các chi tiết về đặt buồng.	<ul style="list-style-type: none"> Nhắc lại ít nhất là tên khách, ngày đến và nếu có thể, tên công ty nữa. 	Để đảm bảo rằng bạn đang huỷ đặt buồng chính xác.	
4. Hỏi tên của người gọi	Hãy hỏi: “ <i>Quý khách vui lòng cho biết tên để tham khảo</i> ”.	<ul style="list-style-type: none"> Nhập tên của người gọi vào hệ thống PMS. 	Để tham khảo về sau, nếu có gì liên quan đến việc huỷ bỏ, bạn có thể liên lạc với đúng người.	
5. Hỏi lý do về việc huỷ đặt buồng	Hãy hỏi: “ <i>Tôi có thể biết lý do về việc huỷ đặt buồng được không?</i> ”.	<ul style="list-style-type: none"> Hỏi yêu cầu huỷ đặt buồng một cách lịch sự. 	Để hiểu rõ lý do tại sao khách huỷ buồng đã đặt để thông báo cho Bộ phận Đặt giữ buồng biết.	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
6. Phí hủy bỏ	Thông báo cho người gọi biết về phí hủy bỏ nếu có.	<ul style="list-style-type: none"> Tuân theo các tiêu chuẩn của khách sạn. Thông báo phí cho người gọi đến. Xác định hình thức thanh toán. 	Tùy thuộc vào loại phí hủy bỏ có thể áp dụng, người gọi phải được thông báo về các khoản phí này.	Hướng dẫn về hủy bỏ (theo tiêu chuẩn khách sạn). Nói chung, những khách quen hoặc người đặt buồng trung thành thường được đối xử nhẹ nhàng hơn những khách “một lần”.
7. Hủy bỏ đặt buồng	Theo các hướng dẫn của hệ thống PMS.	<ul style="list-style-type: none"> Tình trạng đặt buồng phải là ĐÃ HỦY hoặc CXL. 	Việc đặt buồng phải được hủy thực sự trong hệ thống PMS.	Hướng dẫn sử dụng hệ thống PMS.
8. Thông báo tên và mã số hủy buồng	Hãy nói: <i>“Tôi tên là Phương, mã số hủy buồng là XXX”</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Cho biết tên của bạn. Cho biết mã số hủy buồng. 	Để xác nhận với người gọi. Trong mọi trường hợp thắc mắc khách phải có mã số hủy buồng đối với bất kỳ đặt buồng nào đã hủy.	
9. Kết thúc cuộc gọi	Hãy hỏi: <i>“Tôi còn có thể giúp gì được nữa không?”</i> và <i>“Cảm ơn ông đã gọi đến (TÊN KHÁCH SẠN), thưa ông (TÊN KHÁCH)”</i> .	<ul style="list-style-type: none"> Xác định xem khách có còn yêu cầu gì nữa không. Cảm ơn người gọi. Hãy gọi tên người gọi. Hãy đợi đến khi người gọi cúp máy trước. 	<p>Tạo cơ hội cho người gọi tiếp tục cuộc đàm thoại.</p> <p>Cho khách thấy rằng bạn đánh giá cao cuộc gọi.</p> <p>Vì phép lịch sự.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
10. Quản lý	Lấy các văn bản đặt buồng ra khỏi hồ sơ lưu đặt buồng.	<ul style="list-style-type: none"> Viết CXL hoặc ĐÃ HỦY lên phiếu đặt buồng và để vào nơi thích hợp. Thông báo cho các bộ phận liên quan. Ký tắt tên bạn lên tài liệu. Viết mã số huỷ bỏ và ngày huỷ bỏ lên tài liệu. Nếu có nhiều phiếu huỷ bỏ, hãy báo cho người giám sát. 	<p>Để cho mọi người được rõ ràng rằng việc đặt buồng đã được huỷ bỏ.</p> <p>Trong trường hợp có sự kiện hoặc hội nghị đã được đặt trước.</p> <p>Cho thấy ai là người đã huỷ đặt buồng.</p> <p>Việc huỷ bỏ ảnh hưởng đến số buồng trống.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 7: ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LẺ

PHẦN VIỆC SỐ 7.10: Quy định về huỷ đặt buồng của khách sạn (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
Quy định về huỷ đặt buồng	Mỗi (chuỗi) khách sạn có các quy định và nguyên tắc riêng về việc huỷ đặt buồng. Quy định về huỷ đặt buồng chỉ ra các điều kiện mà theo đó việc đặt buồng có thể được thay đổi hoặc huỷ bỏ.	<ul style="list-style-type: none"> Quy định về huỷ đặt buồng phải luôn được thực hiện nghiêm túc. Luôn liên hệ với người giám sát nếu bạn thấy rằng quy định về huỷ đặt buồng không thể áp dụng trong trường hợp này. 	<p>Đảm bảo rằng tất cả mọi khách đều được đối xử như nhau và để tránh phải tranh luận với khách về quy định.</p> <p>Chỉ có người giám sát mới có quyền quyết định việc không tuân thủ quy định về huỷ đặt buồng.</p>	Các (chuỗi) khách sạn lớn đều có các quy định về huỷ buồng khác nhau, cho các hạng mức giá buồng khác nhau.

CÔNG VIỆC SỐ 7:

ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LẺ

PHẦN VIỆC SỐ 7.11:

Xử lý việc huỷ đặt buồng không bảo đảm vào ngày khách đến

Ghi chú: Việc này thường được nhân viên bộ phận lễ tân thực hiện.

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Kiểm tra danh sách khách đến	In danh sách khách đến trong ngày hoặc chép lại danh sách trên màn hình máy tính.	<ul style="list-style-type: none">Chọn ra các đặt buồng KHÔNG CÓ ĐẢM BẢO.	Kiểm tra xem có đặt buồng nào cần phải huỷ bỏ vì bạn không chắc khách sẽ đến.	Cách vận hành hệ thống PMS. Các quy định của khách sạn về các đặt buồng không có đảm bảo.
2. Huỷ đặt buồng	Huỷ đặt buồng đã đặt.	<ul style="list-style-type: none">Kiểm tra các tài liệu xem các đặt buồng có thực sự không được đảm bảo không.Kiểm tra tên khách và tên công ty.Kiểm tra các chi tiết chuyến bay.Huỷ việc đặt buồng, nhập vào sổ cho thuê lại sau 4 (hoặc 6) giờ chiều cho lý do huỷ đặt buồng.Nếu đó là khách quen hoặc khách của công ty quen, hãy kiểm tra lại cùng người giám sát.	<p>Chắc chắn rằng bạn không mắc phải sai sót nào.</p> <p>Nếu biết các chi tiết về chuyến bay, hãy kiểm tra chuyến bay có bị chậm không.</p> <p>Chắc chắn rằng khách sạn sẽ không giữ những đặt buồng không có đảm bảo. Chúng ta phải bảo vệ việc kinh doanh của khách sạn.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 7:**ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LẺ****PHẦN VIỆC SỐ 7.12:****Xử lý việc khách đặt buồng nhưng không đến**

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Kiểm tra danh sách khách đặt buồng nhưng không đến	In danh sách khách không đến của ngày hôm trước.	<ul style="list-style-type: none"> Kiểm tra theo tên khách và tên công ty của khách. Kiểm tra các tài liệu về đảm bảo đặt buồng. 	<p>Có thể xảy ra trường hợp đặt buồng đúng hoặc viết sai chính tả tên khách.</p> <p>Chắc chắn rằng việc đặt buồng sẽ đảm bảo cho các đối tượng khách đến muộn.</p>	<p>Cách vận hành hệ thống PMS.</p> <p>Quy định của khách sạn về việc tính phí cho khách không đến.</p>
2. Liên hệ với người đặt buồng	Gọi điện thoại, gửi fax hoặc thư điện tử cho người đã thực hiện việc đặt buồng.	<ul style="list-style-type: none"> Giải thích rằng khách đã không đến. Tạo cơ hội giải thích cho người đặt buồng. Nếu là khách hoặc công ty khách hàng thường xuyên thì báo cho người giám sát. Giải thích rằng khách không đến như đã đặt thì sẽ bị tính phí. 	<p>Có thể là sai lầm, nhất là với khách quen của khách sạn nếu lúc nào cũng áp dụng tính phí không đến.</p> <p>Giải thích cho người đặt buồng biết các quy định sẽ được áp dụng.</p>	
3. Thông báo mức phí đối với khách đặt buồng nhưng không đến	Chuyển thông tin đến người chịu trách nhiệm tính tiền phạt.	<ul style="list-style-type: none"> Đính kèm tất cả tài liệu vào danh sách khách không đến. 	Theo cách này tất cả các thông tin sẽ được lưu giữ cùng nhau.	

CÔNG VIỆC SỐ 7:

ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LẺ

PHẦN VIỆC SỐ 7.13:

Quy định của khách sạn về xử lý khách đặt buồng nhưng không đến (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
Quy định về khách đặt buồng nhưng không đến	<p>Mỗi (chuỗi) khách sạn đều có quy định và chính sách cụ thể về khách không đến. Quy định về khách không đến hướng dẫn cách xử lý đối với những khách đã đặt buồng nhưng không đến.</p> <p>Thông thường, các khách hàng thường xuyên hoặc trung thành được hưởng các ưu đãi hơn so với khách đặt buồng đến một lần.</p>	<ul style="list-style-type: none">Quy định về khách đặt buồng nhưng không đến luôn phải được tuân thủ chặt chẽ.Luôn liên hệ với người giám sát nếu bạn cảm thấy quy định về khách đã đặt buồng nhưng không đến là không thể áp dụng được.	<p>Đảm bảo rằng tất cả khách hàng đều được đối xử công bằng và để tránh phải tranh luận với khách về quy định của khách sạn.</p> <p>Chỉ có người giám sát mới có quyền quyết định về chính sách khách không đến.</p> <p>Để bảo vệ mối quan hệ tốt với các khách hàng trung thành.</p>	

**CÔNG VIỆC SỐ 7:
PHẦN VIỆC SỐ 7.14:**

ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LẺ

Các chương trình dành cho khách hàng trung thành và khách hàng là hội viên của hãng hàng không (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Chương trình khách hàng trung thành</p>	<p>Nhiều chuỗi khách sạn đã thực hiện các chương trình nâng cao số lượng khách trung thành đến với chuỗi khách sạn của họ (bằng cách khuyến khích khách luôn đặt tại các khách sạn cùng trong chuỗi khách sạn). Các chương trình khách trung thành này cung cấp nhiều lợi ích cho khách dựa vào tần suất sử dụng buồng.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Biết mọi chi tiết về chương trình khách hàng trung thành của khách sạn. • Đảm bảo bạn đã xác định rõ khách có là thành viên hay không mỗi khi làm thủ tục đăng ký khách sạn. • Mời khách trở thành thành viên nếu họ chưa tham gia vào chương trình. 	<p>Bạn biết chính xác khách được hưởng gì.</p> <p>Đảm bảo rằng khách được hưởng đúng quyền lợi.</p> <p>Khuyến khích khách trở thành khách hàng trung thành của khách sạn.</p>	<p>Mỗi chương trình dành cho khách hàng trung thành đều có tên riêng, có thể còn được gọi là: Chương trình cho khách được giới thiệu.</p>
<p>2. Các chương trình cho khách hàng là hội viên của hãng hàng không</p>	<p>Các hãng hàng không có các chương trình dành cho khách trung thành cũng giống như chương trình của các khách sạn. Nhiều chương trình của các hãng hàng không được kết hợp với các (chuỗi) khách sạn. Bằng việc lưu trú trong các khách sạn kết hợp đó, những người đi máy bay cũng được số điểm hoặc dặm như chương trình của hãng hàng không.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Biết được chương trình khách thường xuyên bay của hãng hàng không mà khách sạn kết hợp. • Biết được lợi ích mang lại cho khách sạn của các chương trình này. 	<p>Bạn biết chính xác khách được hưởng gì.</p>	<p>Các chương trình khách hàng trung thành của hãng hàng không còn được gọi là Chương trình Khách bay thường xuyên.</p>

CÔNG VIỆC SỐ 7: ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LẺ

PHẦN VIỆC SỐ 7.15: Bảo đảm đặt buồng – Thẻ tín dụng

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Hỏi loại thẻ tín dụng	Hỏi khách sẽ dùng loại thẻ tín dụng nào để bảo đảm cho đặt buồng của họ.	<ul style="list-style-type: none"> Xác định xem loại thẻ tín dụng đó có được khách sạn chấp thuận không. Điền tên và số hiệu thẻ tín dụng vào nơi thích hợp. 	Khách sạn chỉ có thể thanh toán bằng thẻ tín dụng của một số hãng. Do vậy cần phải biết số hiệu của từng loại thẻ.	
2. Hỏi tên chủ thẻ tín dụng	Hỏi tên chủ thẻ tín dụng.	<ul style="list-style-type: none"> Tên chủ thẻ phải trùng với tên khách. 		
3. Hỏi số thẻ tín dụng	Hỏi khách số thẻ tín dụng.	<ul style="list-style-type: none"> Nhắc lại từng chữ số trên thẻ tín dụng với khách. Điền số thẻ vào nơi thích hợp. 	<p>Để xác nhận lại rằng bạn đã hiểu đúng số thẻ.</p> <p>Để có bản ghi lại số thẻ tín dụng.</p>	Xem thêm phần những loại thẻ tín dụng được khách sạn chấp nhận.
4. Hỏi hạn sử dụng của thẻ	Hỏi khách hạn sử dụng của thẻ.	<ul style="list-style-type: none"> Điền tháng và năm vào nơi thích hợp. 	Chỉ chấp nhận những thẻ tín dụng còn hạn sử dụng.	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
5. Xác nhận lại việc bảo đảm	Nhắc lại rằng đây là đặt buồng có bảo đảm; trường hợp khách không đến thì tiền buồng cho đêm đầu tiên vẫn sẽ bị trừ vào thẻ tín dụng nếu khách không huỷ đặt buồng trước XX giờ tối.	<ul style="list-style-type: none"> • Giải thích với khách rằng khách sạn sẽ vẫn tính phí trường hợp khách không đến. • Giải thích với khách đến mấy giờ thì có thể huỷ đặt buồng mà không bị tính phí. 	Để đảm bảo rằng khách biết được điều này.	Có một số mức giá nhất định không thể huỷ đặt buồng được, do vậy khách sẽ luôn bị tính phí nếu huỷ đặt buồng hoặc không đến. Biết rõ về chính sách huỷ bỏ/khách không đến của khách sạn.
6. Quản lý	Chuyển đổi đặt buồng đó thành tình trạng đặt buồng có đảm bảo.	<ul style="list-style-type: none"> • Chuyển đổi đặt buồng đó thành tình trạng đặt buồng có đảm bảo. 	Để thấy rõ rằng đặt buồng đó là có được đảm bảo.	Thực tế một số khách sạn nhận ủy quyền thẻ tín dụng để thanh toán các khoản khác sau này.

CÔNG VIỆC SỐ 7:

ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LẺ

PHẦN VIỆC SỐ 7.16:

Bảo đảm đặt buồng – Công ty thanh toán

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Xác định hình thức bảo đảm	Hỏi người gọi xem đặt buồng sẽ được bảo đảm bằng hình thức nào.	<ul style="list-style-type: none">Xác định xem công ty hay hãng đã thoả thuận với khách sạn chưa.	Khách sạn chỉ chấp nhận bảo đảm bằng văn bản sau khi đã có thoả thuận đặc biệt với công ty hay hãng lữ hành.	
2. Yêu cầu xác nhận bằng văn bản	Bằng việc đề nghị người đặt buồng gửi một bản xác nhận.	<ul style="list-style-type: none">Bản xác nhận nên chỉ ra rằng đặt buồng này được xác nhận cho việc khách đến muộn.	Để có văn bản hỗ trợ cho thoả thuận đã thực hiện với người đặt buồng.	
3. Xác nhận lại việc đảm bảo	Hãy nói rằng đặt buồng này là đặt buồng có đảm bảo. Nếu khách không đến thì sẽ bị tính phí đêm buồng đầu tiên vào thẻ tín dụng trừ khi đặt buồng được hủy trước XX giờ chiều.	<ul style="list-style-type: none">Giải thích rằng khách sẽ bị tính phí trong trường hợp khách không đến.Giải thích rõ việc hủy đặt buồng trước mấy giờ thì không bị tính phí.	Đảm bảo rằng khách hiểu rõ việc này.	Một số mức giá không thể hủy bỏ được, do vậy khách sẽ luôn bị tính phí nếu hủy đặt buồng hoặc không đến.
4. Quản lý	Chuyển đổi đặt buồng đó thành tình trạng đặt buồng có đảm bảo khi khách sạn đã nhận được xác nhận.	<ul style="list-style-type: none">Chỉ chuyển đổi tình trạng đặt buồng sau khi bạn nhận được xác nhận.Đính kèm bản xác nhận vào đặt buồng thích hợp.	Khách sạn chỉ có thể nhận được tiền thanh toán trong trường hợp khách không đến nếu có xác nhận bằng văn bản. Để dễ dàng tìm lại được bản xác nhận.	

CÔNG VIỆC SỐ 7: ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LẺ

PHẦN VIỆC SỐ 7.17: Bảo đảm đặt buồng – Đặt cọc

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Xác định hình thức đảm bảo	Hỏi người gọi xem đặt buồng được bảo đảm bằng hình thức nào.	<ul style="list-style-type: none"> Xác định xem có còn đủ thời gian cho khoản thanh toán kịp đến khách sạn không. 	Việc bảo đảm chỉ có giá trị sau khi khoản đặt cọc đã đến khách sạn. Cần phải có một khoảng thời gian nhất định để thu xếp việc này.	
2. Xác nhận lại việc đặt cọc	Giải thích rõ số tiền thanh toán và chi tiết về ngân hàng.	<ul style="list-style-type: none"> Cung cấp chi tiết về ngân hàng. Xác nhận số tiền đặt cọc cần thiết. Yêu cầu có hóa đơn chuyển tiền qua ngân hàng. Cung cấp mã số tham khảo để chuyển tiền (thường là số đặt buồng). 	<p>Đảm bảo rằng khách sạn đã nhận được khoản tiền đặt cọc cần thiết.</p> <p>Để phòng kế toán dễ dàng tìm kiếm tiền đặt cọc cho đặt buồng.</p>	
3. Xác nhận lại việc đảm bảo	Thông báo rằng đặt buồng đã được chuyển thành có đảm bảo; trường hợp khách không đến thì khách sạn sẽ tính tiền phạt cho đêm buồng đầu tiên vào thẻ tín dụng của khách, nếu khách không hủy đặt buồng trước XX giờ chiều.	<ul style="list-style-type: none"> Giải thích rằng khách sẽ bị tính phí trong trường hợp khách không đến. Giải thích rõ việc hủy đặt buồng trước mấy giờ thì không bị tính phí. 	Đảm bảo rằng khách hiểu rõ việc này.	Một số mức giá không thể hủy bỏ được, do vậy khách sẽ luôn bị tính phí nếu hủy đặt buồng hoặc không đến.
4. Quản lý	Nhập thông tin vào để cho thấy là khoản tiền đặt cọc sẽ được thanh toán.	<ul style="list-style-type: none"> Bảo đảm tuân theo khoản tiền đặt cọc. Khi đã nhận được tiền đặt cọc thì phải sửa lại đặt buồng. 	Khách sạn chỉ có thể nhận được thanh toán trong trường hợp đã nhận được tiền đặt cọc, nếu khách không đến.	

CÔNG VIỆC SỐ 7: ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LẺ

PHẦN VIỆC SỐ 7.18: Bảo đảm đặt cọc – Phiếu thanh toán

Việc nhận phiếu thanh toán để đảm bảo cho đặt buồng là không phổ biến.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Xác định hình thức đảm bảo	Hỏi người gọi xem đặt buồng được bảo đảm bằng hình thức nào.	<ul style="list-style-type: none"> Xác định xem có còn đủ thời gian cho phiếu thanh toán kịp đến khách sạn không. 	Việc bảo đảm chỉ có giá trị sau khi phiếu thanh toán đã đến khách sạn. Cần phải có một khoảng thời gian nhất định để thu xếp việc này.	
2. Xác định phiếu thanh toán	Kiểm tra xem phiếu thanh toán có được khách sạn chấp nhận không.	<ul style="list-style-type: none"> Đơn vị cấp phiếu thanh toán phải nằm trong danh sách được khách sạn chấp nhận. 	Để đảm bảo rằng khách sạn vẫn nhận được tiền thanh toán trong trường hợp khách không đến.	
3. Xác nhận lại việc đảm bảo	Thông báo rằng đặt buồng đã được chuyển thành có đảm bảo; trường hợp khách không đến thì khách sạn sẽ tính tiền phạt cho đêm buồng đầu tiên vào thẻ tín dụng của khách, nếu khách không hủy đặt buồng trước XX giờ chiều.	<ul style="list-style-type: none"> Giải thích rằng khách sẽ bị tính phí trong trường hợp khách không đến. Giải thích rõ việc hủy đặt buồng trước mấy giờ thì không bị tính phí. 	Đảm bảo rằng khách hiểu rõ việc này.	Một số mức giá không thể hủy bỏ được, do vậy khách sẽ luôn bị tính phí nếu hủy đặt buồng hoặc không đến.
4. Quản lý	Nhập thông tin để theo dõi là khách sạn có nhận được phiếu thanh toán.	<ul style="list-style-type: none"> Bảo đảm làm theo sau khi nhận được phiếu thanh toán. Khi đã nhận được phiếu thanh toán thì phải sửa lại đặt buồng. 	Khách sạn chỉ có thể nhận được thanh toán trong trường hợp đã nhận được phiếu thanh toán, nếu khách không đến.	

CÔNG VIỆC SỐ 7: ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LẺ
PHẦN VIỆC SỐ 7.19: Các loại thẻ tín dụng được khách sạn chấp nhận (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Loại thẻ tín dụng</p>	<p>Hầu hết các khách sạn chấp nhận các loại thẻ khi thanh toán. Các loại thẻ được chấp nhận phổ biến nhất trên toàn cầu là:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Biết được khách sạn của bạn chấp nhận loại thẻ nào. • Làm quen với nhận dạng bên ngoài của các loại thẻ thông dụng nhất. 	<p>Để biết bạn có thể chấp nhận thanh toán bằng thẻ tín dụng hay không.</p>	
<p>Thẻ American Express</p>	<p>Số thẻ bắt đầu bằng số 34 hoặc 37, đầy đủ gồm 15 chữ số.</p>			
<p>Thẻ Visa Card</p>	<p>Số thẻ bắt đầu bằng số 4, đầy đủ gồm 16 chữ số.</p>			
<p>Thẻ MasterCard</p>	<p>Số thẻ bắt đầu bằng 51 hoặc 55, đầy đủ gồm 16 chữ số.</p>			
<p>Thẻ Diners Club</p>	<p>Số thẻ bắt đầu bằng 36, đầy đủ gồm 15 chữ số.</p>			
<p>Thẻ JCB</p>	<p>Số thẻ bắt đầu bằng 5, đầy đủ gồm 16 chữ số.</p>			

CÔNG VIỆC SỐ 7:

ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LÊ

PHẦN VIỆC SỐ 7.20:

Các loại phiếu thanh toán được khách sạn chấp nhận (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
Các loại phiếu thanh toán	Phiếu thanh toán là một giấy biên nhận mà bên thứ ba (thông thường là một đại lý du lịch hoặc hàng không) xác nhận họ đã nhận tiền thanh toán của khách. Khách sạn phải thu phiếu thanh toán này từ khách sau đó gửi hoá đơn cho bên thứ ba để được thanh toán.	<ul style="list-style-type: none">• Biết rõ khách sạn chấp nhận loại phiếu thanh toán nào.• Hãy cẩn thận vì phiếu thanh toán có giá trị như tiền, phải gìn giữ cẩn thận và không được hoàn lại.• Thanh toán bằng phiếu được khẳng định khi đặt buồng trước.	Để biết bạn có nên chấp nhận phiếu thanh toán hay không.	

CÔNG VIỆC SỐ 7: ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LẺ

PHẦN VIỆC SỐ 7.21: Khách gia hạn lưu trú

Thông thường trách nhiệm này thuộc về Bộ phận Lễ tân. Đôi khi Bộ phận Đặt giữ buồng nhận được cuộc gọi từ các công ty yêu cầu kéo dài thời gian lưu trú của khách.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Kiểm tra khả năng đáp ứng của khách sạn</p>	<p>Kiểm tra trong hệ thống PMS xem có còn buồng trống cho thời gian gia hạn này không.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kiểm tra khả năng đáp ứng của khách sạn. • Kiểm tra loại buồng còn trống. • Kiểm tra buồng khách đang ở xem có trống không. • Nếu không còn buồng trống, liên hệ với người giám sát. 	<p>Đảm bảo rằng còn buồng trống cho thời gian yêu cầu.</p> <p>Đảm bảo rằng buồng đó chưa được để dành cho khách khác.</p> <p>Người giám sát có thể xem xét cho khách ở thêm bằng cách đặt buồng quá tải.</p>	
<p>2. Kiểm tra sự cân đối chi tiêu</p>	<p>Kiểm tra dư nợ của khách trên hồ sơ của khách.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Khi đồng ý cho khách ở thêm, khách sạn phải chắc chắn rằng sẽ thu được khoản thanh toán ở thêm này. • Nếu là do công ty thanh toán, phải yêu cầu công ty xác nhận kỳ gia hạn này. 	<p>Tiền đặt cọc/mức được phép thanh toán bằng thẻ tín dụng có thể không đủ để trang trải các chi phí cho kỳ ở thêm này.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
3. Thông báo cho bộ phận phục vụ buồng và các bộ phận khác có liên quan	Gọi cho giám sát viên Phục vụ buồng, thông báo cho họ biết có khách gia hạn ở thêm.	<ul style="list-style-type: none"> • Thông báo cho bộ phận phục vụ buồng. • Thông báo cho các bộ phận khác có liên quan. 	<p>Để bộ phận Phục vụ buồng biết buồng đó khách sẽ ở thêm chứ không phải trả (theo lịch).</p> <p>Gia hạn các quyền lợi đang dành cho khách.</p>	
4. Hoàn thành việc gia hạn ở thêm	Cấp thẻ chìa khoá mới và hoàn thành việc ghi chép vào sổ.	<ul style="list-style-type: none"> • Cấp thẻ chìa khoá mới hoặc gia hạn giá trị cho thẻ chìa khoá hiện tại. • Gia hạn ở thêm phải được ghi chép vào sổ của bộ phận với các thông tin: <ul style="list-style-type: none"> - Tên khách. - Số buồng. - Ngày trả buồng theo lịch cũ. - Ngày trả buồng theo lịch mới. 	<p>Thẻ chìa khoá được lập trình cho thời gian ở khách sạn, thẻ chìa khoá đó sẽ vô hiệu vào ngày trả buồng trước của khách.</p> <p>Do đó các nhân viên trong bộ phận lễ tân biết rõ khách gia hạn ở thêm.</p>	<p>Thông thường việc này do nhân viên lễ tân thực hiện.</p> <p>Trong các khách sạn lớn, việc gia hạn ở thêm nói chung không được ghi chép vào sổ của bộ phận.</p>

CÔNG VIỆC SỐ 7: ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LẺ

PHẦN VIỆC SỐ 7.22: Các thuật ngữ chung về đặt buồng (Thuật ngữ)

Giới thiệu:

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Cut - off date <i>Ngày cắt buồng</i>	Ngày mà tại đó một số lượng buồng đã được đặt trước nhưng không xác nhận lấy sẽ được giải phóng để bán cho khách khác.	
Email <i>Thư điện tử</i>	Yêu cầu đặt buồng gửi trực tiếp tới khách sạn qua địa chỉ thư điện tử của khách sạn.	
Fax	Yêu cầu đặt buồng gửi tới khách sạn qua máy fax.	Đối với các khách hàng thường xuyên có thể sử dụng một mẫu fax tiêu chuẩn để đặt buồng.
Group block <i>Lô buồng giữ cho đoàn</i>	Một số lượng buồng được dành ra cho một đoàn nhất định mà chưa biết tên khách.	
Mail <i>Thư</i>	Yêu cầu đặt buồng gửi tới khách sạn qua thư bưu điện.	
Regret by the booker <i>Người đặt từ chối</i>	Người đặt từ chối đặt buồng.	Lý do có thể: <ul style="list-style-type: none"> - Giá buồng quá cao. - Không có một số loại buồng nhất định nào đó. - Không đủ tiện nghi.
Regret by the hotel <i>Khách sạn từ chối</i>	Yêu cầu đặt buồng bị khách sạn từ chối.	Lý do có thể: <ul style="list-style-type: none"> - Khách sạn đã hết buồng. - Ngân sách của khách quá thấp.
Run of house rate <i>Giá buồng áp dụng chung</i>	Mức giá sàn áp dụng cho tất cả các buồng ngoại trừ các buồng sang trọng dựa trên cơ sở khả năng đáp ứng buồng tốt nhất vào thời điểm đó.	Thuật ngữ này cũng được gọi là ROH. Khách không được xác nhận loại buồng cụ thể trước khi đến lưu trú.

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Telephone <i>Điện thoại</i>	Yêu cầu đặt buồng được chuyển đến khách sạn bằng cách người đặt buồng gọi điện thoại trực tiếp đến khách sạn.	
Waitlist a reservation <i>Đặt buồng đưa vào danh sách chờ</i>	Kỹ năng bán hàng được sử dụng nhằm mục đích không bỏ lỡ việc đặt buồng trong trường hợp khách sạn hết buồng (hoặc loại buồng), tạo cơ hội cho khách sạn cho thuê được buồng khi có hủy đặt buồng.	
Walk in <i>Khách vãng lai.</i>	Khách đến khách sạn mà không đặt trước.	Có thể là khách hàng thường xuyên và cũng có thể là khách hàng mới.

CÔNG VIỆC SỐ 7: ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LẺ

PHẦN VIỆC SỐ 7.23: Tình trạng đặt buồng (Thuật ngữ)

Giới thiệu:

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Booking status <i>Tình trạng đặt buồng</i>	Tình trạng của một yêu cầu đặt buồng.	
Enquiry <i>Yêu cầu thông tin</i>	Khách hoặc người đặt buồng đưa ra các yêu cầu thông tin chung về khách sạn, thông thường không bao gồm ngày và các yêu cầu cụ thể.	
Offer <i>Đưa ra đề nghị</i>	Khách hoặc người đặt quan tâm tới nơi lưu trú trong một khoảng thời gian nhất định và yêu cầu thông báo giá.	
Option <i>Lựa chọn</i>	Khách hoặc người đặt buồng đặc biệt quan tâm tới báo giá và yêu cầu khách sạn tạm giữ buồng.	Điều quan trọng phải làm trong bước này là thỏa thuận hạn cuối cùng với người đặt.
Confirmed <i>Đã xác nhận</i>	Việc đặt buồng được xác nhận. Giá buồng, (loại) buồng và ngày đã được xác định rõ.	
Guaranteed <i>Được bảo đảm</i>	Một loại bảo đảm nhất định đạt được.	
Tentative group <i>Đoàn đặt tạm</i>	Một đoàn vẫn đang trong giai đoạn yêu cầu xem báo giá hoặc đang lựa chọn.	
Definite group <i>Đoàn xác định</i>	Một đặt buồng cho đoàn đã được xác nhận.	Nhìn chung tình trạng đặt buồng sẽ được xác định sau khi khách sạn nhận được hợp đồng đoàn khách hàng đã ký.

CÔNG VIỆC SỐ 7: ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH LẺ

PHẦN VIỆC SỐ 7.24: Các tên phổ biến ở các nước (Kiến thức)

Chuẩn bị danh sách tên các nước của các khách của khách sạn. Chủ động làm quen với cách đánh vần các tên phổ biến ở các nước.

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Các tên khách phổ biến - tiếng Anh	Các tên khách người Anh phổ biến nhất là: Smith. Jones. Williams. Brown. Taylor. Davies. Evans. Thomas. Johnson.	<ul style="list-style-type: none"> • Biết cách đánh vần và phát âm mười tên khách phổ biến trong tiếng Anh. • Đảm bảo nắm được tên chính xác của khách trong trường hợp khách đặt phòng có tên thông dụng. 	Tránh đánh vần sai tên khách khi ghi đặt phòng và vì lịch sự.	Khi đã nắm được 10 tên thông dụng, hãy làm tiếp với 50 tên.
2. Các tên khách phổ biến - tiếng Pháp	Các tên khách người Pháp phổ biến nhất là: Martin. Bernard. Dubois. Thomas. Robert. Richard. Petit. Durand. Leroy. Moreau.	<ul style="list-style-type: none"> • Biết cách đánh máy, đánh vần và phát âm 10 tên người Pháp phổ biến nhất. • Đảm bảo nắm được tên chính xác của khách trong trường hợp khách đặt buồng có tên thông dụng. 	Tránh đánh vần sai tên khách khi ghi đặt buồng và vì lịch sự.	Khi đã nắm được 10 tên thông dụng, hãy làm tiếp với 50 tên.

8. ĐẶT GIỮ BUỒNG CHO KHÁCH ĐOÀN

Giới thiệu:

Trong nhiều chuỗi khách sạn lớn, việc đặt giữ buồng cho khách lẻ thường được Văn phòng Đặt buồng Trung tâm (CRO) thực hiện, tuy nhiên Bộ phận Đặt giữ buồng của bất kỳ khách sạn nào cũng đều phải nhận những yêu cầu đặt buồng cho khách lẻ. Nhận đặt buồng cho khách đoàn có thể được thực hiện bởi Bộ phận kinh doanh, Bộ phận Đặt giữ buồng trong khách sạn, Văn phòng đặt buồng trung tâm hoặc sự kết hợp giữa các bộ phận này.

Kiến thức chung:

Kiến thức về sản phẩm.

Bán hàng và tiếp thị trong đặt buồng.

Các kỹ năng về điện thoại.

Ghi chú:

- *Các bước thực hiện chính xác có thể khác nhau giữa các hệ thống PMS được sử dụng, do đó quy trình thực hiện cũng khác nhau. Giả sử bạn có kiến thức tốt về hệ thống PMS.*
- *Cú pháp trình bày trong đặt buồng cũng có thể khác nhau giữa các khách sạn. Tùy thuộc vào chủng loại, kiểu dáng và thứ hạng của khách sạn mà cách trình bày có thể là trang trọng hoặc ít trang trọng. Tuy nhiên, phong cách riêng cụ thể của khách sạn nên LUÔN được áp dụng bởi tất cả các nhân viên nhận đặt giữ buồng cho khách.*

PHẦN VIỆC SỐ 8.1: Các thuật ngữ nhận đặt giữ buồng cho khách đoàn (Thuật ngữ)

PHẦN VIỆC SỐ 8.2: Đánh giá việc đặt giữ buồng cho khách đoàn

PHẦN VIỆC SỐ 8.3: Quản lý đặt buồng cho khách đoàn (Thuật ngữ)

PHẦN VIỆC SỐ 8.4: Xử lý yêu cầu thay đổi đặt buồng cho khách đoàn



CÔNG VIỆC 8: ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH ĐOÀN



NHẬN ĐẶT BUỒNG CHO KHÁCH ĐOÀN 1



ĐÁNH GIÁ ĐẶT BUỒNG CHO ĐOÀN 2



GHI LẠI YÊU CẦU ĐẶT BUỒNG THEO ĐOÀN 3

CÔNG VIỆC SỐ 8:

ĐẶT GIỮ BUỒNG CHO KHÁCH ĐOÀN

PHẦN VIỆC SỐ 8.1:

Các thuật ngữ nhận đặt giữ buồng cho khách đoàn (Thuật ngữ)

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Familiarization trip <i>Chuyến đi làm quen</i>	Một chuyến đi của một (nhóm) đại lý du lịch với chi phí ít hoặc không mất chi phí để bản thân họ làm quen với khách sạn và quang cảnh xung quanh khách sạn.	Thuật ngữ này còn được gọi là FAM trip.
Incentive <i>Khuyến khích</i>	Một nhóm hoặc một số người lưu trú tại khách sạn của bạn như một phần thưởng cho thành tích công tác tại công ty của họ.	
Air crew (series) <i>Phi hành đoàn (hàng loạt)</i>	Một loạt các yêu cầu đặt buồng cho tổ tiếp viên (nam nữ tiếp viên) và phi hành đoàn (cơ trưởng và lái phụ) của một hãng hàng không. Yêu cầu đặt buồng theo hình thức thường xuyên với thời gian và số ngày đến và đi theo tiêu chuẩn.	
Delayed flights <i>Chuyến bay bị chậm</i>	Khách (hoặc đoàn khách) của một chuyến bay không thể khởi hành đúng giờ do một số vấn đề trực trặc nào đó.	
Tour series <i>Loạt chuyến du lịch</i>	Yêu cầu đặt buồng cho các đoàn khách du lịch đi thăm khu vực với hình thức đến và đi thường xuyên. Một loạt yêu cầu thường được đặt vào đầu mùa cho tất cả khoảng thời gian, khách sạn sẽ được thông báo vài tuần trước thời gian đến nếu một đoàn khách du lịch cụ thể thực sự sẽ đến.	Thuật ngữ này còn gọi là attrition.
Materialization <i>Cụ thể hoá tỷ lệ buồng khách ở so với đặt buồng</i>	Tỷ lệ phần trăm hoặc số buồng khách thực sự đến lưu trú tại khách sạn so với yêu cầu đặt buồng ban đầu.	

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Allotment <i>Phân bổ buồng</i>	Một số buồng hàng ngày hoặc hàng tuần được để riêng ra cho một tổ chức hoặc công ty cụ thể nào đó để công ty này cho thuê lại. Các buồng được giải phóng để khách sạn có thể tự cho thuê trước ngày khách đến một số ngày nhất định.	
Release date <i>Ngày giải phóng buồng</i>	Ngày mà các buồng do một nhóm hoặc một công ty giữ được trả lại để khách sạn có thể tự cho thuê lại.	
Displaced revenue <i>Doanh thu thất thoát</i>	Nguồn thu của khách sạn sẽ bị mất đi nếu chấp nhận một yêu cầu đặt buồng. Bạn có thể không thể chấp nhận một yêu cầu đặt buồng chỉ vì các đặt buồng cho đoàn khách.	Xem xét tất cả thu nhập của khách sạn (kể cả đồ ăn uống và các thu nhập khác). Khoản này phải luôn được xem xét khi thực hiện việc đánh giá kết quả kinh doanh.
Transient business <i>Kinh doanh nhất thời</i>	Các kinh doanh đơn lẻ của khách sạn. Thường thực hiện với thời gian chờ ngắn nhất và số chỉ tiêu trung bình trên mỗi buồng cao nhất.	
Expected demand <i>Dự kiến nhu cầu về buồng</i>	Số buồng dự kiến sẽ được hỏi thuê trong thị trường khách sạn của bạn để thoả mãn yêu cầu của khách trong một ngày cụ thể.	Để thiết lập nhu cầu dự kiến thì phải xem xét việc kinh doanh trong quá khứ, các sự kiện đặc biệt, xu hướng kinh tế, sự phát triển trong thị trường khách sạn...

CÔNG VIỆC SỐ 8:
PHẦN VIỆC SỐ 8.2:

ĐẶT GIỮ BUỒNG CHO KHÁCH ĐOÀN
Đánh giá việc đặt giữ buồng cho khách đoàn

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Tiếp nhận yêu cầu	Khách sạn có thể nhận yêu cầu đặt buồng cho một đoàn khách thông qua mọi kênh thông tin.			
2. Tiếp nhận thông tin chi tiết	Tiếp nhận những thông tin cơ bản có thể giúp bạn đánh giá yêu cầu của đoàn khách.	<ul style="list-style-type: none"> Ngày đến/đi. Số lượng buồng. Số lượng khách. Mục đích nghỉ tại khách sạn. Các yêu cầu khác về khách sạn. Ngân sách. Tính linh hoạt. Tên công ty. Tên đoàn khách. Chi tiết liên lạc. 	<p>Để bạn có thể đánh giá khả năng đáp ứng buồng.</p> <p>Để có thể đáp ứng tốt hơn các yêu cầu thêm của đoàn khách.</p> <p>Việc sử dụng những tiện nghi khác của khách sạn sẽ ảnh hưởng đến giá buồng.</p> <p>Điều này sẽ giúp bạn đưa ra mức giá chào.</p> <p>Nếu đoàn khách có sự linh hoạt về thời gian và buồng ở, bạn có thể đưa ra lựa chọn thay thế hấp dẫn cho họ.</p> <p>Để bạn biết đặt buồng này là cho đoàn nào, đồng thời cũng giúp bạn dự trù ngân sách cho nhóm.</p> <p>Đặc biệt quan trọng trong trường hợp các đoàn ưu tiên vì nhờ đó bạn sẽ thường xuyên nhận được yêu cầu đặt buồng từ các tổ chức khác nhau.</p> <p>Để bạn có thể liên lạc với người gọi.</p>	Những người đặt buồng chuyên nghiệp đặc biệt sẽ không sẵn sàng cho biết mức ngân sách của đoàn.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
3. Xác nhận phúc đáp	Thoả thuận với người gọi thời gian bạn sẽ liên lạc lại với anh ấy/cô ấy.	<ul style="list-style-type: none"> Ngày cụ thể. Thực tế. 	<p>Điều này giúp người gọi thấy được bạn là người đáng tin cậy.</p> <p>Đối với đoàn khách đông sẽ cần nhiều người tham vấn trong khách sạn.</p> <p>Đảm bảo rằng bạn có đủ thời gian để liên lạc.</p>	Thời gian chờ khăng định đặt buồng càng ngắn thì hồi đáp của khách sạn phải càng nhanh.
4. Đánh giá khả năng đáp ứng buồng	Đánh giá khả năng đáp ứng buồng và xây dựng những điều kiện mà khách sạn chấp nhận đặt buồng.	<ul style="list-style-type: none"> Đánh giá nhu cầu dự kiến trong thời kỳ này. Đánh giá phần doanh thu bổ sung tiềm năng của đoàn khách này. Đánh giá doanh thu bị mất. Xác định chiến lược thương thảo. Đánh giá ảnh hưởng đối với hoạt động của đoàn. Đánh giá kinh nghiệm đã trải qua với công ty/tổ chức này. 	<p>Một số đoàn khách yêu cầu thêm nhân lực hoặc gây ảnh hưởng đến hoạt động bình thường của khách sạn.</p>	Quy trình đúng sẽ khác nhau giữa các khách sạn. Tùy thuộc vào khách sạn, các nhân viên khác có thể phải tham gia trong quá trình ra quyết định.
5. Đề xuất mức giá	Liên hệ với khách hàng để chào giá.	<ul style="list-style-type: none"> Đưa ra mức chào giá. Thoả thuận về ngày liên hệ lại. 	Bạn sẽ biết khi nào sẽ có được câu trả lời của khách hàng.	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
6. Liên hệ lại với khách hàng	Tiếp tục với khách hàng về giá đã chào để có được phản hồi của khách và xác định xem chào giá đó có được khách hàng chấp nhận không.	<ul style="list-style-type: none"> Liên hệ với khách hàng về ngày đã thỏa thuận. Có được phản hồi của khách về chào giá đã đưa. Thỏa thuận về thực hiện. 	<p>Đó là phép lịch sự.</p> <p>Vì bạn vẫn có khả năng thay đổi để bảo đảm việc kinh doanh.</p> <p>Để bạn biết khi nào thì sẽ ra quyết định.</p>	
7. Lựa chọn	Khi khách hàng đã thực sự quan tâm đến việc đặt buồng, hãy đề nghị rằng bạn đưa lựa chọn đó vào khoảng thời gian có hạn.	<ul style="list-style-type: none"> Khách hàng phải thật sự quan tâm. Thỏa thuận về hạn chót của lựa chọn. 	<p>Vì bạn không được giữ khoảng trống nào cho các đặt buồng với ít cơ hội giảm số lượng buồng.</p> <p>Để bạn biết khi nào thì giải phóng lựa chọn này.</p>	Ngày lựa chọn cũng phụ thuộc vào ngày chờ của đặt buồng.
8. Xác nhận	Khi khách hàng đã đồng ý với các điều kiện, hãy xin xác nhận đặt buồng bằng văn bản.	<ul style="list-style-type: none"> Có được hợp đồng đoàn đã ký. 	<p>Để bạn có tất cả các chi tiết về đặt buồng bằng văn bản có xác nhận của khách.</p> <p>Bạn có đủ văn bản pháp lý để bảo vệ cho lợi nhuận của khách sạn trong trường hợp hủy bỏ.</p>	Hầu hết các hợp đồng đoàn đều đi kèm một khoản tiền đặt cọc.
9. Theo dõi tiền đặt cọc	Đảm bảo rằng khách sạn đã nhận được tiền đặt cọc vào ngày thỏa thuận.	<ul style="list-style-type: none"> Liên hệ với người giám sát trong trường hợp khách nộp tiền đặt cọc không đủ. 	Khách sạn cần có một khoản bảo đảm lợi nhuận nhất định. Nếu không nhận được tiền đặt cọc đúng thời gian, việc đặt buồng này bị giảm số lượng sẽ có thể lớn hơn dự kiến.	

CÔNG VIỆC SỐ 8: ĐẶT GIỮ BUỒNG CHO KHÁCH ĐOÀN

PHẦN VIỆC SỐ 8.3: Quản lý đặt buồng cho khách đoàn (Thuật ngữ)

Có nhiều cách để ghi lại một yêu cầu đặt buồng theo đoàn. Điều này phụ thuộc rất nhiều vào hệ thống PMS được sử dụng. Bên cạnh nội dung giải thích các thuật ngữ quan trọng nhất liên quan tới đặt buồng theo đoàn, bạn sẽ nhận thấy trong các thuật ngữ dưới đây một số điểm quan trọng phải ghi nhớ khi hoàn tất một yêu cầu đặt buồng theo đoàn.

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Billing instruction <i>Hướng dẫn ghi hoá đơn</i>	Yêu cầu cách thiết lập thông tin thanh toán chi tiết của một đoàn khách nhất định nào đó.	Có thể là: <ul style="list-style-type: none"> - Tất cả chi phí cho đoàn do Công ty thanh toán (tất cả các chi phí do người tổ chức chi trả). - Giá buồng và ăn sáng (thành viên trong đoàn phải thanh toán tất cả các chi phí khác ngoài tiền buồng và ăn sáng). - v.v..
Blocking room <i>Giữ buồng</i>	Sau khi đã nhận được danh sách xếp buồng thì các buồng có thể được giữ lại dành cho các khách có các yêu cầu hoặc nhu cầu cụ thể về buồng. Chẳng hạn như buồng VIP, buồng tiện nghi sang trọng (suites), buồng cho người tàn tật.	Trong một số khách sạn (nhỏ), tất cả các buồng cho khách đoàn được giữ lại trước ngày đoàn đến.
Cancellation policy <i>Quy định hủy đặt buồng</i>	Một quy định được thiết lập nhằm quy định chi phí phải trả đối với việc hủy bỏ đặt buồng liên quan tới các buồng đặt theo đoàn. Việc hủy buồng càng sát với ngày đến thì phí phải trả cho việc hủy các buồng đã giữ cho nhóm từ ban đầu càng cao.	
Deposit <i>Đặt cọc</i>	Khoản thanh toán ban đầu cho các dịch vụ khách sạn và được coi là dấu hiệu cam kết sẽ thanh toán toàn bộ.	
Group block <i>Giữ buồng cho đoàn</i>	Một nhóm buồng được để dành cho một đoàn cụ thể nào đó mà tên của từng khách trong đoàn chưa được thông báo.	

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Group contract <i>Hợp đồng đoàn</i>	Một thoả thuận chính thức với một công ty hoặc một tổ chức trong đó đưa ra các điều khoản chi tiết chủ chốt liên quan tới yêu cầu đặt buồng theo đoàn.	
Group master <i>Đặt buồng chính</i>	Một yêu cầu đặt buồng chủ chốt mà tất cả các yêu cầu đặt buồng riêng lẻ khác trong nhóm phải liên kết tới.	
Pick up <i>Buồng lấy ra</i>	Thuật ngữ dùng để thể hiện số lượng buồng lấy từ số buồng đã giữ ban đầu của một yêu cầu đặt buồng cho đoàn nhất định nào đó.	
Room types <i>Các loại buồng</i>	Khi chấp nhận một yêu cầu đặt buồng cho nhóm phải đảm bảo rằng đã thoả thuận được với người đặt về các loại buồng dành cho nhóm này. Giữ lại các loại buồng trong hệ thống phù hợp với thoả thuận này.	Nếu không thoả thuận được một cách thực tế về các loại buồng thì các tính sẵn sàng có các loại buồng có thể cho thuê có thể bị phá vỡ dẫn tới ảnh hưởng không tốt tới chiến lược bán hàng.
Rooming list <i>Danh sách xếp buồng</i>	Danh sách tên khách hàng của một đoàn và các yêu cầu về buồng mang tính cá nhân của họ.	Có thể bao gồm tình trạng VIP của buồng, các chỉ dẫn thanh toán, ngày đến và ngày đi của các thành viên cá nhân.
Trace date <i>Ngày theo dõi thực hiện</i>	Ngày mà theo đó các công việc nhất định nào đó liên quan tới yêu cầu đặt buồng phải được tiếp tục thực hiện. Việc này nhằm đảm bảo các yêu cầu đặt buồng theo đoàn được theo dõi thực hiện một cách chính xác và khách sạn có thể hoàn toàn kiểm soát được từng yêu cầu đặt buồng theo đoàn.	Có thể là: <ul style="list-style-type: none"> - Thu một khoản đặt cọc - Nhận tổng số người cuối cùng của nhóm - Nhận danh sách xếp buồng - Nhận các yêu cầu cuối cùng về đồ ăn và đồ uống Thuật ngữ này cũng được gọi là ngày hạn chót.
Second (third etc.) option <i>Lựa chọn thứ hai (hoặc thứ ba...)</i>	Bất kỳ khi nào không thể đáp ứng được số buồng cho một đoàn vì phải đáp ứng một yêu cầu đặt buồng theo lựa chọn của một đoàn khác thì khách sạn sẽ đề nghị khách hàng xem xét một lựa chọn thứ hai (hoặc thứ ba). Trong trường hợp lựa chọn thứ nhất không đi đến kết quả thì người đang có quyền đối với lựa chọn thứ hai sẽ được nhận số buồng cần thuê.	

CÔNG VIỆC SỐ 8: ĐẶT GIỮ BUỒNG CHO KHÁCH ĐOÀN

PHẦN VIỆC SỐ 8.4: Xử lý yêu cầu thay đổi đặt buồng cho khách đoàn

Trong suốt quá trình đặt giữ buồng cho đoàn khách, thường có sự thay đổi đặt buồng do nhiều nguyên nhân khác nhau, do vậy tùy vào bản chất của việc điều chỉnh, bạn phải giải quyết yêu cầu sửa đổi cho phù hợp.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Điều chỉnh ngày	Nếu đoàn khách có yêu cầu đổi ngày khác với ngày đặt ban đầu.	<ul style="list-style-type: none"> Đánh giá xem đó có phải là một yêu cầu mới của đoàn khách không. 	Nhu cầu thay đổi ngày có thể rất khác nhau, điều này có thể ảnh hưởng tới kế hoạch của đoàn.	
2. Điều chỉnh số lượng buồng và loại buồng	Nếu đoàn khách có yêu cầu khác với yêu cầu ban đầu.	<ul style="list-style-type: none"> Đánh giá xem đó có phải là một yêu cầu mới của đoàn khách. 	Nhu cầu thay đổi buồng có thể rất khác nhau, điều này có thể ảnh hưởng tới kế hoạch của đoàn.	
3. Điều chỉnh quyết định, thời hạn	Nếu đơn vị đặt buồng không thể giữ thời hạn như đã thỏa thuận.	<ul style="list-style-type: none"> Xác định thời hạn chờ. Xác định nhu cầu trong kỳ. Quyết định xem thời hạn được điều chỉnh có phù hợp với thực tiễn không. 	Càng sát ngày khách tới khách sạn và/hoặc nhu cầu càng cao thì thời hạn cần phải giữ nguyên.	
4. Cập nhật PMS	Nhập thay đổi vào PMS.	<ul style="list-style-type: none"> PMS cho thấy các thông tin mới. 	PMS luôn phản ánh tình trạng thực tế.	
5. Ghi lại thay đổi	Tuân theo quy trình lưu hồ sơ đoàn.	<ul style="list-style-type: none"> Đảm bảo tên bạn/ tên viết tắt được lưu lại. 	Trong trường hợp có yêu cầu.	

9. ĐẶT GIỮ BUỒNG – CÁC NHIỆM VỤ KHÁC

PHẦN VIỆC SỐ 9.1:	Xử lý phàn nàn của khách
PHẦN VIỆC SỐ 9.2:	Bàn giao ca
PHẦN VIỆC SỐ 9.3:	Danh mục kiểm tra giao ca (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 9.4:	Lưu các đặt buồng cá nhân
PHẦN VIỆC SỐ 9.5:	Lưu các đặt buồng theo đoàn (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 9.6:	Các hồ sơ đặt buồng bị từ chối (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 9.7:	Hồ sơ đoàn khách hủy đặt buồng (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 9.8:	Quản lý chất lượng của các đặt buồng (Kiến thức)
PHẦN VIỆC SỐ 9.9:	Họp giao ban kinh doanh (Thuật ngữ)
PHẦN VIỆC SỐ 9.10:	Tiếp nhận tin nhắn cho khách
PHẦN VIỆC SỐ 9.11:	Tiếp nhận tin nhắn cho bộ phận khác
PHẦN VIỆC SỐ 9.12:	Tiếp nhận email
PHẦN VIỆC SỐ 9.13:	Tiếp nhận fax



CÔNG VIỆC 9: ĐẶT BUỒNG - CÁC NHIỆM VỤ KHÁC



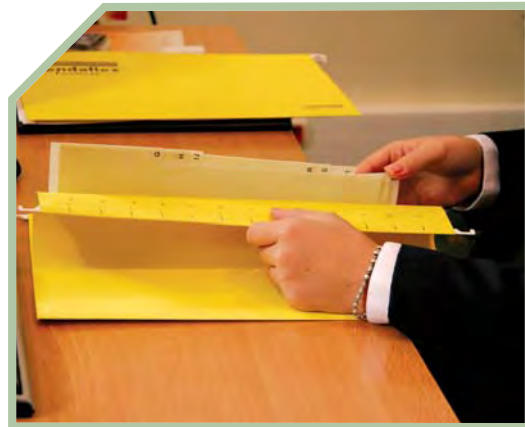
XỬ LÝ PHÀN NÀN CỦA KHÁCH

1



BÀN GIAO CA

2



LƯU CÁC ĐẶT BUỒNG CÁ NHÂN

3



QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG

4



CÔNG VIỆC 9: ĐẶT BUỒNG - CÁC NHIỆM VỤ KHÁC



NHẬN VÀ CHUYỂN LỜI NHẮN
CHO KHÁCH

5



XỬ LÝ YÊU CẦU ĐẶT BUỒNG QUA
THƯ ĐIỆN TỬ

6



XỬ LÝ YÊU CẦU ĐẶT BUỒNG QUA FAX

7



QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG

8

CÔNG VIỆC SỐ 9:
PHẦN VIỆC SỐ 9.1:

ĐẶT BUỒNG - CÁC NHIỆM VỤ KHÁC
Xử lý phàn nàn của khách

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Lắng nghe	Lắng nghe khách một cách chăm chú.	<ul style="list-style-type: none">Tạo cho khách cơ hội “xả hơi”.Tỏ ra thông cảm bằng cách nói “ừ hử”.Ghi chép nếu cần thiết.Tránh ngắt lời khách.	<p>Để cho khách có thể dụi đi xúc cảm của họ.</p> <p>Đây là cách cho thấy bạn đang lắng nghe một cách chăm chú qua điện thoại.</p> <p>Để cho thấy bạn đang xử lý một cách nghiêm túc và để đảm bảo rằng bạn ghi lại những điểm quan trọng để khách không phải nhắc lại nữa.</p> <p>Điều này làm khách tức giận thêm và đó là việc làm thiếu lịch sự.</p>	Chương 6.5, Giáo trình nghiệp vụ Lễ tân: <i>Xử lý phàn nàn của khách.</i>

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
2. Biểu lộ sự đồng cảm	Biểu lộ chính xác bằng ngôn ngữ cơ hình thể.	<ul style="list-style-type: none"> • Gật đầu và nói “ừ hừ” hoặc nói vâng mà không ngắt lời khách. • Cảm ơn khách vì đã cho khách sạn biết. • Xung “tôi” khi nói với khách. 	<p>Cho thấy bạn đang nghe. Mặc dù khách không nhìn thấy bạn nhưng có thể cảm nhận được ngôn ngữ hình thể của bạn qua điện thoại.</p> <p>Bằng cách thông báo cho bạn, khách tạo cho bạn cơ hội để khắc phục vấn đề.</p> <p>Cho thấy rằng cá nhân bạn cảm thấy có trách nhiệm, rằng bạn sẽ quan tâm đến việc này (mặc dù bạn không gây ra).</p>	
3. Xin lỗi khách	Hãy nói: “ <i>Tôi thực sự lấy làm tiếc vì việc này đã xảy ra, thưa ông X</i> ”.	<ul style="list-style-type: none"> • Xin lỗi khách. • Gọi khách bằng tên của họ. 	<p>Cho thấy rằng bạn đã rất lấy làm tiếc vì khách đã gặp rắc rối.</p> <p>Cho thấy rằng bạn biết tên khách, để làm cho cuộc nói chuyện có tính cá nhân hơn.</p>	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
4. Giải thích cho khách biết việc bạn sẽ làm	Giải thích cho khách về việc bạn dự định làm.	<ul style="list-style-type: none"> Tạo ra cho khách những lựa chọn (nếu có thể). Chắc chắn rằng bạn chỉ cam kết về những điều mà bạn chắc chắn có thể thực hiện được. Không được chỉ ngón tay về phía bộ phận hoặc đồng nghiệp khác. Kiểm tra lại xem khách có đồng ý với gợi ý của bạn không. Nếu bạn không thấy thoải mái khi giải quyết một lời phàn nàn nào đó, hãy liên hệ với người giám sát của mình. 	<p>Nếu bạn không thực hiện được điều đã hứa, bạn sẽ làm cho khách thất vọng hơn.</p> <p>Bạn là đại diện của khách sạn và một phần của tổ làm việc.</p> <p>Đảm bảo rằng việc bạn định làm là được sự đồng ý của khách.</p> <p>Có một số tình huống mà bạn sẽ gặp khó khăn khi giải quyết, cách tốt hơn là để cho người giám sát chịu trách nhiệm giải quyết.</p>	Tham khảo quy định của khách sạn về xử lý lời phàn nàn của khách.
5. Liên hệ với người có trách nhiệm để giải quyết vấn đề	Liên hệ với các bộ phận, những người có trách nhiệm để giải quyết tình huống đó.	<ul style="list-style-type: none"> Giải thích lời phàn nàn. Giải thích những điều bạn đã đồng ý với khách. Nhận lời cam kết của người/bộ phận có trách nhiệm giải quyết. Yêu cầu họ cho khung thời gian. Yêu cầu họ liên hệ với bạn ngay khi vấn đề được khắc phục. 	Đảm bảo rằng bộ phận liên quan được biết đầy đủ về vấn đề và cam kết chắc chắn sẽ giải quyết.	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
6. Liên hệ với khách	Gọi điện thoại cho khách.	<ul style="list-style-type: none"> Kiểm tra xem khách đã hài lòng chưa. Gọi khách bằng tên của họ. Hỏi khách xem còn việc gì mà bạn có thể phục vụ tiếp không. 	<p>Đảm bảo rằng khách đã hoàn toàn hài lòng với giải pháp đưa ra.</p> <p>Làm cho cuộc gọi có tính cá nhân hơn.</p> <p>Tạo cho khách cơ hội yêu cầu các dịch vụ bổ sung khác.</p>	
7. Ghi lại lời phàn nàn	Ghi lại những lời phàn nàn của khách vào sổ ghi chép.	<ul style="list-style-type: none"> Sổ ghi lời phàn nàn phải có các thông tin: <ul style="list-style-type: none"> - Ngày tháng. - Tên khách. - Số buồng. - Giờ phàn nàn. - Phàn nàn việc gì. - Thời gian vụ việc được khắc phục. - Tên của bạn. Cập nhật thông tin về khách/công ty. 	<p>Với sổ ghi lời phàn nàn, khách sạn có thể giữ được số lượng và nội dung của những lời phàn nàn để có hành động thích hợp, tránh tái diễn các lời phàn nàn đó.</p> <p>Để có các thông tin về phàn nàn của khách để tham khảo sau này và tránh tái diễn các lời phàn nàn đó.</p>	<p>Đặc biệt nếu đó là phàn nàn của khách hoặc công ty thường xuyên, việc này rất quan trọng (ví dụ: bộ phận bán hàng cần biết các phàn nàn của khách).</p>

CÔNG VIỆC SỐ 9:
PHẦN VIỆC SỐ 9.2:

ĐẶT BUỒNG - CÁC NHIỆM VỤ KHÁC
Bàn giao ca

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Hoàn thành ghi sổ bàn giao ca	Tô đậm mọi vấn đề quan trọng trong ca của bạn.	<ul style="list-style-type: none"> Sổ ghi phải bao gồm các mục sau: <ul style="list-style-type: none"> Công việc dang dở/ bảng kiểm tra việc chưa làm trong ca. Các yêu cầu đặc biệt (của khách) cần phải làm tiếp. Các tin nhắn khẩn. Các việc quan trọng như khách phàn nàn. 	Để cho các ca sau biết rõ những thu xếp mà ca bạn đã thực hiện. Bên cạnh đó, sổ ghi chép là một bản lưu giữ tốt về các vấn đề về đặt giữ chỗ để tham khảo sau này.	Chương 7.5, Giáo trình nghiệp vụ Lễ tân: <i>Bàn giao cuối ca.</i>
2. Kiểm tra xem danh mục kiểm tra trong ca đã hoàn thiện chưa	Xác định mọi vấn đề đã hoàn thành và ký nhận.	<ul style="list-style-type: none"> Trưởng Bộ phận Đặt giữ buồng phải luôn được thông báo về các công việc đang làm dở. Các công việc dở dang phải được bàn giao lại cho ca sau. Đảm bảo hiểu rõ các công việc còn đang dở dang. 	<p>Để người giám sát có thể chấp nhận để cho công việc dở dang.</p> <p>Đảm bảo rằng mọi công việc được thực hiện theo tiêu chuẩn.</p> <p>Để tạo thuận lợi cho ca sau hoàn thành nốt công việc của bạn.</p>	Hầu hết các khách sạn đều có danh mục chi tiết các công việc cần hoàn thành trong mỗi ca. Thông thường, bảng kiểm tra đặc biệt được dùng cho cả nhân viên đặt giữ buồng và những người giám sát.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
3. Kết thúc công việc	Rời khỏi nơi làm việc của bạn.	<ul style="list-style-type: none"> • Dọn cho sạch và ngăn nắp trước khi rời khỏi quầy. • Đảm bảo rằng quầy được bổ sung mọi vật dụng cần thiết. • Thoát ra khỏi hệ thống PMS. • Hỏi người giám sát xem bạn đã rời khách sạn được chưa. 	<p>Để cho ca làm việc tiếp theo có thể bắt đầu công việc một cách ngăn nắp và có tổ chức.</p> <p>Người giám sát của bạn chịu trách nhiệm đối với toàn bộ ca làm việc, bạn chỉ có thể ra về sau khi được phép của người giám sát.</p>	Xem phần chuẩn bị công việc.

CÔNG VIỆC SỐ 9:
PHẦN VIỆC SỐ 9.3:

ĐẶT BUỒNG - CÁC NHIỆM VỤ KHÁC
Danh mục kiểm tra giao ca (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
Danh mục kiểm tra trong ca	Mỗi ca làm việc đều có các công việc khác nhau. Để đảm bảo rằng mọi công việc đều được thực hiện, cần phải soạn ra bảng kiểm tra. Các bảng này chỉ rõ những việc phải làm và thời gian phải hoàn thành một công việc.	<ul style="list-style-type: none">• Làm theo bảng kiểm danh mục kiểm tra trong ca đối với vị trí của bạn.• Thông báo cho người giám sát nếu bạn không thể hoàn thành được công việc nào đó.	<p>Đảm bảo rằng bạn đã hoàn thành mọi việc mà bạn có trách nhiệm phải làm.</p> <p>Để người giám sát có thể có hành động phù hợp.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 9: ĐẶT BUỒNG - CÁC NHIỆM VỤ KHÁC**PHẦN VIỆC SỐ 9.4: Lưu các đặt buồng cá nhân**

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Ngày đến	Viết ngày đến vào tài liệu.	<ul style="list-style-type: none"> Góc trên bên phải. Ngày phải theo định dạng sau: <ul style="list-style-type: none"> Ngày (chỉ ghi số chữ không cần “st” “nd”, v.v..) Tháng theo chữ in hoa (JAN, FEB) Năm theo số (07, 08 v.v..) 	Để không thể có bất kỳ nhầm lẫn nào.	
2. Tên	Viết ba chữ cái đầu tiên của tên khách dưới ngày.	<ul style="list-style-type: none"> Ba chữ cái đầu tiên của tên khách. 	Giúp việc lưu tài liệu đặt buồng được hiệu quả hơn.	
3. Đánh dấu tên	Đánh dấu tên khách và ngày đến trong tài liệu.	<ul style="list-style-type: none"> Sử dụng bút nhớ dòng màu vàng. 	Vì đó là màu duy nhất có thể phô tô lại được.	
4. Những đặt buồng phức tạp	Nếu có tài liệu về đặt buồng phức tạp (nhiều tên hay nhiều ngày), hãy phô tô 1 bản và lưu lại.	<ul style="list-style-type: none"> Mỗi đặt buồng nên được xếp thành bộ tài liệu riêng. 	Giúp công việc ở bộ phận lễ tân được hiệu quả hơn. Trường hợp sổ cái cần cho kế toán.	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
5. Những văn bản phức tạp	Trường hợp có nhiều văn bản hơn thì lưu chúng cùng với nhau.	<ul style="list-style-type: none"> • Kẹp các tài liệu với nhau bằng một chiếc ghim ở phía trên cùng góc bên tay trái. • Xếp những tài liệu mới nhất lên phía trên. 	<p>Để dễ dàng đọc toàn bộ tài liệu.</p> <p>Đây là những thông tin mới cập nhật nhất.</p>	
6. Lưu hồ sơ đặt buồng	Lưu hồ sơ đặt buồng theo đúng thứ tự.	<ul style="list-style-type: none"> • Theo thứ tự ngày. • Nếu trong cùng một ngày thì lưu theo thứ tự bảng chữ cái. 	Để dễ dàng tìm lại.	

CÔNG VIỆC SỐ 9: ĐẶT BUỒNG - CÁC NHIỆM VỤ KHÁC

PHẦN VIỆC SỐ 9.5: Lưu các đặt buồng theo đoàn (Kiến thức)

Thông thường các đặt buồng theo nhóm phức tạp hơn đặt buồng cá nhân, do vậy nên tổ chức đặt buồng theo nhóm riêng biệt với đặt buồng cá nhân. Các hồ sơ về đoàn khách nên được lưu giữ theo trình tự ngày đến. Đối với đoàn khách lớn thì tập tài liệu của bộ phận có thể mã hoá bằng màu sắc tùy theo tính chất đoàn đến (Ví dụ: Đặt buồng dự kiến: màu hồng, các nhóm tour: màu xanh lá cây, phi hành đoàn: màu xanh da trời, Hội thảo: Màu cam, Khác: màu vàng).

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
Lưu hồ sơ đoàn khách	Lưu tài liệu của mỗi đoàn khách vào một hồ sơ riêng.	<ul style="list-style-type: none"> Mỗi hồ sơ đoàn cùng bố cục. Trang trên cùng cần ghi lại mọi chi tiết của đoàn khách. Mỗi đoàn được lưu vào một tập tài liệu riêng. Mỗi tập tài liệu chứa đựng tất cả các văn bản cần thiết (phô tô lại nếu cần). Mọi thông tin khác được sắp xếp trong tập tài liệu gấp theo thứ tự thời gian với các thông tin về giao dịch gần nhất để trên cùng. Tên đoàn và ngày đến phải đạt tiêu chuẩn và được viết ở bên ngoài tập tài liệu gấp. 	<p>Để mọi nhân viên đều có thể dễ dàng tìm được thông tin trong hồ sơ.</p> <p>Để có thể nhìn được tức thì tổng quan về yêu cầu của đoàn khách như ngày đến và ngày rời khỏi khách sạn, số lượng buồng và các yêu cầu khác.</p> <p>Những tài liệu mới nhất luôn ở phía trên cùng.</p> <p>Để dễ dàng tra cứu thông tin về các đoàn khách.</p>	<p>Có thể được in ra từ máy tính hoặc theo mẫu chuẩn về đặt buồng cho đoàn khách.</p> <p>Ví dụ tên một đoàn khách: 11APR07 JCB1220 (ngày đến, tên đoàn + mã đoàn theo đơn vị tổ chức).</p>

CÔNG VIỆC SỐ 9:
PHẦN VIỆC SỐ 9.6:

ĐẶT BUỒNG - CÁC NHIỆM VỤ KHÁC
Các hồ sơ đặt buồng bị từ chối (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
Các hồ sơ đặt buồng bị từ chối	Nếu việc đặt buồng và/ hoặc lựa chọn thay thế không được khách chấp thuận thì lưu lại văn bản yêu cầu đặt buồng.	<ul style="list-style-type: none">• Hồ sơ được lưu theo ngày đến của mỗi tháng theo trật tự logic.• Mẫu yêu cầu của đoàn khách (hoặc bản in) ở phía trên cùng của tài liệu.• Ghi lại lý do từ chối.	Để dễ dàng tìm lại. Để có thể thống kê lại lý do từ chối, từ đó sử dụng cho mục đích phân tích.	Những ghi chép về đặt buồng bị từ chối được sử dụng để đánh giá nhu cầu trong một thời kỳ nhất định. Nó cũng có thể là một nguồn thông tin hữu ích cho các quyết định của bộ phận bán hàng.

CÔNG VIỆC SỐ 9: ĐẶT BUỒNG - CÁC NHIỆM VỤ KHÁC

PHẦN VIỆC SỐ 9.7: Hồ sơ đoàn khách hủy đặt buồng (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>Hồ sơ hủy đặt buồng của đoàn khách</p>	<p>Nếu việc đặt buồng và/ hoặc lựa chọn thay thế không được khách chấp thuận thì lưu lại văn bản yêu cầu đặt buồng.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Hồ sơ được lưu theo ngày đến của mỗi tháng theo trật tự logic. Mẫu yêu cầu của đoàn khách (hoặc bản in) ở phía trên cùng của tài liệu. Ghi lại lý do hủy đặt buồng. 	<p>Để dễ dàng tìm lại.</p> <p>Để có thể thống kê lại lý do hủy đặt buồng, từ đó sử dụng cho mục đích phân tích.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 9:
PHẦN VIỆC SỐ 9.8:

ĐẶT BUỒNG - CÁC NHIỆM VỤ KHÁC
Quản lý chất lượng của các đặt buồng (Kiến thức)

NỘI DUNG	MÔ TẢ	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Quản lý chất lượng các đặt buồng cá nhân	Kiểm tra thường xuyên hàng ngày việc đặt buồng để đảm bảo rằng các đặt buồng là chính xác, không có sự chồng chéo.	<ul style="list-style-type: none"> Hàng ngày để biết: <ul style="list-style-type: none"> Tối hạn trong 3 tháng. Tối hạn trong 1 tháng. Tối hạn trong 10 ngày. Tối hạn trong 3 ngày. Tối hạn trong 1 ngày. 	Để đảm bảo rằng mỗi đặt buồng sẽ tới và bảo đảm đủ doanh thu.	Tiêu chuẩn chính xác về mức độ thường xuyên trong kiểm tra việc quản lý chất lượng phụ thuộc vào loại hình khách sạn và thời hạn đặt buồng.
2. Quản lý chất lượng các đặt buồng theo nhóm	Nên kiểm tra tất cả đặt buồng theo nhóm hàng tuần.	<ul style="list-style-type: none"> Các buồng đã đặt phản ánh đúng yêu cầu lần cuối. Thời hạn giữ nguyên, triển khai tiếp theo và đã được điều chỉnh. Tình trạng buồng phản ánh đúng tình hình thực tế. Phải có được tên khách của các buồng ít nhất 2 tuần trước ngày đoàn đến. 	Để đảm bảo rằng không có buồng nào bị giữ lại mà không có khách đến hoặc đã được trả.	Phụ thuộc vào loại khách sạn khác nhau thì tiêu chuẩn của danh sách xếp buồng khách cũng sẽ khác nhau.
3. Những đặt buồng bị trùng	Kiểm tra xem có đặt buồng trùng nào trong hệ thống không, bằng cách in danh sách khách đến trong nhiều ngày và kiểm tra lại các tên giống hoặc trùng nhau.	<ul style="list-style-type: none"> Không có đặt buồng trùng. 	Vì đặt buồng trùng ảnh hưởng đến khả năng đáp ứng buồng.	

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
4. Chi tiết người liên hệ	Mỗi lệnh đặt cần có thông tin chi tiết về người liên hệ.	<ul style="list-style-type: none"> Không có đặt buồng không có tên. 	Có thể liên hệ người đặt trong trường hợp cần thiết.	
5. Đặt buồng có đảm bảo	Đặt buồng cần có đảm bảo trong trường hợp khách không tới.	<ul style="list-style-type: none"> Hầu hết các lệnh đặt buồng là có đảm bảo. 	Để đảm bảo rằng nhân viên lễ tân thực hiện thủ tục đăng ký cho khách được thuận tiện dễ dàng.	

CÔNG VIỆC SỐ 9:
PHẦN VIỆC SỐ 9.9:

ĐẶT BUỒNG - CÁC NHIỆM VỤ KHÁC
Họp giao ban kinh doanh (Thuật ngữ)

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Yield meeting <i>Họp giao ban kinh doanh</i>	<p>Một cuộc họp trong đó đặt ra và giải quyết các vấn đề sau đây:</p> <ul style="list-style-type: none">• Chiến lược bán hàng cho giai đoạn sắp tới.• Đánh giá công tác kinh doanh trong thời gian vừa qua.• Xem xét các yêu cầu đặt buồng của các nhóm mới và các thay đổi quan trọng trong các yêu cầu đặt buồng nhóm hiện tại. <p>Những người tham gia cuộc họp bao gồm:</p> <ul style="list-style-type: none">• Người phụ trách doanh thu hoặc đặt buồng.• Điều phối viên sự kiện và khách đoàn.• Phụ trách đặt buồng.• Thành viên của ban quản trị cao cấp.• Phụ trách bán hàng và/hoặc tiếp thị. <p>Cuộc họp được tổ chức hàng tuần.</p>	<p>Thuật ngữ này còn gọi là availability meeting.</p> <p>Số người và vị trí công tác của họ phụ thuộc vào quy mô khách sạn.</p>
Selling strategy <i>Chiến lược bán hàng</i>	<p>Đưa ra một chương trình cụ thể cho cả giá buồng và lượng buồng sẵn có cho thuê đối với một ngày hoặc một giai đoạn nhất định.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 9: ĐẶT BUỒNG - CÁC NHIỆM VỤ KHÁC

PHẦN VIỆC SỐ 9.10: Tiếp nhận tin nhắn cho khách

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Nhận lời nhắn cho khách.	Hỏi “người nhắn” về tên của người nhận lời nhắn.	<ul style="list-style-type: none"> Xin tên họ và tên viết tắt của khách. Đánh vần lại tên nếu cần thiết. Nếu có thể hãy xin tên công ty. Hỏi tên đoàn, nếu có thể. Hỏi xem khách ở đâu (nhà hàng, hội nghị, đại sảnh...). Xác định ngay xem đó có phải là khách trong khách sạn không. 	<p>Để tránh nhầm lẫn giữa các khách.</p> <p>Chỉ nhận nhắn tin cho các khách có thể (sẽ) tìm thấy được trong khách sạn.</p>	<i>Bảng chữ cái ngữ âm quốc tế.</i> Chương 3, Giáo trình Nghiệp vụ Lễ tân.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
2. Viết lời nhắn.	Hỏi “người nhắn” về nội dung lời nhắn cần chuyển.	<ul style="list-style-type: none"> Viết nội dung lời nhắn rõ ràng hoặc đưa vào máy tính. Ghi rõ các thông tin sau: <ul style="list-style-type: none"> Tên người nhắn (đánh vần nếu cần thiết). Số điện thoại của người nhắn. Tên khách. Nơi khách có thể đang có mặt. Nội dung chính xác của lời nhắn. Thời gian nhận lời nhắn. Nhắc lại lời nhắn (đặc biệt là số điện thoại, ngày tháng và các tên riêng). 	<p>Để khách đọc lời nhắn dễ dàng.</p> <p>Để khách biết ai gửi lời nhắn cho họ.</p> <p>Để khách có thể liên hệ với người gửi.</p> <p>Để bạn có thể tìm được khách.</p> <p>Đảm bảo rằng bạn đã ghi chính xác lời nhắn.</p>	Thông thường, các khách sạn sử dụng loại giấy ghi lời nhắn đặc biệt, nhờ đó khách sạn tự động có được bản sao của lời nhắn đã chuyển đi. Nếu không thì dùng sổ ghi chép lời nhắn để lưu giữ các lời nhắn đã nhận.
3. Liên lạc với khách.	Nhập lời nhắn đó vào PMS (Nếu là lời nhắn cho khách trong khách sạn) và chuyển lời nhắn cho khách.	<ul style="list-style-type: none"> Để khách biết rằng khách sạn hiện đang giữ lời nhắn dành cho họ. Lời nhắn phải được nhân viên hành lý chuyển đi ngay cho khách. Ghi lại tên của nhân viên chuyển lời nhắn. 	Đó có thể là một tin nhắn khẩn hoặc là tin nhắn mà khách đang đợi.	

CÔNG VIỆC SỐ 9: ĐẶT BUỒNG - CÁC NHIỆM VỤ KHÁC

PHẦN VIỆC SỐ 9.11: Tiếp nhận tin nhắn cho bộ phận khác

Trường hợp nhân viên đặt giữ buồng nhận được yêu cầu liên quan đến bộ phận khác hoặc hồ sơ đang được đồng nghiệp xử lý, nhân viên đặt giữ buồng cần ghi lại lời nhắn cho họ.

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Tiếp nhận thông tin về người gọi đến</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Thông tin về họ hoặc tên viết tắt của người gọi. • Đánh vần tên nếu cần thiết. • Thông tin về công ty (nếu có). • Tên đoàn khách (nếu có). • Số điện thoại và/ hoặc địa chỉ thư điện tử của người gọi. 	<p>Nhận diện được người gọi tới.</p> <p>Tránh nhầm lẫn.</p>	<p>Tài liệu tiêu chuẩn kỹ năng nghề Nghiệp vụ Lễ tân, Công việc 3.3 trang 13: <i>Bảng phiên âm ngữ âm quốc tế.</i></p>

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
2. Viết lại nội dung tin nhắn	Hỏi người gọi về nội dung tin cần nhắn lại.	<ul style="list-style-type: none"> Viết tin nhắn rõ ràng hoặc nhập vào máy tính. Các thông tin sau cần ghi lại: <ul style="list-style-type: none"> Tên người gọi (đánh vần tên nếu cần thiết). Số điện thoại người gọi. Tên của bộ phận và/ hoặc đồng nghiệp. Tin nhắn chính xác Nhắc lại nội dung tin (đặc biệt số điện thoại, ngày và tên). Ghi lại thời gian và ngày. Ghi lại tên bạn và bộ phận. 	<p>Để khách có thể đọc tin nhắn.</p> <p>Để khách biết ai đã để lại tin nhắn.</p> <p>Để có thể liên hệ người gọi.</p> <p>Để rõ tin nhắn cho ai.</p> <p>Để đảm bảo bạn đã ghi đúng nội dung tin nhắn.</p> <p>Để biết rõ tin nhắn đến khi nào.</p> <p>Trường hợp có câu hỏi.</p>	Thường sử dụng loại sổ và giấy viết tin nhắn đặc biệt. Khách sạn sẽ tự động gửi tin nhắn đi. Hoặc một cuốn sổ sẽ lưu lại tin nhắn đó.
3. Liên hệ bộ phận liên quan	Nhập tin nhắn vào PMS, hoặc gửi qua hệ thống truyền tin nội bộ (đưa tận tay hoặc qua internet).	<ul style="list-style-type: none"> Nhân viên thư tin chuyển tin nhắn đến ngay bộ phận hoặc gửi qua máy tính. 	Tin nhắn có thể quan trọng hoặc là một tin nhắn khách đang chờ đợi.	

CÔNG VIỆC SỐ 9: ĐẶT BUỒNG - CÁC NHIỆM VỤ KHÁC

PHẦN VIỆC SỐ 9.12: Tiếp nhận email

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
<p>1. Kiểm tra email</p>	<p>Truy cập hệ thống và kiểm tra nếu có email mới.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kiểm tra ít nhất 3 lần một ngày xem có email mới không. 	<p>Theo thông lệ quốc tế, email thường được xử lý trong vòng 24h.</p>	<p>Tần suất kiểm tra email phụ thuộc vào số lượng email nhận được của khách sạn.</p>
<p>2. Xử lý yêu cầu</p>	<p>Bạn trực tiếp xử lý hoặc chuyển cho các bộ phận liên quan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Đảm bảo các email được trả lời trong vòng 24h sau khi nhận được. • Nếu mất nhiều thời gian hơn, cần xác nhận đã nhận được email và thông báo rõ ràng hạn trả lời. 	<p>Đó là tiêu chuẩn quốc tế.</p> <p>Để người gửi biết thông tin đã được tiếp nhận và đang được xử lý.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 9: ĐẶT BUỒNG - CÁC NHIỆM VỤ KHÁC
PHẦN VIỆC SỐ 9.13: Tiếp nhận fax

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Kiểm tra giấy	Kiểm tra để đảm bảo giấy có đủ trong máy fax.	<ul style="list-style-type: none"> • Luôn luôn phải đảm bảo số lượng giấy trong máy fax. • Chuẩn bị đủ số lượng giấy fax cho 3 ngày kế tiếp và cần đặt gần máy fax. 	Để đảm bảo luôn luôn có giấy nhận fax.	
2. Kiểm tra fax	Kiểm tra máy fax xem có tin nhắn nào không.	<ul style="list-style-type: none"> • Kiểm tra ít nhất 3 lần/ngày xem có gì mới. 	Theo chuẩn quốc tế thì tất cả các bản fax phải được xử lý trong vòng 24 tiếng.	Mức độ thường xuyên các bản fax cần được kiểm tra phụ thuộc vào số lượng fax mà khách sạn nhận được.
3. Giải quyết các yêu cầu về fax	Bạn sẽ trực tiếp giải quyết các yêu cầu hoặc chuyển tới bộ phận liên quan.	<ul style="list-style-type: none"> • Đảm bảo rằng tất cả các bản fax đã nhận phải được giải quyết trong vòng 24 tiếng kể từ khi nhận fax. • Trong trường hợp trả lời fax chậm hơn quy định thì cần phải xác nhận rõ ràng lại với người gửi fax về thời gian cụ thể đưa ra câu trả lời đầy đủ. • Tất cả các bản fax cần được đánh máy để trả lời (không viết tay). 	<p>Đây là tiêu chuẩn quốc tế.</p> <p>Điều này giúp người gửi fax biết là fax đã được nhận và đang được xử lý.</p> <p>Bởi vì sẽ thể hiện tính chuyên nghiệp và dễ dàng hơn để đọc.</p>	

10. AN TOÀN VÀ AN NINH

Giới thiệu:

Mọi nhân viên trong khách sạn phải có trách nhiệm về an toàn và an ninh. Việc tuân thủ chính xác các quy trình và hướng dẫn sẽ giúp bạn bảo vệ chính mình, đồng nghiệp, khách trong khách sạn và khách đến thăm khách sạn.

PHẦN VIỆC SỐ 10.1:	Khu vực làm việc
PHẦN VIỆC SỐ 10.2:	An toàn
PHẦN VIỆC SỐ 10.3:	An ninh
PHẦN VIỆC SỐ 10.4:	Xử lý đe dọa đánh bom
PHẦN VIỆC SỐ 10.5:	Sơ cứu – Cấp cứu y tế
PHẦN VIỆC SỐ 10.6:	Quy trình phòng cháy chữa cháy
PHẦN VIỆC SỐ 10.7:	An toàn và an ninh cho khách hàng



CÔNG VIỆC SỐ 10: AN TOÀN VÀ AN NINH
PHẦN VIỆC SỐ 10.1: Khu vực làm việc

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Làm sạch các vết đổ	Đảm bảo rằng quầy làm việc và sàn nhà đều sạch sẽ.	<ul style="list-style-type: none"> Không để chất lỏng gần máy tính hoặc các thiết bị điện khác. Sàn không được có các chất lỏng bị đổ ra. 	<p>Các chất lỏng bị đổ ra các thiết bị điện có thể gây hoả hoạn.</p> <p>Để tránh cho nhân viên và khách khỏi bị trượt chân.</p>	
2. Dọn sạch các lối đi	Đảm bảo không để (hoặc đánh rơi) các đồ vật trên các lối đi lại.	<ul style="list-style-type: none"> Nhặt ngay tất cả các mẫu vụn rơi trên lối đi. Thùng, hộp phải được để vào nơi quy định. Các lối thoát hiểm và các lối đi đến các lối thoát hiểm phải thông thoáng. 	<p>Để không ai bị vấp vào chúng.</p> <p>Trong trường hợp phải sơ tán các lối đi này sẽ thông thoáng.</p>	
3. Kiểm tra các cửa thoát hiểm	Chắc chắn rằng chúng phải được đóng chặt.	<ul style="list-style-type: none"> Không bao giờ được khoá các cửa thoát hiểm. Lối đi phía sau cửa cũng phải được thông thoáng. 	Trong trường hợp thoát hiểm, các lối đi này phải thông thoáng.	
4. Kiểm tra các thiết bị điện	Kiểm tra các thiết bị điện xem chúng còn làm việc tốt không.	<ul style="list-style-type: none"> Không có dây điện bị lỏng. Không có thiết bị điện để ngổ. 	Để tránh xảy ra tai nạn.	

CÔNG VIỆC SỐ 10: AN TOÀN VÀ AN NINH

PHẦN VIỆC SỐ 10.2: An toàn

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Biết về quy tắc an toàn của khách sạn	Tự làm quen với các quy tắc này.	<ul style="list-style-type: none"> • Biết nơi tìm các văn bản về quy tắc an toàn. • Tham dự tất cả các khoá đào tạo dành cho bạn. 	Vì trong trường hợp khẩn cấp, bạn có thể phản ứng theo bản năng.	Biết về quy tắc an toàn của khách sạn.
2. Biết các số điện thoại khẩn cấp	Biết nơi tìm các số điện thoại khẩn cấp.	Biết rõ các số điện thoại khẩn cấp sau đây: <ul style="list-style-type: none"> - Cứu hoả. - Cứu thương. - Cảnh sát. - Tổng giám đốc khách sạn. - Giám đốc an ninh khách sạn. - Giám đốc trực. 	Để bạn không phải đi tìm kiếm chúng trong trường hợp khẩn cấp.	Biết các số điện thoại khẩn cấp.
3. Biết các lối thoát hiểm	Làm quen với vị trí của các lối thoát hiểm.	<ul style="list-style-type: none"> • Biết ít nhất hai lối thoát hiểm gần nhất từ quầy lễ tân. • Có thể hướng dẫn khách đến vị trí của lối thoát hiểm gần nhất (cũng như từ tất cả buồng khách). 	Để bạn có thể phản ứng ngay trong trường hợp khẩn cấp.	
4. Biết cách sử dụng bình chữa cháy	Tham gia các khoá đào tạo đặc biệt.	<ul style="list-style-type: none"> • Biết cách vận hành bình chữa cháy trong khu vực lễ tân. 	Để bạn có thể phản ứng ngay trong trường hợp có hoả hoạn nhỏ.	

CÔNG VIỆC SỐ 10: AN TOÀN VÀ AN NINH
PHẦN VIỆC SỐ 10.3: An ninh

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Biết về các quy tắc an ninh của khách sạn	Tự làm quen với các quy tắc an ninh của khách sạn.	<ul style="list-style-type: none"> • Biết nơi tìm các văn bản về quy tắc an ninh. • Tham gia các khoá đào tạo dành cho bạn. 	Theo cách này, bạn sẽ biết mình phải làm gì trong các tình huống khác nhau.	
2. Không tiết lộ số buồng	Không bao giờ tiết lộ số buồng cho người không được phép và không bao giờ nói ra số buồng của khách.	<ul style="list-style-type: none"> • Chỉ vào số buồng trên thẻ chìa khoá. • Không được đọc số buồng lên quá to. 	Để không ai nghe thấy được số buồng.	
3. Không tiết lộ tên khách	Không bao giờ tiết lộ tên của khách đang ở trong khách sạn.	<ul style="list-style-type: none"> • Không bao giờ được tiết lộ tên của khách. 	Đó là vấn đề về an ninh và riêng tư.	
4. Không được mở cửa buồng khách	Không được mở cửa buồng khách bằng chìa khoá tổng.	<ul style="list-style-type: none"> • Chỉ được mở cửa buồng cho khách bằng chìa khoá của khách. • Nếu bạn được yêu cầu làm việc đó, phải xác định đúng khách bằng cách kiểm tra lại tên và số buồng của họ. 	<p>Theo cách này, bạn đảm bảo rằng khách đã vào đúng buồng của họ.</p> <p>Đảm bảo rằng người không được phép không được vào buồng khách.</p>	
5. Không nhận các bao gói đáng nghi ngờ	Không được nhận các bao gói mà bạn không tin tưởng.	<ul style="list-style-type: none"> • Khi không chắc chắn, hãy liên hệ với người giám sát. 	Đảm bảo rằng không có các bao gói nguy hiểm được đưa vào khách sạn.	

CÔNG VIỆC SỐ 10: AN TOÀN VÀ AN NINH

PHẦN VIỆC SỐ 10.4: Xử lý đe dọa đánh bom

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Biết các quy tắc của khách sạn	Tự làm quen với các quy tắc của khách sạn.	<ul style="list-style-type: none"> • Biết nơi tìm các văn bản về quy tắc. • Tham gia các khoá đào tạo dành cho bạn. 	Để chắc chắn rằng bạn có thể phản ứng theo bản năng trong trường hợp có đe dọa bị đánh bom.	
2. Xử lý cuộc gọi	Cố gắng hỏi để người gọi điện thoại cung cấp cho bạn càng nhiều chi tiết càng tốt.	<ul style="list-style-type: none"> • Đề nghị người gọi nhắc lại thông điệp. • Nhận các chi tiết. • Ghi lại nếu có thể. • Chú ý đến các âm thanh nền. • Điền vào mẫu đe dọa bị đánh bom ngay lập tức. • Thông báo cho người giám sát và/hoặc giám đốc an ninh một cách kín đáo. 	<p>Để chắc chắn rằng bạn đã hiểu rõ tất cả các chi tiết. Để bạn không bị quên các điều đã nghe.</p> <p>Việc này sẽ giúp cho người có thẩm quyền truy tìm cuộc gọi.</p> <p>Vì ngay sau cuộc gọi, bạn sẽ biết nhiều chi tiết hơn.</p> <p>Để tránh hốt hoảng, chỉ thông báo cho những người cụ thể.</p>	
3. Tuân theo các hướng dẫn cụ thể hơn				

CÔNG VIỆC SỐ 10: AN TOÀN VÀ AN NINH
PHẦN VIỆC SỐ 10.5: Sơ cứu – Cấp cứu y tế

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	Kiến thức
1. Biết các nhân viên sơ cứu	Có một danh sách những người có đủ khả năng để thực hiện sơ cứu.	<ul style="list-style-type: none"> Danh sách này phải để sẵn tại quầy lễ tân. Phải có ít nhất một người sơ cứu trực. 	<p>Để bạn có thể liên hệ trực tiếp với họ.</p> <p>Để có những người làm sơ cứu sẵn sàng, trong trường hợp khẩn cấp.</p>	
2. Biết nơi tìm hộp sơ cứu	Tự làm quen với nơi để các hộp sơ cứu.	<ul style="list-style-type: none"> Mỗi bộ phận đều có hộp sơ cứu riêng. Nếu bạn lấy thứ gì đó ra khỏi hộp sơ cứu, đảm bảo rằng bạn đã bổ sung lại. 	<p>Để có đúng thứ cần thiết sẵn có.</p> <p>Để đảm bảo rằng hộp sơ cứu có đủ đồ dùng.</p>	

CÔNG VIỆC SỐ 10: AN TOÀN VÀ AN NINH
PHẦN VIỆC SỐ 10.6: Quy trình phòng cháy chữa cháy

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
1. Biết về quy trình phòng cháy chữa cháy của khách sạn	Tự làm quen với quy trình phòng cháy chữa cháy của khách sạn.	<ul style="list-style-type: none"> • Biết nơi tìm các văn bản về quy tắc phòng cháy chữa cháy. • Tham gia các khoá đào tạo dành cho bạn. 	Vì trong trường hợp khẩn cấp, bạn có thể phản ứng theo bản năng.	Biết về quy tắc phòng cháy chữa cháy của khách sạn.
2. Tuân theo các hướng dẫn				

CÔNG VIỆC SỐ 10: AN TOÀN VÀ AN NINH

PHẦN VIỆC SỐ 10.7: An toàn và an ninh cho khách hàng

BƯỚC	CÁCH LÀM	TIÊU CHUẨN	LÝ DO	KIẾN THỨC
Phát hiện những người khả nghi	Bằng cách dựa trên sự phán đoán của bản thân hoặc bằng cách xác định bất kỳ vị khách không mời nào hay khách viếng thăm.	<ul style="list-style-type: none">Báo ngay cho giám sát nếu phát hiện bất kỳ trường hợp khả nghi nào.	Vì giám sát là người có nhiều kinh nghiệm hơn trong việc giải quyết các tình huống như vậy.	Pháp luật cấm không cho những người có lý lịch không rõ ràng thuê buồng.

2.4 BẢNG CHÚ GIẢI THUẬT NGỮ

Giới thiệu:

Phần chú giải này tóm tắt nội dung các chú giải thuật ngữ đã nêu trong tài liệu tiêu chuẩn nghiệp vụ theo thứ tự danh mục chữ cái.

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Advanced purchased rate <i>Mức giá bán trước</i>	Các mức giá được áp dụng chỉ khi đặt buồng trước cho một khoảng thời gian tối thiểu nào đó, việc thay đổi hoặc hủy bỏ đặt buồng thường sẽ phải chịu tính một mức phí.	
Air crew (series) <i>Phi hành đoàn (hàng loạt)</i>	Một loạt các yêu cầu đặt buồng cho tổ tiếp viên (nam nữ tiếp viên) và phi hành đoàn (cơ trưởng và lái phụ) của một hãng hàng không. Yêu cầu đặt buồng theo hình thức thường xuyên với thời gian và số ngày đến và đi theo tiêu chuẩn.	
Aircrew <i>Giá dành cho phi hành đoàn</i>	Mức giá dành cho tổ bay theo lịch lưu trú thường xuyên tại khách sạn.	
All rates flexible <i>Tất cả các giá linh hoạt</i>	Tất cả các mức giá tùy thuộc vào nhu cầu trên thị trường.	
Allotment <i>Phân bổ buồng</i>	Một số buồng hàng ngày hoặc hàng tuần được để riêng ra cho một tổ chức hoặc công ty cụ thể nào đó để công ty này cho thuê lại. Các buồng được giải phóng để khách sạn có thể tự cho thuê trước ngày khách đến một số ngày nhất định.	
ARR = Average Room Rate	Mức giá buồng bình quân.	

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Attrition <i>Giảm số lượng buồng</i>	Sự khác biệt về số lượng buồng đã yêu cầu đặt ban đầu cho đoàn và số buồng thực tế mà đoàn đó đã thuê.	Đặc biệt quan trọng khi đánh giá lượng khách quay trở lại. Thuật ngữ này cũng được gọi là số lượng cụ thể.
Average spend <i>Mức chi tiêu bình quân</i>	Tổng doanh thu từ các khách lưu trú tại khách sạn chia cho tổng số khách.	
Average spend F&B <i>Chi tiêu bình quân cho ăn uống</i>	Tổng doanh thu từ dịch vụ ăn uống từ các khách lưu trú tại khách sạn chia cho tổng số khách.	Chi tiêu này cũng thường được xem xét cho từng phân đoạn thị trường. Một số phân đoạn thị trường có mức chi tiêu bình quân cho ăn uống cao hơn các phân đoạn khác.
BAR = Best Available rate <i>Giá tốt nhất sẵn có</i>	BAR là mức giá tốt nhất mà khách nào cũng có thể được áp dụng, vào thời điểm đặt buồng, trên bất kỳ một kênh phân phối nào, đối với một loại buồng cụ thể và một ngày cụ thể.	
Benefit Lợi ích	Lợi ích mô tả sự thuận tiện mà nét đặc trưng mang lại cho một đối tượng khách (loại khách) nhất định.	Lợi ích đối với một doanh nhân đi công tác: “ <i>Khi về đến khách sạn muộn sau một ngày di chuyển dài quý khách có thể lựa chọn các món ăn từ thực đơn phong phú phục vụ tại buồng của chúng tôi, vì vậy quý khách có thể thưởng thức bữa ăn tối vào bất kỳ lúc nào</i> ”. Lợi ích đối với một gia đình đi du lịch cùng con cái: “ <i>Thậm chí vào lúc nửa đêm chúng tôi có thể giúp quý khách có sữa ấm cho con nhỏ hoặc phục vụ quý khách bữa ăn nhẹ ngay trong khách sạn, vì vậy quý khách có thể chăm sóc con cái của mình như ở nhà</i> ”.

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Billing instruction <i>Hướng dẫn ghi hoá đơn</i>	Yêu cầu cách thiết lập thông tin thanh toán chi tiết của một đoàn khách nhất định nào đó.	Có thể là: <ul style="list-style-type: none"> - Tất cả chi phí cho đoàn do Công ty thanh toán (tất cả các chi phí do người tổ chức chi trả). - Giá buồng và ăn sáng (thành viên trong đoàn phải thanh toán tất cả các chi phí khác ngoài tiền buồng và ăn sáng). - v.v...
Black out date <i>Ngày không nhận đặt buồng</i>	Có thể là một ngày mà khách sạn không thể nhận đặt buồng ngay cả với mức giá đã thỏa thuận.	
Blocking room <i>Giữ buồng</i>	Sau khi đã nhận được danh sách xếp buồng thì các buồng có thể được giữ lại dành cho các khách có các yêu cầu hoặc nhu cầu cụ thể về buồng. Chẳng hạn như buồng VIP, buồng tiện nghi sang trọng (suites), buồng cho người tàn tật.	Trong một số khách sạn (nhỏ), tất cả các buồng cho khách đoàn được giữ lại trước ngày đoàn đến.
Booking fences <i>Điều kiện đặt buồng</i>	Điều kiện đặt buồng là một điều kiện đặc biệt để được hưởng một mức giá nhất định. Điều đó nhằm đảm bảo các mức giá xác định sẽ được áp dụng riêng cho phân đoạn thị trường mà khách sạn đang hướng tới.	Ví dụ của điều kiện đặt buồng: <ul style="list-style-type: none"> - Số đêm lưu trú tối thiểu. - Bao gồm cả đêm thứ bảy. - Buồng phải đặt trước 3 tháng. - Không thể thay đổi ngày lưu trú. - Chỉ áp dụng khi đặt buồng cho 2 người. - Bao gồm ăn tối.
Booking status <i>Tình trạng đặt buồng</i>	Tình trạng của một yêu cầu đặt buồng.	
Bottom up selling <i>Chào bán với mức giá tăng dần</i>	Bắt đầu bằng việc chào bán các sản phẩm và dịch vụ khách sạn có giá thấp nhất với mục đích thuyết phục khách mua các gói sản phẩm và dịch vụ có giá tăng cao hơn một chút.	Áp dụng phù hợp nhất đối với các khách lưu trú tỏ ra thận trọng về giá cả.

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Cancellation policy <i>Quy chế hủy đặt buồng</i>	Một quy chế được thiết lập nhằm quy định chi phí phải trả đối với việc hủy bỏ đặt buồng liên quan tới các buồng đặt theo đoàn. Việc hủy buồng càng sát với ngày đến thì phí phải trả cho việc hủy các buồng đã giữ cho nhóm từ ban đầu càng cao.	
Channel management <i>Quản lý kênh</i>	Đi trước trong việc thực hiện công tác quản lý tất cả các kênh phân phối để đảm bảo tiếp cận thị trường tới mức tối đa với chi phí tối thiểu. <ul style="list-style-type: none"> - Giữ đơn giản. - Đảm bảo nó dễ dàng để quản lý. - Đảm bảo bình đẳng đối với giá/kênh phân phối. - Kiểm soát việc phân bổ các chi phí. - Đánh giá nỗ lực tiếp thị của các đối tác. 	
Channel of reservation – IDS <i>Kênh đặt buồng – Internet</i>	Yêu cầu đặt buồng được gửi đến khách sạn thông qua mạng internet.	Ví dụ như qua website của khách sạn.
Channel of reservation – email <i>Kênh đặt buồng – Thư điện tử</i>	Yêu cầu đặt buồng được gửi trực tiếp đến khách sạn thông qua thư điện tử.	
Channel of reservation – fax <i>Kênh đặt buồng – fax</i>	Gửi fax trực tiếp đến khách sạn để yêu cầu đặt buồng.	Thường hay sử dụng một mẫu đặt buồng tiêu chuẩn để làm cho quá trình đặt buồng được thực hiện hiệu quả hơn.

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Channel of reservation <i>Kênh đặt buồng – Hệ thống đặt buồng toàn cầu</i>	Hệ thống đặt buồng toàn cầu (GDS) – đầu tiên là các đại lý lữ hành đã đặt buồng trên qua hãng hàng không và các hãng hàng không thực hiện việc đặt buồng. Các hệ thống đặt buồng trung tâm của khách sạn có thể được liên kết với một hệ thống đặt buồng toàn cầu.	Apollo, Sabre, Amadeus, Galileo.
Channel of reservation – letter <i>Kênh đặt buồng – Thư từ</i>	Thư yêu cầu đặt buồng được gửi trực tiếp đến khách sạn thông qua đường bưu điện.	
Channel of reservation – telephone <i>Kênh đặt buồng – điện thoại</i>	Gọi điện thoại trực tiếp đến khách sạn để yêu cầu đặt buồng.	
Closing the sale <i>Kết thúc việc bán hàng</i>	Dùng câu hỏi “Tôi có thể đặt buồng trước cho ngài được không, thưa ông TÊN NGƯỜI GỌI”. Để đảm bảo việc đặt buồng của khách.	
Commissionable rate <i>Giá có thể trích hoa hồng</i>	Giá buồng trong đó khách sạn phải trích một phần hoa hồng để trả cho các công ty hoặc đại lý du lịch theo như thoả thuận.	
Competitive set <i>Nhóm khách sạn cạnh tranh</i>	Một nhóm các khách sạn có các đặc điểm thu hút khách giống nhau đối với những phân đoạn thị trường cụ thể.	

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Complimentary room <i>Buồng miễn phí</i>	Một buồng cấp miễn phí cho khách lưu trú.	Một buồng miễn phí có ảnh hưởng tới mức giá buồng trung bình và số liệu hiệu suất sử dụng buồng. Nhìn chung các buồng miễn phí được cung cấp như một phần bổ sung khi khách hàng mua một gói dịch vụ lớn hơn (ví dụ như, tổ chức hội nghị hoặc đặt tiệc trong khách sạn) hoặc để làm cho khách lưu trú làm quen với khách sạn nhằm mục đích thu hút khách đặt buồng trong tương lai.
Conference/convention rate <i>Giá dành cho khách hội nghị</i>	Các mức giá đặc biệt tính trong thời gian có các hội nghị toàn quốc hoặc hội thảo diễn ra hoặc các sự kiện của thành phố.	
Confirmed <i>Đã xác nhận đặt buồng</i>	Việc đặt buồng được xác nhận. Giá buồng, (loại) buồng và ngày đã được xác định rõ.	
Consortia rate <i>Giá dành cho các hãng lữ hành lớn</i>	Mức giá áp dụng cho các tập đoàn lớn (= những đại lý du lịch lớn như American Express, Thomas Cook).	
Contract rate <i>Giá hợp đồng</i>	Mức giá áp dụng cho các công ty thường xuyên thuê buồng và đem lại cho khách sạn một lượng doanh thu nhất định. Vì vậy, họ được hưởng một mức giá buồng đặc biệt.	

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
<p>Corporate agreement or contract <i>Thoả thuận hoặc hợp đồng hợp tác</i></p>	<p>Một thoả thuận giữa khách sạn và một công ty cụ thể trong đó đưa ra các điều kiện dành cho việc đặt buồng.</p>	<p>Theo truyền thống thì các thoả thuận này bao gồm mức giá buồng cố định đặc biệt. Nếu khách sạn áp dụng cơ cấu giá hoàn toàn linh hoạt thì hợp đồng sẽ không thể áp dụng giá buồng cố định.</p> <p>Theo truyền thống nếu số đêm buồng càng nhiều thì giá càng giảm. Quan điểm mới về giá buồng phụ thuộc nhiều hơn vào thời điểm Công ty thuê buồng của khách sạn. Giá buồng liên quan tới mức độ thời gian Công ty sử dụng đêm buồng trong các giai đoạn cao điểm của khách sạn.</p>
<p>Corporate rate <i>Giá hợp tác dành cho công ty</i></p>	<p>Mức giá buồng chào cho các doanh nhân, thường là từ các công ty lớn, lưu trú tại khách sạn.</p>	
<p>Cross selling (= suggestive selling) <i>Giới thiệu và chào bán dịch vụ khác</i></p>	<p>Mô tả các dịch vụ và sản phẩm khác của khách sạn và đề nghị khách đặt mua các dịch vụ và sản phẩm đó.</p>	<p>Đề nghị đặt ăn trước tại nhà hàng/đặt chương trình du lịch ngay khi làm thủ tục nhận buồng.</p>
<p>CRS <i>Hệ thống đặt giữ chỗ trung tâm</i></p>	<p>Hệ thống đặt giữ chỗ trung tâm.</p> <p>Yêu cầu đặt buồng được gửi tới khách sạn thông qua văn phòng đặt buồng trung tâm.</p>	<p>Yêu cầu đặt buồng thông thường được tải trực tiếp trên mạng xuống hệ thống PMS của khách sạn.</p>

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
CTA <i>Từ chối nhận đặt buồng vào ngày đến</i>	<p>Không nhận đặt buồng vào ngày khách tới.</p> <p>Trong ngày này khách sạn không chấp nhận bất cứ yêu cầu đặt buồng nào đối với các khách bắt đầu tới lưu trú đúng từ ngày đó. Buồng đặt thông qua ngày đó (do khách đến lưu trú tại khách sạn trước ngày đó) thì vẫn được chấp nhận.</p> <p>Những đặt buồng mà khách ở qua ngày đó (tức là khách đến lưu trú tại khách sạn trước ngày từ chối nhận đặt) thì vẫn được chấp nhận.</p>	<p>Kỹ năng này được sử dụng để cân bằng giữa những ngày cao điểm và ngày thấp điểm của các giai đoạn khác nhau.</p>
Cut off date <i>Ngày cắt buồng</i>	<p>Ngày mà tại đó một số lượng buồng đã được đặt trước nhưng không xác nhận lấy sẽ được giải phóng để bán cho khách khác.</p>	
Day rate <i>Giá thuê buồng trong ngày</i>	<p>Một mức giá buồng được giảm đối với các buồng không thuê qua đêm.</p>	
Definite group <i>Đoàn xác định</i>	<p>Một đặt buồng cho đoàn đã được xác nhận.</p>	<p>Nhìn chung tình trạng đặt buồng tiến triển tới mức độ xác định sau khi khách sạn nhận được hợp đồng đoàn khách hàng đã ký.</p>
Delayed flights <i>Chuyến bay bị chậm</i>	<p>Khách (hoặc đoàn khách) của một chuyến bay không thể khởi hành đúng giờ do một số vấn đề trực trặc nào đó.</p>	
Demand based pricing <i>Định giá dựa trên nhu cầu</i>	<p>Xem phần định giá linh hoạt.</p>	
Deposit <i>Đặt cọc</i>	<p>Khoản thanh toán ban đầu cho các dịch vụ khách sạn và được coi là dấu hiệu cam kết sẽ thanh toán toàn bộ.</p>	

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Displaced revenue <i>Doanh thu bị thất thoát</i>	Nguồn thu của khách sạn sẽ bị mất đi nếu chấp nhận một yêu cầu đặt buồng. Bạn có thể không thể chấp nhận một yêu cầu đặt buồng chỉ vì các đặt buồng cho đoàn khách.	Hãy đưa tất cả các nguồn doanh thu của khách sạn ra xem xét (bao gồm cả doanh thu từ dịch vụ ăn uống và các dịch vụ khác). Việc này luôn phải được xem xét khi thực hiện đánh giá kết quả kinh doanh.
Distribution channel <i>Kênh phân phối</i>	Khách hàng có thể đặt buồng thông qua kênh phân phối đặt buồng của khách sạn.	Xem phần các kênh đặt buồng.
Double occupancy <i>Công suất sử dụng buồng đôi.</i>	Tổng số khách chia cho tổng số buồng đã bán.	Nói chung là hiệu suất sử dụng kép của các khách sạn thương mại sẽ cao hơn đối với khách sạn du lịch.
Dynamic pricing <i>Định giá linh hoạt</i>	Giá buồng dựa trên cơ sở dự đoán các nhu cầu của thị trường tại một ngày cụ thể. Các mức giá lên xuống cùng với sự thay đổi của nhu cầu.	Còn được gọi là định giá dựa trên nhu cầu.
Electronic distribution <i>Phân phối điện tử</i>	Phân phối điện tử (ED) là thuật ngữ để mô tả chu trình quản lý tất cả các kênh phân phối điện tử. Các kênh phân phối này giúp những người cung cấp dịch vụ khách sạn chào bán các dịch vụ khách sạn của mình trên các kênh có nhu cầu như (các Đại lý lữ hành, các nhà Điều hành du lịch, các Nhà bán sỉ dịch vụ du lịch, các Khách lưu trú và Người đặt buồng.v.v...) và giúp cho người đặt buồng có thể đặt thông qua kênh điện tử một cách nhanh chóng và tốn ít chi phí. Các kênh này có thể là các kênh trực tuyến được tiếp cận qua internet, hoặc kênh điện tử tiếp cận thông qua mạng nội bộ hoặc qua các kết nối giao diện tương tác.	
Email <i>Thư điện tử</i>	Yêu cầu đặt buồng gửi trực tiếp tới khách sạn qua địa chỉ thư điện tử của khách sạn.	

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Enquiry <i>Yêu cầu thông tin</i>	Khách hoặc người đặt buồng đưa ra các yêu cầu thông tin chung về khách sạn, thông thường không bao gồm ngày và các yêu cầu cụ thể.	
Expected demand <i>Dự kiến nhu cầu về buồng</i>	Số buồng dự kiến sẽ được hỏi thuê trong thị trường khách sạn của bạn để thoả mãn yêu cầu của khách trong một ngày cụ thể.	Để thiết lập nhu cầu dự kiến thì phải xem xét việc kinh doanh trong quá khứ, các sự kiện đặc biệt, xu hướng kinh tế, sự phát triển trong thị trường khách sạn...
Familiarization trip <i>Chuyến đi làm quen</i>	Một chuyến đi của một (nhóm) đại lý du lịch với chi phí ít hoặc không mất chi phí để bản thân họ làm quen với khách sạn và quang cảnh xung quanh khách sạn.	Thuật ngữ này còn được gọi là FAM trip.
Family rate <i>Giá gia đình</i>	Mức giá buồng được chào để thu hút khách lưu trú là các gia đình có trẻ em đi cùng.	
Fax	Yêu cầu đặt buồng gửi tới khách sạn qua máy fax.	Đối với các khách hàng thường xuyên có thể sử dụng một mẫu fax tiêu chuẩn để đặt buồng.
Features <i>Nét đặc trưng</i>	Nét đặc trưng mô tả về một đặc điểm cụ thể của khách sạn chẳng hạn như các loại buồng và diện tích buồng, trang trí nhà hàng.	Khách sạn của chúng tôi có phục vụ ăn uống tại buồng suốt 24 giờ trong ngày.

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Fenced promotional rates <i>Giá khuyến mãi có điều kiện</i>	Các mức giá khuyến mãi và trọn gói đặc biệt có sẵn trên thị trường nhưng được “bảo vệ” thông qua các điều kiện nhất định.	Tham khảo phần điều kiện đặt buồng.
Fixed rate <i>Giá cố định</i>	Tất cả mức giá là cố định và không xê dịch.	Giá áp dụng quanh năm giống nhau.
Flexible consortia rates <i>Giá linh hoạt dành cho các hãng lữ hành lớn</i>	Các mức giá cho yêu cầu đặt buồng của các tập đoàn cũng áp dụng linh hoạt, dựa trên nhu cầu.	
Flexible corporate contract rates <i>Giá linh hoạt dành cho công ty</i>	Giá thuê buồng theo hợp đồng là áp dụng linh hoạt.	
GDS <i>Hệ thống phân phối toàn cầu</i>	Hệ thống đặt buồng toàn cầu (GDS) – đầu tiên là các đại lý lữ hành đã đặt buồng trên qua hãng hàng không và các hãng hàng không thực hiện việc đặt buồng. Các hệ thống đặt buồng trung tâm của khách sạn có thể được liên kết với một hệ thống đặt buồng toàn cầu.	Yêu cầu đặt chỗ thông thường được tải trực tiếp trên mạng xuống hệ thống PMS của khách sạn Amadeus. Galileo/Apollo. Sabre. Worldspan.
Group <i>Nhóm/ theo đoàn</i>	Một đoàn khách lưu trú tại khách sạn trong một số ngày (tương đối) giống nhau, đôi khi đi cùng với nhau, đôi khi đến và đi riêng lẻ.	Một đoàn khách là việc đặt chỗ cho hơn 5 buồng hoặc 10 khách (Số lượng chính xác phụ thuộc vào quy mô và loại khách sạn).

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Group block <i>Giữ buồng cho đoàn</i>	Một nhóm buồng được để dành cho một đoàn cụ thể nào đó mà tên của từng khách trong đoàn chưa được thông báo.	
Group contract <i>Hợp đồng đặt buồng cho đoàn</i>	Một thoả thuận chính thức với một công ty hoặc một tổ chức trong đó đưa ra các điều khoản chi tiết chủ chốt liên quan tới yêu cầu đặt buồng theo đoàn.	
Group master <i>Đặt buồng chung cho đoàn</i>	Một yêu cầu đặt buồng chủ chốt mà tất cả các yêu cầu đặt buồng riêng lẻ khác trong nhóm phải liên kết tới.	
Group rate <i>Giá thuê buồng dành cho khách đoàn</i>	Mức giá buồng được chào cho các nhóm người có cùng một mục đích tới nghỉ tại khách sạn.	Bộ phận bán hàng hoặc đặt buồng thường đàm phán mức giá này với một đại lý du lịch hoặc với một tổ chức chuyên nghiệp nào đó.
Guaranteed <i>Được bảo đảm</i>	Một loại bảo đảm nhất định đạt được.	
Guaranteed reservation <i>Đặt buồng có đảm bảo</i>	Một yêu cầu đặt buồng theo đó người đặt đảm bảo thanh toán cho đêm lưu trú đầu tiên (hoặc đôi khi thanh toán toàn bộ số ngày đêm lưu trú).	Có thể thanh toán bằng thẻ tín dụng, đặt cọc hoặc bằng thư do một công ty (được chấp thuận) phát hành.
House use <i>Buồng sử dụng nội bộ</i>	Buồng do nhân viên khách sạn sử dụng.	Không làm ảnh hưởng tới công suất buồng và giá buồng bình quân. Ví dụ như buồng do quản lý khách sạn sử dụng để làm việc.
Hurdle rate <i>Giá khung</i>	Chức năng mở và đóng các mức giá cho thuê buồng trong bất kỳ một hệ thống (giao diện) đặt buồng nào. Điều này giúp xác định doanh thu tối đa có thể đạt được khi buồng cuối cùng còn lại được cho thuê.	

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
IDS <i>Hệ thống phân phối qua mạng internet</i>	<p>IDS có nghĩa là Các hệ thống phân phối qua mạng Internet. Các hệ thống này là các trang web trên mạng cung cấp chức năng đặt buồng khách sạn điện tử trực tuyến. Hầu hết các trang web này cho phép các khách hàng cá nhân lên mạng và thực hiện việc đặt buồng, sau đó Hệ thống đặt buồng Trung tâm của Khách sạn sẽ gửi cho khách hàng một phản hồi ngay lập tức với số xác nhận việc đặt buồng.</p> <p>Các trang web này kết nối với khách sạn theo một trong 3 cách sau đây:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kết nối trực tiếp với một Hệ thống đặt buồng Trung tâm đặc biệt của Khách sạn. - Kết nối với một công ty kết nối dịch vụ, hệ thống này lại liên hệ với nhiều hệ thống đặt buồng khách sạn. - Kết nối với một Hệ thống đặt buồng Toàn cầu, hệ thống này lại kết nối với một hệ thống đặt buồng khách sạn. 	
Incentive <i>Khuyến khích</i>	<p>Một nhóm hoặc một số người lưu trú tại khách sạn của bạn như một phần thưởng cho thành tích công tác tại công ty của họ.</p>	
Individual traveler <i>Khách lẻ</i>	<p>Một khách hoặc một nhóm nhỏ khách lưu trú tự tổ chức chuyến đi.</p>	<p>Họ có thể có mục đích kinh doanh hoặc nghỉ ngơi.</p>
Intermediary <i>Đặt buồng qua trung gian</i>	<p>Một đơn vị được các khách lưu trú ủy quyền thay mặt cho họ đặt buồng.</p>	<p>Có thể là một đại lý du lịch.</p>
Internet <i>Mạng toàn cầu</i>	<p>Yêu cầu đặt buồng được thực hiện thông qua một trang đặt buồng trên mạng đặc biệt.</p>	<p>Có thể là trang web của chính khách sạn. Có thể là người bán sỉ trực tuyến.</p>
Lead time <i>Thời gian chờ</i>	<p>Số ngày (hoặc tháng) giữa thời điểm khách đặt buồng và thời điểm khách đến khách sạn.</p>	<p>Nhìn chung thời gian chờ đối với phân đoạn thị trường khách thương gia ngắn hơn so với khách du lịch.</p>

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
LOS = Length of stay <i>Độ dài thời gian lưu trú</i>	Độ dài thời gian lưu trú. Khoảng thời gian của một khách lưu trú tại khách sạn của bạn tính theo số đêm lưu trú. Số đêm buồng đã bán. Số buồng đã bán.	
Mail <i>Thư</i>	Yêu cầu đặt buồng gửi tới khách sạn qua thư bưu điện.	
Market segment <i>Phân đoạn thị trường</i>	Công tác phân đoạn thị trường nhằm mô tả loại hình kinh doanh, lý do tại sao khách lưu trú lại ở tại khách sạn của chúng ta.	Nhìn chung có 4 đoàn khách lưu trú chính, mỗi nhóm đó có thể chia thành các tiểu nhóm nhỏ hơn: Doanh nhân đơn lẻ. Nhóm doanh nhân. Khách đi nghỉ đơn lẻ. Đoàn khách đi nghỉ.
Market segment - Business Individual <i>Phân đoạn thị trường – Doanh nhân đơn lẻ</i>	Một khách lưu trú tại khách sạn vì các lý do công việc kinh doanh và không phải là thành viên của một nhóm doanh nhân.	
Market segment - Business Group <i>Phân đoạn thị trường – Nhóm doanh nhân</i>	Một đoàn khách lưu trú tại khách sạn vì lý do công việc kinh doanh.	Có thể là một nhóm đại biểu tham dự hội nghị, họp hành hoặc đàm phán bên ngoài hoặc ngay tại khách sạn hoặc các hoạt động kinh doanh khác chẳng hạn như một chương trình giới thiệu sản phẩm mới hoặc chương trình khuyến mãi.
Market segment - Leisure Individual <i>Phân đoạn thị trường - Khách nghỉ đơn lẻ</i>	Một khách lưu trú tại khách sạn với mục đích đi nghỉ và không phải là thành viên của một đoàn khách đi nghỉ.	

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Market segment - Leisure Group <i>Phân đoạn thị trường - Đoàn khách đi nghỉ</i>	Một đoàn khách lưu trú tại khách sạn với mục đích nghỉ ngơi.	
Market share <i>Thị phần</i>	Khả năng kinh doanh của khách sạn (công suất buồng hoặc danh thu) so với với các khách sạn khác cùng nằm trong bộ chỉ tiêu cạnh tranh đã được định trước.	Cũng được gọi là fair share (thị phần).
Materialization <i>Cụ thể hoá tỷ lệ buồng khách ở so với đặt buồng.</i>	Tỷ lệ phần trăm hoặc số buồng khách thực sự đến lưu trú tại khách sạn so với yêu cầu đặt buồng ban đầu.	Thuật ngữ này còn gọi là attrition.
Merchant model <i>Hình thức đại lý</i>	Khách sạn cam kết dành một số lượng buồng nhất định hoặc áp dụng các mức giá nhất định nào đó cho trang web của một bên thứ ba. Trang web bên thứ ba này sẽ quảng bá dịch vụ của họ và mời các khách hàng đặt buồng thông qua trang web của mình.	Như các trang: www.travelocity.com , www.expedia.com
MLS = Minimum Length of Stay <i>Thời gian lưu trú tối thiểu</i>	Độ dài thời gian lưu trú tối thiểu. Những người đặt buồng tới khách sạn đúng vào ngày này phải lưu trú tại khách sạn ít nhất là XX đêm.	
Negotiated rate <i>Giá đàm phán</i>	Một mức giá buồng đặc biệt được chào cho một khách hàng cụ thể trong một giai đoạn cụ thể nào đó.	

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Non refundable rates <i>Giá thuê buồng không được hoàn trả</i>	Việc đặt buồng theo mức giá này không thể hủy bỏ hoặc thay đổi mà không bị tính chi phí (nhìn chung là chi phí bằng toàn bộ mức giá thuê buồng).	
Occupancy <i>Công suất sử dụng buồng</i>	Tỷ lệ giữa số buồng khách sạn đã cho thuê được và số buồng sẵn sàng có thể cho thuê. $\frac{\text{Số buồng đã cho thuê được} \times 100\%}{\text{Số buồng có sẵn để cho thuê}} =$	
Offer <i>Đưa ra đề nghị về giá</i>	Khách hoặc người đặt quan tâm tới nơi lưu trú trong một khoảng thời gian nhất định và yêu cầu thông báo giá.	
Offering alternatives <i>Gợi ý các phương án thay thế</i>	Đưa ra các phương án thay thế phù hợp cho các khách lưu trú khi không đáp ứng được sản phẩm hoặc dịch vụ mà họ yêu cầu. Phương án thay thế có thể là: <ul style="list-style-type: none"> • Phòng ở khác. • Ngày khác. • Khách sạn khác. • v.v... 	Qua việc đưa ra các lựa chọn để thay thế khách lưu trú/khách hàng biết rằng thậm chí trong trường hợp khách sạn không thể đáp ứng được các nhu cầu cụ thể thì tại thời điểm đó khách sạn cũng cố gắng hết sức để tìm ra giải pháp cho khách hàng. Kết quả là khả năng khách lưu trú sẽ quay lại khách sạn của mình sẽ tăng lên. Đó là cách tốt nhất để thực hiện khái niệm “không bao giờ nói KHÔNG”.
OOI = Out Of Inventory <i>Buồng đang sửa chữa</i>	Một hỏng hóc nghiêm trọng hoặc tân trang lại khiến cho buồng đó rơi vào tình trạng không thể cho thuê được; buồng đó được đưa vào buồng cần kiểm tra để sửa chữa. Điều này có thể kéo dài trong vài tuần hoặc lâu hơn.	Buồng đang sửa chữa ảnh hưởng tới phần trăm công suất buồng.

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
OOO = Out Of Order <i>Buồng hỏng không sử dụng được</i>	Một buồng không thể cho khách thuê vì các lý do kỹ thuật hoặc các vấn đề về dọn buồng.	
OOS Out of Service <i>Buồng không bán được</i>	Một buồng không thể cho khách thuê vì đã được để dành lại vì các lý do khác nhau như có khách VIP đến, kiểm tra buồng, quay phim, v.v	Đưa một buồng vào diện không được bán không ảnh hưởng đến công suất sử dụng buồng.
Opaque third party Website <i>Đặt buồng qua Web site của đối tác thứ ba chưa rõ.</i>	Trên các trang mạng trực tuyến này khách hàng có thể đưa ra một số tiền họ sẵn sàng trả cho một buồng nghỉ tại một ngày đến lưu trú cụ thể nào đó, sau đó thì người điều hành trang web của một bên thứ ba sẽ ghép nối yêu cầu đó với các khách sạn có phòng cho thuê với mức giá đó.	Khách hàng không biết trước được là họ sẽ đặt buồng ở khách sạn nào. Còn được gọi là các trang đấu giá. Ví dụ www.priceline.com , www.hotwire.com
Option <i>Lựa chọn</i>	Khách hoặc người đặt buồng đặc biệt quan tâm tới đề xuất về giá và yêu cầu khách sạn tạm giữ buồng.	Điều quan trọng phải làm trong giai đoạn này là thỏa thuận hạn cuối cùng với người đặt.
Overbooking <i>Đặt buồng vượt quá khả năng</i>	Tình huống xảy ra trong đó khách sạn chấp nhận yêu cầu đặt buồng nhiều hơn số buồng thực tế sẵn sàng có thể cho thuê của khách sạn.	Còn được gọi là bán quá khả năng.
Package rate <i>Giá trọn gói</i>	Mức giá buồng bao gồm hàng hóa và/hoặc dịch vụ đã tính gộp trong giá buồng.	Mức giá buồng được tính “ẩn” trong giá trọn gói.
Pick up <i>Buồng lấy ra</i>	Thuật ngữ dùng để thể hiện số lượng buồng lấy từ số buồng đã giữ ban đầu của một yêu cầu đặt buồng cho đoàn nhất định nào đó.	
Pick up percentage <i>% số buồng lấy ra</i>	Số lượng buồng cuối cùng được một nhóm cụ thể nào đó thực lấy so với số buồng đặt trước từ ban đầu.	

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Price Fences <i>Điều kiện về giá</i>	<p>Các hạn chế được áp dụng để đảm bảo một số mức giá nhất định phải có điều kiện đi kèm. Điều kiện về giá được áp dụng để tránh áp dụng mức giá giảm khi nhận được yêu cầu đặt buồng từ các phân đoạn không đáp ứng tiêu chuẩn được áp dụng mức giá này.</p>	<p>Ví dụ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chỉ có một số buồng hạn chế có thể cho thuê theo mức giá này. - Khoảng thời gian chờ khách đến (lead-time). - Thời gian đến (chỉ có hiệu lực vào các ngày thứ sáu). - Các mức giá đặt trước không hoàn trả. - Khả năng thay đổi lịch đặt buồng. - Thời gian lưu trú (tối thiểu 2 đêm). - Các yêu cầu đặt buồng thực hiện qua các kênh phân phối có chào giá trị gia tăng. - Số lượng đặt buồng. - Sử dụng các dịch vụ khác.
Pricing structure <i>Cơ cấu tính giá</i>	<p>Một tập hợp giá các buồng có liên quan đến nhau trong khách sạn.</p>	<p>Thuật ngữ này cũng gọi là cấu trúc giá</p>
Rack rate <i>Giá niêm yết</i>	<p>Mức giá buồng chính thức của một khách sạn. Mức giá áp dụng cho một khách lưu trú không thuộc vào một loại đặc biệt nào.</p>	<p>Các mức giá này thường được công bố phía bên trong các buồng khách sạn.</p>
Rate <i>Giá buồng</i>	<p>Số tiền do khách sạn quy định phải trả cho việc sử dụng các buồng của họ, thường tính theo đơn vị đêm nghỉ, các khu nghỉ dưỡng thường tính giá theo tuần.</p>	
Rate cutting <i>Giảm mức giá thuê buồng</i>	<p>Giảm giá để thu hút những người vốn thường đặt buồng tại các khách sạn đối thủ cạnh tranh (nhằm tạo ra các khách hàng mới hoặc thu hút một thị trường mới).</p>	<p>Sau khi việc giảm giá bắt đầu được thực hiện tại một khu vực/thành phố nhất định nào đó, nó có thể gây ra hiện tượng số lượng buồng cho thuê với mức giá thấp ngày một tăng lên... Giảm giá thường được áp dụng trong những khoảng thời gian khách sạn dư thừa nhiều buồng.</p>

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Rate dilution <i>Giá pha lẫn</i>	Nếu các mức giá không được áp dụng bởi hàng rào về chính sách giá một cách phù hợp thì có thể một số phân đoạn thị trường khách hàng phi mục tiêu sẽ đặt được buồng ở một số mức giá khuyến mãi nhất định nào đó (ví dụ như phân đoạn thị trường khách hàng doanh nhân), từ đó không tối đa hóa được doanh số buồng.	
Rate integrity <i>Mức giá tương đương</i>	Mức độ mà cho tới đó giá cho thuê buồng khách sạn có thể so sánh được không liên quan đến kênh phân phối nào.	Còn được gọi là bình đẳng về giá.
Rate resistance <i>Không chấp nhận giá</i>	Từ chối việc đặt buồng vì cho rằng mức giá được chào quá cao.	
Rate type <i>Loại giá</i>	Mức giá duy nhất cho một loại buồng cụ thể.	Giá buồng có thể thay đổi tùy thuộc vào: <ul style="list-style-type: none"> - Vị trí. - Góc nhìn. - Tiện nghi. - Kích thước buồng. - Loại giường.
Regret by the booker <i>Người đặt buồng từ chối</i>	Người đặt từ chối đặt buồng.	Lý do có thể: <ul style="list-style-type: none"> - Giá buồng quá cao. - Không có một số loại buồng nhất định nào đó. - Không đủ tiện nghi.
Regret by the hotel <i>Khách sạn từ chối</i>	Yêu cầu đặt buồng bị khách sạn từ chối.	Lý do có thể: <ul style="list-style-type: none"> - Khách sạn đã hết buồng. - Ngân sách của khách quá thấp.
Release date <i>Ngày giải phóng buồng</i>	Ngày mà các buồng do một nhóm hoặc một công ty giữ được trả lại để khách sạn có thể tự cho thuê lại.	

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Reservation source <i>Nguồn đặt buồng</i>	Một nguồn đặt buồng mô tả cách tạo ra việc đặt buồng; điều gì khuyến khích khách hoặc khách hàng đặt buồng tại khách sạn của bạn.	Quảng cáo, khách lưu trú thường xuyên, Tài liệu giới thiệu khách sạn, gửi thư, khuyến mãi qua internet, giới thiệu bằng lời nói và nhiều hình thức khác.
Reservation source – Direct Mail <i>Nguồn đặt buồng - Gửi thư trực tiếp</i>	Buồng được đặt do tác dụng của thư gửi trực tiếp (= một thư cá nhân hoặc các tài liệu về các chương trình khuyến mãi).	Các hoạt động/chương trình khuyến mãi đặc biệt thường được giới thiệu qua hình thức gửi thư trực tiếp. Điều kiện đặt buồng chỉ được thỏa mãn khi tham khảo tới nội dung thư trực tiếp.
Reservation source – Advertisement <i>Nguồn đặt buồng - Quảng cáo</i>	Chỗ được đặt nhờ tác dụng của một quảng cáo (chiến dịch quảng cáo).	Có thể là quảng cáo in nhưng cũng có thể là một biểu ngữ hoặc nút liên kết trên internet.
Reservation source – Brochure <i>Nguồn đặt buồng - Tập gấp tờ rơi</i>	Buồng được đặt nhờ tác dụng của tài liệu giới thiệu (của khách sạn).	
Reservation source – Regular guest <i>Nguồn đặt buồng - Khách thường xuyên</i>	Buồng đặt cho một khách lưu trú đã từng tới khách sạn của bạn.	Đôi khi có thể là một khách lưu trú thường xuyên của một khách sạn nằm trong một chuỗi khách sạn.
RevPAR = Revenue per available room <i>Doanh thu trên mỗi buồng trống</i>	Doanh thu tính trên số buồng có thể cho thuê.	Đây là chỉ số hay được sử dụng nhất để đánh giá sự thành công của việc quản lý doanh thu.
RevPOR = Revenue per Occupied Room <i>Doanh thu trên mỗi buồng có khách</i>	Doanh thu tính trên số buồng có khách.	

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Room types <i>Các loại buồng</i>	Khi chấp nhận một yêu cầu đặt buồng cho nhóm phải đảm bảo rằng đã thoả thuận được với người đặt về các loại buồng dành cho nhóm này. Giữ lại các loại buồng trong hệ thống phù hợp với thoả thuận này.	Nếu không thoả thuận được một cách thực tế về các loại buồng thì các tính sẵn sàng có các loại buồng có thể cho thuê có thể bị phá vỡ dẫn tới ảnh hưởng không tốt tới chiến lược bán hàng.
Rooming list <i>Danh sách xếp buồng</i>	Danh sách tên khách hàng của một đoàn và các yêu cầu về buồng mang tính cá nhân của họ.	Có thể bao gồm tình trạng VIP của buồng, các chỉ dẫn thanh toán, ngày đến và ngày đi của các thành viên cá nhân.
Run of house rate <i>Mặt bằng giá buồng</i>	Mức giá sàn áp dụng cho tất cả các buồng ngoại trừ các buồng suite dựa trên cơ sở khả năng đáp ứng buồng tốt nhất vào thời điểm đó.	Thuật ngữ này cũng được gọi là ROH. Khách không được xác nhận loại buồng cụ thể trước khi đến lưu trú.
Seasonal rates <i>Giá theo mùa</i>	Mức giá lên xuống theo mùa.	Khách sạn có giá thuê cao và giá thuê thấp theo mùa (đôi khi cũng gọi là giá giao mùa).
Second (third etc.) option <i>Lựa chọn thứ hai (hoặc thứ 3...)</i>	Bất kỳ khi nào không thể đáp ứng được số buồng cho một đoàn vì phải đáp ứng một yêu cầu đặt buồng theo lựa chọn của một đoàn khác thì khách sạn sẽ đề nghị khách hàng xem xét một lựa chọn thứ hai (hoặc thứ ba). Trong trường hợp lựa chọn thứ nhất bị hủy bỏ không đi đến kết quả thì người đang có quyền đối với lựa chọn thứ hai sẽ được nhận số buồng cần thuê.	
Selling strategy <i>Chiến lược bán hàng</i>	Đưa ra một chương trình cụ thể cho cả giá buồng và lượng buồng sẵn có cho thuê đối với một ngày hoặc một giai đoạn nhất định.	
Telephone <i>Điện thoại</i>	Yêu cầu đặt buồng được chuyển đến khách sạn bằng cách người đặt buồng gọi điện thoại trực tiếp đến khách sạn.	

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Tentative group <i>Đoàn đặt tạm</i>	Một đoàn vẫn đang trong giai đoạn yêu cầu đề xuất về giá hoặc đang lựa chọn.	
Top down selling <i>Chào bán giảm dần</i>	Bắt đầu bằng việc cố gắng bán các sản phẩm và dịch vụ khách sạn đắt nhất và dần dần sau đó chào bán các sản phẩm dịch vụ rẻ hơn cho tới khi khách lưu trú chấp nhận các đề nghị.	Phương pháp này áp dụng hiệu quả nhất đối với các khách lưu trú mà yêu cầu đầu tiên của họ là tiện nghi và dịch vụ.
Tour rates <i>Giá dành cho đại lý du lịch</i>	Các mức giá buồng chào cho các đoàn khách du lịch thường xuyên lưu trú tại khách sạn.	Các mức giá này không bao giờ được tiết lộ cho khách lưu trú biết.
Tour series <i>Loạt chuyến du lịch</i>	Yêu cầu đặt buồng cho các đoàn khách du lịch đi thăm khu vực với hình thức đến và đi thường xuyên. Một loạt yêu cầu thường được đặt vào đầu mùa cho tất cả khoảng thời gian, khách sạn sẽ được thông báo vài tuần trước thời gian đến nếu một đoàn khách du lịch cụ thể thực sự sẽ đến.	
Trace date <i>Ngày theo dõi thực hiện</i>	Ngày mà theo đó các công việc nhất định nào đó liên quan tới yêu cầu đặt buồng phải được tiếp tục thực hiện. Việc này nhằm đảm bảo các yêu cầu đặt buồng theo đoàn được theo dõi thực hiện một cách chính xác và khách sạn có thể hoàn toàn kiểm soát được từng yêu cầu đặt buồng theo đoàn.	Có thể là: <ul style="list-style-type: none"> - Thu một khoản đặt cọc. - Nhận tổng số người cuối cùng của nhóm. - Nhận danh sách xếp buồng. - Nhận các yêu cầu cuối cùng về đồ ăn và đồ uống.
Transient business <i>Kinh doanh nhất thời</i>	Các kinh doanh đơn lẻ của khách sạn. Thường thực hiện với thời gian chờ ngắn nhất và số chi tiêu trung bình trên mỗi buồng cao nhất.	Thuật ngữ này cũng được gọi là ngày hạn chót.
Travel agent <i>Đại lý du lịch</i>	Một chuyên gia về du lịch giúp khách hàng của mình thu xếp chuyến đi.	

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
Travel Wholesaler <i>Hãng lý hành bán sỉ dịch vụ du lịch</i>	Một tổ chức đặt mua cả một số lượng phòng nhất định của khách sạn và sau đó bán lại cho các đại lý lý hành.	
Upselling <i>Bán buồng với mức giá cao</i>	Trước hết hãy cố gắng bán dịch vụ buồng hoặc sản phẩm của khách sạn cho khách hàng cũng như khách lưu trú trong khách sạn luôn ở mức giá cao hơn.	Bằng cách nêu nổi bật lên được những lợi ích mà khách sẽ được hưởng, nhằm cố gắng thuyết phục họ đặt buồng hoặc mua sản phẩm với mức giá cao hơn.
Waitlist a reservation <i>Đưa vào danh sách chờ một yêu cầu đặt buồng</i>	Kỹ năng bán hàng được sử dụng nhằm mục đích không bỏ lỡ việc đặt buồng trong trường hợp khách sạn hết buồng (hoặc loại buồng), tạo cơ hội cho khách sạn cho thuê được buồng khi có hủy đặt buồng.	
Walk in <i>Khách vãng lai</i>	Một khách đến khách sạn mà không đặt trước.	Có thể là các khách hàng thường xuyên và cũng có thể là khách hàng mới.
Walking a guest <i>Khách đi khách sạn khác</i>	Tình huống một khách chuyển sang lưu trú tại khách sạn khác vì tại khách sạn khách đặt buồng ban đầu không còn buồng cho thuê.	Thuật ngữ này cũng được gọi là đặt buồng bên ngoài cho khách.
Yield <i>Sản lượng</i>	Thu nhập tiềm năng chia cho thu nhập đã nhận được.	Có một số định nghĩa khác nhau về sản lượng.
Yield management <i>Quản lý sản lượng</i>	Kiểm soát mức giá thuê buồng và hạn chế hiệu suất sử dụng buồng để tối đa hóa thu nhập.	

THUẬT NGỮ	MÔ TẢ	VÍ DỤ/BÌNH LUẬN
<p>Yield meeting <i>Họp giao ban kinh doanh</i></p>	<p>Một cuộc họp trong đó đặt ra và giải quyết các vấn đề sau đây:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chiến lược bán hàng cho giai đoạn sắp tới. • Đánh giá công tác kinh doanh trong thời gian vừa qua. • Xem xét các yêu cầu đặt buồng của các nhóm mới và các thay đổi quan trọng trong các yêu cầu đặt buồng nhóm hiện tại. <p>Những người tham gia cuộc họp bao gồm:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Người phụ trách doanh thu hoặc đặt buồng. • Điều phối viên sự kiện và khách đoàn. • Phụ trách đặt buồng. • Thành viên của ban quản trị cao cấp. • Phụ trách bán hàng và/hoặc tiếp thị. <p>Cuộc họp được tổ chức hàng tuần.</p>	<p>Thuật ngữ này còn gọi là availability meeting.</p> <p>Số người và vị trí công tác của họ phụ thuộc vào qui mô khách sạn.</p>