

## فصل

# ارتباطات



### ❖ اهداف آموزشی

- ❖ آشنایی با چارت‌های ارتباطی لازم
- ❖ نحوه برقراری ارتباط
- ❖ مهارت‌های اجتماعی
- ❖ تکنولوژی و ارتباطات
- ❖ قوانین

این بخش بیان‌کننده یک سری از روش‌های مورد استفاده بخش فرانت‌آفیس در برقراری ارتباطات است. این بخش همچنین نشان‌دهنده اهمیت برقراری ارتباطات تأثیرگذار با بخش‌های دیگر، میهمانان و همچنین دیگر متقاضیان می‌باشد.

### □ نقش پذیرش در اطلاعات<sup>۱</sup>

یکی از مهارت‌های کلیدی برای مسئول پذیرش هتل برقراری ارتباطات و داشتن روابط عمومی بالا می‌باشد. این بخشی از کار است که تمام کارها و وظایف دیگر را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در برخی موارد، این مهارت ساده نقش مهمی در جنبه‌های مختلف کاری ایفا می‌کند. ارتباطات میان افراد می‌تواند از راه‌های مختلفی ایجاد شوند:

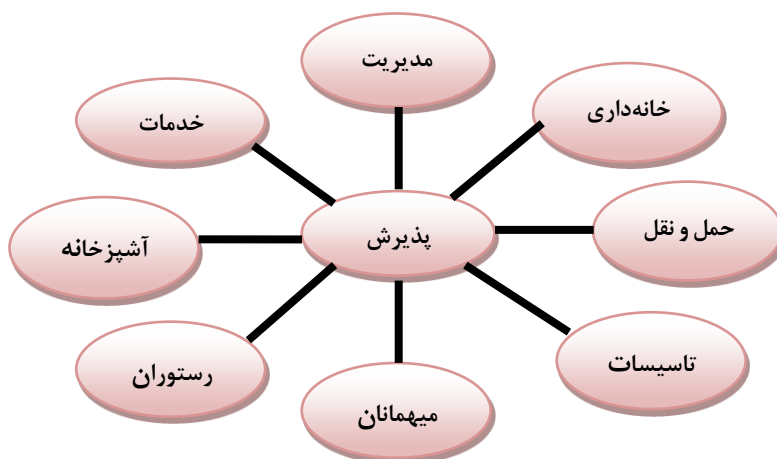
- کلامی؛
- نوشته شده؛
- غیر کلامی؛
- مخابراتی.

هر کدام از روش‌های بالا می‌توانند همگام و همقدم روش‌های دیگر شوند. به عنوان مثال ارتباط لفظی می‌تواند چهره به چهره، یا تلفنی باشد. هر کدام جایگاه، مزایا و معایب خود را دارا می‌باشند، اما یک پذیرشگر خوب باید در میزان استفاده از این روش‌ها در خانه و محیط کار برابر عمل کند. پذیرشگر در هتل کمی شبیه به یک قطب در مرکز یک چرخ است. همه بخش‌ها برای انجام بهتر عملکردها و وظایفشان به اتصال به این قطب مرکزی نیاز دارند. شکل (۱-۲) زمانی که یکی از پره‌های این چرخ شکسته باشد و یا دچار مشکلی شده باشد سیستم عملیاتی سازمان یا هتل دچار مشکل شده و نمی‌تواند عملکرد صحیحی داشته باشد. به همین دلیل بسیار

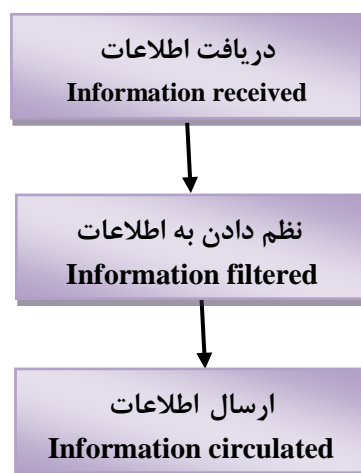


مهم است که همه بخش‌ها با یکدیگر در ارتباط باشند. پذیرشگر در این محور ارتباطی نقشی مرکزی ایفا می‌کند.

تقریباً دریافت همه اطلاعاتی که به یک هتل ارسال می‌شود از طریق پذیرش انجام می‌گیرد. بنابراین پذیرش در هتل به عنوان یک فیلتر عمل می‌کند و اطلاعات مفید را به بخش‌های دیگر می‌فرستد، البته هر اطلاعاتی به هر بخشی ارسال نمی‌شود و همه بخش‌ها هم به اطلاعات مشابه نیاز ندارند. در واقع برخی از اطلاعات محرمانه است و نباید به طور گسترده توزیع شود. شکل (۲-۲)



شکل ۲-۱ پذیرش به عنوان قطب ارتباطات در سازمان



شکل ۲-۲ اطلاعاتی که باید مرتب و فیلتر شوند



ارتباطات بخش مهمی از نقش پذیرش و گردش کاری صحیح هتل است. همگان از میزان اهمیت ارتباطات میان بخش‌های کلیدی هتل مانند پذیرش خانه‌داری، آشپزخانه‌ها و رستوران‌ها آگاهی دارند. اما ارتباطات واقعی خیلی بیشتر از صحبت کردن و ارتباط دو بخش با یکدیگر است، با این حال وجود همین ارتباط هم ضروری است. برای موفقیت هر چه بیشتر در ارائه خدمات به میهمانان نیاز به ارتباطات حتی فراتر از سطح ارتباط بین بخشی در هتل‌ها می‌باشد. اما باید در نظر گرفت که برخورداری از مهارت‌های ارتباطی مناسب کار چندان ساده‌ای نیست.

### □ ارتباطات گفتاری/ارتباطات کلامی<sup>۱</sup>

ارتباط لفظی مناسب در بسیاری از مشاغل ضروری است، در فرانت آفیس نیز در کنار سایر هنرهای ارتباطی نقش مهمی را ایفا می‌کند.

#### ■ هنر صحبت کردن<sup>۲</sup>

از آنجایی که پذیرشگر اولین برقرارکننده ارتباط با عموم است، اکثر هتل‌ها اهمیت زیادی به راه‌های مورد استفاده پذیرشگران در صحبت کردن، قائل هستند. با توجه به ماهیت کار آنها، استفاده از یک تن صدای واضح و به طور منظم، با گام‌های متفاوت (بالا و پایین کردن مناسب صدا) که خسته‌کننده نباشد و تلفظ واژه‌ها به روشنی از آغاز جمله تا پایان آن از وظایف پذیرشگر در صحبت کردن و برقراری ارتباط است. اکثر هتل‌ها در حال حاضر با ارباب رجوع داخلی یا بین‌المللی سر و کار دارند، که بسیاری از آنها ممکن است تنها درک محدودی از زبان کشور مقصد داشته باشند، بنابراین داشتن لهجه خیلی قوی بومی برای پذیرشگر می‌تواند مشکل‌ساز باشد.

#### ■ هنر گوش دادن<sup>۳</sup>

در حالی که بدون شک صحبت کردن به وضوح و بدون ابهام تأثیرگذار می‌باشد، اما بسیاری از مردم اهمیت هنر گوش دادن را در برقراری ارتباط فراموش کرده‌اند. اگر کارمند پذیرش هنر گوش دادن را به خوبی نداند ممکن است اطلاعات غلط بین او و مراجعه‌کننده رد و بدل شود. این امر گاهی منجر به ایجاد نتایج فاجعه‌باری می‌شود.

1. Spoken/Verbal Communication

2. Speak

3. Listen



### ■ هنر نظم دادن و ارسال اطلاعات<sup>۱</sup>

بخش پذیرش با منابع مختلف داخلی و خارجی در ارتباط بوده و از آنها اطلاعاتی دریافت می‌کند. اطلاعات دریافت شده سپس توسط این بخش دسته‌بندی شده و به محل مناسب هدایت می‌شود. این مسئولیت را پذیرش برای اطمینان از دریافت صحیح اطلاعات توسط گروه مورد نظر عهده‌دار می‌باشد. اغلب کارکنان پذیرش برای ارسال این اطلاعات به بخش‌های متصل بوده، به محض دریافت اطلاعات توسط بخش مربوطه، مسئولیت دیگر پذیرش حصول اطمینان از آگاه‌سازی کلیه بخش‌های دیگر (در صورت ایجاد هر گونه تغییرات و تحولات جدید) است.

### ■ نت برداری<sup>۲</sup>

بهتر است به جای تکیه بر حافظه، از روش‌های یادداشت برداشتن و یا شناسایی مشخص کردن نکات مهم، استفاده کرد. در صورت مطمئن نبودن در مورد چیزی، با چک کردن دوباره و یا سؤال کردن، اطلاعات مورد نظر را دریافت کنید. توجه داشته باشید همیشه یک دفترچه یادداشت در دسترس داشته باشید، زیرا که یک تکه کاغذ به راحتی گم می‌شود.

### ■ نشان دادن عکس‌العمل مناسب و به موقع<sup>۳</sup>

مهمتر از همه این است که خوب گوش کنید و به چیزی که می‌شنوید خوب عمل کنید. برخی از مردم سؤال می‌پرسند و سپس به پاسخ سؤالشان گوش نمی‌دهند. این نه تنها بی‌فایده است بلکه بسیار بی‌ادبانه نیز هست. پس علاقه‌مند باشید و با علاقه گوش دهید.

### ■ مشکلات ارتباطی<sup>۴</sup>

از کارمند پذیرش انتظار می‌رود که قادر باشد با انواع مختلفی از مردم ارتباط برقرار کند. برخی از این افراد کسانی هستند که به توجهات خاص نیاز دارند، مثلاً افراد ناشنوا یا کم‌شنوا که به درک درستی از نحوه ارتباط با آنها نیاز است. برای ارتباط با آنها نیازی به فریاد زدن نیست بلکه با استفاده از بیان روشن و تلفظ واضح کلمات می‌توان به سادگی با آنها ارتباط برقرار کرد. بسیار مهم است که هنگام صحبت به صورت مشتریان نگاه شود و به صورت چشم در چشم با میهمان صحبت شود البته به گونه‌ای که این نگاه‌ها بی‌ادبانه نباشد و توهین تلقی نشود.

1. Filter And Redirect
2. Take Note
3. Take Action
4. Communication Difficulties



### ■ روش‌های مختلف ارتباطی<sup>۱</sup>

برای بخش پذیرش توسعه مهارت‌های ارتباطی در تمام سطوح بسیار حائز اهمیت است. کارمندان پذیرش واسطه ارتباطی بین مدیریت، میهمان و دیگران بوده، بنابراین نیاز بیشتری به برخورداری از مهارت‌های ارتباطی جهت برخورد صحیح با تمام این گروه‌ها دارند.

### ■ ارتباط با میهمان<sup>۲</sup>

اولین و مهم‌ترین بخش ارتباطی پذیرش، ارتباط با میهمان است و باید به گونه‌ای باشد که تصویر خوبی را در ذهن میهمان ایجاد کند. ارتباط با میهمان ممکن است به دو صورت رسمی و غیر رسمی شکل بگیرد. مشتری نیازمند ارائه و دریافت اطلاعات بوده و پذیرشگر نیز باید این اطمینان را ایجاد کند که این کار با سرعت و کارآمدی و دقت هر چه تمام انجام خواهد شد. به هر حال میهمان هم به دلیل دور بودن از فضای خانه ممکن است گاهی اوقات داشتن یک مکالمه غیر رسمی را به رسمی ترجیح دهد و پذیرشگر هم برای توسعه مهارت‌های ارتباطی خود و ایجاد یک تصویر مورد پسند برای میهمان با حفظ نگرش و برخورد حرفه‌ای در تمام اوقات این کار را انجام می‌دهد. این امر موجب خواهد شد میهمان احساس راحتی بیشتری کرده و از اقامت خود در هتل احساس رضایت داشته باشد.

میهمان همیشه باید به شیوه‌ای رسمی و با عنوان «آقا» یا «خانم» خطاب شود. در صورتی که پذیرشگر نام میهمان را بداند، برای خطاب میهمان حتماً باید از آن استفاده نماید. برای مثال، آقای براون و یا دکتر اسمیت.

### ■ ارتباط با مدیر<sup>۳</sup>

ارتباط کارمند با مدیر و یا سرپرست معمولاً از نوع ارتباطات رسمی بوده و محدود به رد و بدل مکرر اطلاعات می‌شود. روش ارتباطی کارکنان پذیرش با هیأت مدیران اغلب بازتابی از نحوه ارتباطی است که آنها با میهمانان برقرار می‌کنند. داشتن دیدگاه انتقادی نسبت به نحوه برقراری ارتباط کارکنان پذیرش با میهمان، سبب می‌شود که مشکلات احتمالی و شکایت‌ها خیلی زود شناسایی و حل و فصل شوند. ارتباطات ضعیف اغلب سرخوردگی و عدم انگیزه را به دنبال داشته و بازده کاری منفی در کارکنان ایجاد می‌کند. لذا، هنگامی که فرصتی برای ارتقا به وجود آید، مدیریت مهارت‌های ارتباطی را در نظر می‌گیرد.

1. Communication In Different Settings

2. The Guest

3. Management



### ■ ارتباط با همکاران<sup>۱</sup>

برقراری ارتباط با همسالان و دوستان به دلیل غیر رسمی بودن نوع آن با ارتباط با میهمانان و مدیریت متفاوت خواهد بود. با این حال، به دلیل اهمیت انتقال اطلاعات، ارتباط با همسالان باید جدی گرفته شود. زیرا روش‌های برقراری ارتباط کارکنان با همسالان در نهایت دارای بازتاب بر روی چرخه کاری هتل نیز می‌باشد. سیاست‌های هتل ایجاب می‌کند که در حضور میهمانان کارمندان با یک زبان خارجی با همکاران خود صحبت نکنند.

گاهی بین همکاران درگیری‌هایی ایجاد می‌شود که این درگیری‌ها به هیچ عنوان نباید تا جایی ادامه پیدا کند که مخل روال صحیح کاری هتل شود. برخوردهای نامناسب بین دو همکار بر کل محیط کاری تأثیر گذاشته و به سرعت سبب ایجاد ناآرامی در محیط می‌شود. کسب و کار اصلی هتل در درجه اول در ارتباط با مردم است و این بدان معناست که هتل‌ها باید توانایی برقراری ارتباط با هر نوع انسانی را از طریق داشتن یک انسجام گروهی کامل در کارشان داشته باشند.

### □ ارتباطات غیر کلامی<sup>۲</sup>

ارتباطات غیر کلامی توصیف‌کننده و نمایش‌دهنده تمام احساساتی هستند که بیان نشده و در پشت سکوت پنهان شده‌اند. در ارتباطات غیر کلامی معانی و مفاهیم از طریق حالات چهره منتقل می‌شوند، برای مثال می‌توان برای استقبال از لبخند و برای نشان دادن ممنوعیت از اخم استفاده کرد، همه انسان‌ها در طول هفته دارای روزهای خوب و بد هستند، اما در پذیرش اگر روزی فرد احساس خوبی نداشته باشد و یا خسته و کسل باشد، موظف به تظاهر به خوب بودن است. یک استقبال مطلوب به آسانی می‌تواند توسط رعایت شیوه‌های رفتاری ابتدایی غیر کلامی ایجاد شود.

### ■ داشتن ظاهر مرتب و آراسته<sup>۳</sup>

در فرانت‌آفیس داشتن ظاهر مرتب و آراسته در همه حال ضروری است. میزان نظم در پوشش مناسب میان افراد یک سازمان بیان‌کننده سازماندهی مناسب آن سازمان است. (شکل ۳-۲) تصور کنید زمانی که شما برای مصاحبه برای یک کار به سازمانی رفته و مدیر و یا پرسنل آنجا با دست کثیف یا لباس کهنه و نامرتب رو به روی شما حاضر شود تا چه اندازه می‌تواند موجب دلسردی

1. Peers

2. Non-Verbal Communication

3. Neat Appearance



شما از آن محیط شود. در یک هتل هم، میهمان هتل به همان میزان که انتظار داشتن یک اتاق مرتب و زیبا را دارد انتظار برخورد با کارمندان تمیز و مرتب و آراسته را نیز دارد داشتن لباس فرم تمیز و اتو کشیده و کفش‌های واکس خورده علاقه و غرور یک کارمند را به کارش منعکس می‌کند. بدیهی است که داشتن ظاهر مرتب و منظم کارمندان در ایجاد برداشت اولیه میهمان از هتل بسیار حائز اهمیت است. مسئول پذیرش باید تمیز و آراسته بوده و منظم لباس بپوشد. امروزه بسیاری از هتل‌ها برای کارکنان هر بخش لباس فرم یک شکل فراهم می‌کنند. این امر برای ایجاد یک تصویر حرفه‌ای و مناسب از هتل مفید بوده و به میهمان جهت تشخیص کارکنان هر بخش از بخش دیگر و همچنین مرتبه شغلی هر کدام از کارمندان کمک می‌کند. لباس فرم کارکنان مرد اغلب با توجه به نوع کار، پیراهن رنگی و کراوات شرکت، اگرچه بسیاری از هتل‌ها هنوز هم از لباس‌های سنتی و قدیمی هتل که شامل پیراهن سفید با پایون‌های خاکستری کوچک گره‌خورده در قسمت یقه لباس می‌باشد استفاده می‌کنند. در برخی از هتل‌های لوکس تغییر لباس پذیرشگران مرد، مدیریت و پوشیدن جلیقه مخصوص زمان شام در طول شیفت شب هنوز هم مرسوم است.

لباس فرم کارمندان زن دارای تنوع بیشتر و طراحی دقیق‌تر بوده و شامل، بلوز و پیراهن یا کت و شلوار می‌شود. گاهی اوقات این طراحی‌ها نسبت به موقعیت کاری کارکنان و برای نشان دادن جایگاه‌های مختلف متفاوت است. در صورتی که کارمند پذیرش از لباس‌های خودش استفاده می‌کند، باید از تمیز بودن و اتو کشیده بودن لباس‌ها مطمئن باشد. اگر انتخاب لباس به پذیرشگر واگذار شود، لباس مورد نظر باید باهوش و دقت زیاد انتخاب شده و در عین حال راحت نیز باشد. استفاده از لباس‌های آخرین مد غالباً برای خارج از محل کار مناسب بوده و برای محیط کار عاقلانه آن است که چیزی را انتخاب کنید که سنتی و مناسب با محیط باشد. باید توجه داشت که خانم‌ها از زینت‌آلات و جواهرات خیلی کم استفاده کنند، در صورت پوشیدن لباس فرم، برای کم کردن یکنواختی با حفظ ویژگی‌های شخصیتی پذیرشگر می‌توان از لوازمات زینتی در حد بسیار اندک استفاده کرد.

### ■ بهداشت شخصی کارکنان<sup>۱</sup>

بهداشت شخصی یکی از جنبه بسیار اساسی ارتباطات غیر کلامی است، اما از جمله مواردی است که توجه زیادی به آن نمی‌شود. به یاد داشته باشید که وظیفه مهم کارمند فرانت آفیس، فروش اتاق





است و کارکنان پذیرش اغلب اتاق‌ها را به میهمانان نشان می‌دهند. بنابراین، اگر این افراد بدبو باشند یا ظاهری آراسته نداشته باشند این امر مسلماً در برداشت اولیه میهمان از هتل تأثیر بسیار منفی خواهد داشت. یک کارمند پذیرش حتماً باید یک بار در روز دوش گرفته، از مام و اسپری خوشبوکننده ملایم استفاده کرده و در انتخاب لباس نهایت دقت را به خرج دهد که به راحتی شسته شده و پارچه آن به گونه‌ای نباشد که خیلی زود بوی نامطبوع بگیرد.



شکل ۲-۳ ظاهر منظم ضروری است

### ■ طرز ایستادن یا قرار گرفتن<sup>۱</sup>

شیوه مناسب نشستن و ایستادن از اهمیت زیادی برخوردار است. زیرا نه تنها سبب ایجاد خستگی کمتری در پایان روز شده بلکه سبب بالا رفتن اعتماد به نفس و شور و شوق در فرد در زمان کار می‌شود. طرز ایستادن همه افرادی که در عکس بالا هستند نشان‌دهنده نوع برخورد و نزاکت و جایگاه کاری این افراد می‌باشد. نحوه ایستادن‌های مختلف نشان‌دهنده کمرویی، عدم تمایل، پرخاشگری، تمایل و غیره می‌باشد. نحوه صحیح ایستادن با قامتی راست و با بازو و کف دست گشاده نشان‌دهنده اعتماد به نفس در حالت استقبال و خوش‌آمدگویی می‌باشد.

1. Posture



## ■ ارتباط چشمی<sup>۱</sup>

استفاده از برقراری ارتباط چشمی صحیح یکی از مهارت‌های اصلی است که در صنعت مردم‌داری ضروری و معادل غیر کلامی است که به جای صدا کردن نام کسی از آن استفاده می‌شود. این نوع ارتباط، سبب توسعه ارتباطات بین فردی شده، همچنین صمیمیت و شوخ‌طبعی را که دو احساس مهم هستند که می‌توانند از طریق تماس چشمی بیان شوند را نیز افزایش می‌دهد. گفتگو با کسی که حاضر به برقراری تماس چشمی نیست بسیار نگران‌کننده است، زیرا بسیاری از مردم فرض می‌کنند که کسی که از تماس چشمی اجتناب می‌کند غیر قابل اعتماد و یا بی‌ادب است. در اغلب موارد عدم برقراری تماس چشمی حاکی از احساس ناامنی و یا کمرویی است، که مسلماً ویژگی مناسبی برای کارمندان فرانت آفیس نیست.

## □ مهارت‌های اجتماعی<sup>۲</sup>

مهارت‌های اجتماعی روش‌هایی است که فرد بر اساس آنها با افراد مختلف در موقعیت‌های متفاوت اجتماعی برخورد می‌کند برای مثال می‌توان به تفاوت بین رفتار یک پذیرشگر نسبت به میهمانان VIP، میهمانان گروهی، میهمان Walk In و نسبت به درخواست یک شرکت برای پذیرش میهمان اشاره نمود. یک پذیرشگر باید به داشتن شیوه‌های رفتاری متفاوت در مورد افراد مختلف عادت داشته باشد. در کسب مهارت‌های اجتماعی هماهنگی رفتارهای شفاهی و غیر شفاهی در شرایط مختلف و به همان اندازه درک و دریافت نشانه‌های افراد دیگر اهمیت دارد.

برای به دست آوردن یک ارزیابی مناسب از یک فرد (میهمان)، طبیعی است که نباید تنها به اطلاعاتی که فرد از خود ارائه می‌دهد اکتفا کرد و موارد دیگری نظیر نحوه ایستادن، حرکات و ژست‌ها و طرز صحبت کردن فرد را نیز باید مورد بررسی قرار داد. علاوه بر آنها می‌توان به نوع پوشش، لوازم جانبی و وسایل و چمدان‌ها نیز توجه کرد. از آنجایی که تمامی این موارد از پیش هماهنگ شده نیستند و اغلب ناخودآگاه بوده، بنابراین برای ارزیابی مناسب هستند.

برای پذیرشگر، داشتن مهارت اجتماعی برای این نوع ارزیابی‌ها بسیار مهم بوده، زیرا در چند لحظه کوتاه، پذیرشگر باید تصمیم بگیرد که آیا از میهمان وارد شده باید پیش‌پرداخت دریافت کند یا نه. در امر فروش هم، توانایی شناسایی سریع مشتری مهم است. باید به میهمان اتاق‌های گران‌تر و

1. Eye Contact

2. Social Skills



بهتر ارائه شود؟ و یا برای میهمان مبلغ اتاق مهم است و باید اتاق‌های ارزان‌تر را ارائه داد؟ شرکت‌های هواپیمایی به کارکنان خود آموزش می‌دهند تا بتوانند به سرعت مسافرانی را که نشانه‌هایی از عصبانیت در آنها وجود دارد تشخیص داده، با رسیدگی و مراقبت بیشتر به آنها اطمینان خاطر داده و آنها را کنترل کنند.

مهارت‌های اجتماعی را نیز می‌توان مانند هر مهارت دیگری به دست آورد. این نوع مهارت با احساسات و شیوه‌های رفتاری سر و کار دارد.

توجه دقیق به برنامه‌های آموزشی مربوط به آموزش مهارت‌های اجتماعی خصوصاً برای یک پذیرشگر ضروری بوده و ساده‌ترین مهارت‌های اجتماعی که به راحتی به دست می‌آیند نیز بسیار حائز اهمیت است.

مهارت‌های اجتماعی مناسب نه تنها باعث افزایش اعتماد به نفس و اثربخشی بیشتر کارمندان در محیط کار شده، بلکه موجب ایجاد تصویر مطلوبی از هتل، اعتماد و اطمینان خاطر بیشتر نسبت به پذیرش و سایر بخش‌ها در ذهن میهمان نیز می‌شود.

### ■ توجه و دقت در کار<sup>۱</sup>

پذیرشگر باید با علاقه‌مندی به صحبت‌های مشتری گوش کرده و به موضوعی که میهمان راجع به آن صحبت می‌کند کاملاً توجه کند. بسیار اهمیت دارد که در هنگام مکالمه با بازی کردن با یک مداد و یا جابجا کردن وسایل روی میز پذیرش و ... اعلام خستگی یا بی‌اهمیتی به صحبت‌های میهمان را نکند.

### ■ ارتباط با چشم<sup>۲</sup>

جالب توجه است که برخی از مدیران و کارکنان فرانت آفیس قادر نیستند به هیچ وجه با میهمان ارتباط چشم در چشم برقرار کنند. بار دیگر هم تأکید می‌شود که این امر سبب ایجاد احساس بی‌اهمیتی و بی‌علاقگی در میهمان می‌شود. ارتباط چشم در چشم باید در میان کارمندان و مدیران هتل‌ها نهادینه شده و در تمام مراودات با میهمان باید مورد استفاده قرار گیرد.

### ■ تن (حالت) صدا<sup>۳</sup>

تن صدا به عنوان عامل کمک‌کننده در انتقال معانی و تشخیص صحیح مفاهیم مورد نظر شخص

1. An Attentive Manner

2. Eye Contact

3. Tone Of Voice



گوینده دارای اهمیت است. بیان تنهای جمله «من متأسفم، آقا»؛ به تنهایی کافی نیست و باید با انعطاف و تغییر لحن درست بیان شود. برای اکثر افراد، صدا و لحن کلام دلنشین، آن است که نه چندان بلند و نه خیلی سریع باشد. داشتن این تصور که با فریاد زدن در حین صحبت با میهمانان خارجی آنها درک صحیح‌تری از مفاهیم مورد نظر شما در حجم گسترده‌ای از سر و صدا خواهند داشت، یک ویژگی نگران‌کننده می‌باشد.

### ■ استفاده از نام میهمان<sup>۱</sup>

در هر موقعیتی نام میهمان باید مورد استفاده قرار گیرد. این نوع برقراری ارتباط، گفتگو بین میهمان و کارمند را خصوصی‌تر کرده و نشانگر علاقه و توجه شخصی کارمند به میهمان است. علاوه بر این، به کارمند پذیرش در به خاطر سپردن نام میهمانان، کمک می‌کند. برخی از شرکت‌های هتلداری به کارکنان فرانت آفیس خود آموزش می‌دهند که در طی مراحل ثبت نام حداقل سه بار میهمان را با نامش مورد خطاب قرار دهند تا از این طریق نام میهمان کاملاً در ذهنشان حک شود. زیرا که بسیار بی‌ادبانه است که مشتریان را با شماره اتاقشان مورد خطاب قرار داد، مانند ۳۰۹ آیا می‌خواهید مبلغ صورتحسابتان را بدانید؟ حتی در هتل‌های بزرگ هم با یک نظر اجمالی سریع به سیستم کامپیوتری وضعیت اتاق‌ها و یا با توجه به شماره اتاق ثبت شده بر روی کارت کلید در زمان تحویل کارت از میهمان، امکان استفاده از نام میهمانان توسط پذیرشگر وجود دارد.

### □ ارتباطات کتبی<sup>۲</sup>

بخش عمده‌ای از سلسله‌مراتب کاری فرانت آفیس مربوط به ارتباطات کتبی است که شامل کارهایی نظیر نامه‌نگاری‌های دست‌نویس، تایپ کار با فکس و کامپیوتر می‌باشد. در این روش اطلاعات مهم با روش‌های مناسبی نوشته و بایگانی می‌شوند. در واقع ارتباطات کتبی و اسناد در فرانت آفیس به دو دسته تقسیم می‌شوند: داخلی و خارجی.

### ■ داخلی<sup>۳</sup>

ارتباطات داخلی اغلب ممکن است غیر رسمی و کوتاه باشد، به عنوان مثال ارتباط خانه‌دار با پذیرشگر جهت آگاهی دادن و گرفتن راجع به وضعیت اتاق‌ها و یا ارتباط پذیرش با بخش‌های دیگر برای

1. Use Of Guests' Names
2. Written Communication
3. Internal



اعلام ورودی‌های جدید. صرف نظر از ظاهر غیر رسمی، این شکل از ارتباطات بسیار حیاتی است و باید خوانا، دقیق و بدون ابهام باشند.

سرعت توزیع این گونه ارتباطات جهت حصول اطمینان از به‌روزرسانی سریع اطلاعات به طور کامل و دقیق و قرار دادن آنها در اختیار بخش‌های مربوطه حائز اهمیت می‌باشد. مدارک مورد استفاده برای ارتباطات داخلی به صورت مشترک بسیار متنوع بوده و بعضی از موارد زیر را شامل می‌شود که عبارتند از:

- ❖ یادداشت‌ها؛
- ❖ لیست ورودی‌ها و خروجی‌ها؛
- ❖ لیست میهمانان؛
- ❖ لیست تورهای داخلی؛
- ❖ فهرست عملکردها.

بر اساس اطلاعیه‌ها و سوابق راجع به این موضوعات در جای دیگری بحث خواهد شد.

### ■ خارجی<sup>۱</sup>

برای بسیاری از میهمانان، مکاتبات کتبی ممکن است اولین تماس و ارتباط آنها با هتل قبل از استقرارشان باشد. بنابراین ارسال نامه یا فکسی که بد نوشته یا تایپ شده، یا دارای املائی نادرست می‌باشد، تأثیر بسیار بدی در ذهن میهمان ایجاد کرده و بسیاری از میهمانان رعایت استاندارد نوشتن نامه را جزئی از خدمات ارائه شده توسط هتل فرض می‌کنند. اگر برقراری ارتباط به صورت دست نوشته باشد، باید دست نوشته‌ها کاملاً روشن و خوانا باشند. اگرچه صورت تایپ شده هستند باید دقیق، بدون خطا و دارای یک ویرایش صحیح بوده و اطلاعاتی که منتقل می‌شوند باید به‌روز و بدون ابهام باشند. بسیاری از هتل‌ها یک فرم استاندارد ثابت برای نامه‌ها و تأییدیه‌های رزرو خود اتخاذ کرده‌اند (شکل ۴-۲). این امر سبب حذف تایپ‌های تکراری شده و تضمین می‌کند که تمام اطلاعات مربوطه گنجانده شده است. برای ارسال تأییدیه‌های رزرو نیز هتل‌ها ترجیح می‌دهند به جای ارسال به صورت نامه، از کامپیوتر (ایمیل) یا فکس استفاده کنند.

1. External



(Name of Guest)	
Address 1	
Address 2	
Address 3	
Postcode	
7 March 2007	
Dear Mr/Mrs/Ms	
I have pleasure in confirming your booking for accommodation at the Centurion Hotel. The details of your reservation are as following:	
Confirmation number:	
Guest Name:	Number of Persons:
Address:	
Telephone:	
Arrival Date:	ETA/Flight:
Accommodation:	
Rate (inclusive of service charge and VAT):	
Remarks:	
Date:	Front Office Manager:
We look forward to welcoming you and assure you that we are dedicated to making you stay enjoyable.	
Important Notice: Please retain this letter and present it to the receptionist upon registration. Reservations are held only until 6.00 p.m. unless otherwise notified or the booking has been guaranteed.	

شکل ۴-۲ تأییدیه رزرو استاندارد



## تأییدیه رزرو

تاریخ: / /

کد رزرو:

شرکت ...

ضمن تشکر از حسن انتخاب جناب عالی جهت اقامت میهمان گرامیتان در هتل بزرگ ... بدین وسیله به استحضار می‌رساند رزرو شما به شرح ذیل مورد تأیید می‌باشد:

نام میهمانان	زمان و تاریخ ورود	زمان و تاریخ خروج	مدت اقامت (شب)	نوع اتاق	نوع پرداخت	نرخ اتاق (ریال)	خدمات ترنسفر فرودگاهی

در پایان به استحضار می‌رساند:

- ✓ هزینه‌ی شارژ نفر اضافه هر شب ریال خواهد بود.
- ✓ شایان ذکر است که ... به عنوان ارزش افزوده به نرخ‌های فوق افزوده خواهد شد.
- ✓ هزینه‌های فوق شامل صبحانه و اینترنت نیز می‌باشد.
- ✓ هتل از دریافت هر گونه کارت اعتباری خارجی معذور می‌باشد.
- ✓ در صورت تمایل به استفاده از اتاق‌های VIP لطفاً مراتب را به این واحد اطلاع دهید.
- ✓ هتل ... ارائه خدمات انتقال میهمانان از فرودگاه به هتل و بالعکس با هماهنگی قبلی می‌باشد.
- ✓ جهت کنسل کردن رزرو، حداقل ۲۴ ساعت قبل هتل را مطلع سازید در غیر این صورت هزینه یک شب اقامت به عهده شما خواهد بود.
- ✓ در صورت عدم اطلاع از زمان دقیق ورود و خروج میهمانان، ساعت ۱۴:۰۰ برای ایشان در نظر گرفته می‌شود.

با تشکر  
رزرواسیون هتل

آدرس:

فکس:

تلفن:

ایمیل آدرس:

شکل ۵-۲ نمونه‌ای از تأییدیه رزرو فارسی

## □ ارتباطات مخابراتی<sup>۱</sup>

ارتباط مؤثر از طریق تلفن نه تنها به فروش اتاق در هتل کمک می‌کند، بلکه سبب ایجاد تصویری از هتل می‌شود که در بازده کاری هتل بسیار مؤثر است. از آنجایی که مشتری تنها با یک مکالمه تلفنی به یک داوری و قضاوت اولیه از استانداردهای هتل مورد نظر دست پیدا می‌کند، قوانین مورد استفاده در برقراری ارتباطات شفاهی برای برقراری ارتباط مناسب با مشتری به صورت تلفنی هم بسیار قابل استفاده خواهد بود.

بسیاری از هتل‌ها از کارکنانشان می‌خواهند که از روش‌های خاصی برای پاسخگویی به تلفن استفاده کنند. به عنوان مثال «صبح به خیر. هتل یوزباشی، ماری صحبت می‌کند. می‌تونم کمکتون کنم؟» این نوعی روش پاسخگویی روشی استاندارد بوده و تضمین می‌کند که مشتری همه اطلاعات را کاملاً دریافت کرده است.

در صورتی که پاسخگویی به تلفن با کلمات مناسب و احوال‌پرسی صحیح آغاز گردد، باعث ایجاد احساس اعتماد در مشتری شده و در ایجاد تصویر ذهنی مناسب بسیار تأثیرگذار خواهد بود. علاوه بر این، همه اپراتورها باید با روش‌های برقراری تماس‌های داخلی با شرکت‌ها، استعلام و پرینت هزینه‌ها، ثبت هزینه‌های تماس، تماس‌های بیداری صبح و تماس‌های بین‌المللی کاملاً آشنایی داشته باشند. سیستم‌های تلفنی مدرن امکان تماس مستقیم با میهمان چه به صورت تماس‌های داخلی و چه راه دور را فراهم کرده‌اند.

## □ تماس گرفتن<sup>۲</sup>

- ☆ قبل از برقراری تماس، آنچه را می‌خواهید بگویید سازماندهی کنید.
- ☆ مدارک، اسناد و مرجع‌های لازم را جمع‌آوری و آماده کنید.
- ☆ درستی شماره تلفنی که در حال شماره‌گیری آن هستید را چک کنید.
- ☆ اجازه دهید خطی که با آن تماس گرفته‌اید حدود یک دقیقه برابر با ۱۰-۷ بار زنگ بخورد.
- ☆ هنگامی که طرف دیگر جواب تلفن را دادند، ابتدا خود و شرکتتان را معرفی کنید.
- ☆ سپس علت و هدفتان از تماس را بیان کنید.

1. Telecommunication

2. Making Calls





### □ پاسخ به تلفن<sup>۱</sup>

- ✧ در اسرع وقت (کمتر از سه زنگ) به تماس پاسخ دهید، در صورت عدم پاسخگویی در این مدت زمان، حتماً در آغاز گفتگو از تماس گیرنده عذرخواهی نمایید.
- ✧ با استفاده از کلمات مناسب از فرد تماس گیرنده احوال‌پرسی کنید.
- ✧ نام و نام شرکت فرد تماس گیرنده را سؤال کنید البته بهتر است تا جای ممکن مشتری‌های ثابت هتل را بدون پرسیدن نامشان شناسایی کنید.
- ✧ همواره قلم و کاغذ در دست داشته باشید.
- ✧ از دستورالعمل‌ها، جزئیات و اطلاعات ضروری یادداشت‌برداری کنید.
- ✧ در صورت لزوم تمام دستورالعمل‌ها و یا درخواست‌ها را تکرار کنید.
- ✧ در طول مدت مکالمه علاوه بر نکاتی که فرد تماس گیرنده می‌گوید به تن صدای او کاملاً گوش کرده و نوع برخورد او را هم مورد توجه قرار دهید.
- ✧ در طول مدت مکالمه، اگر نیاز به فاصله گرفتن از تلفن برای برداشتن چیزی یا انجام کاری داشتید حتماً قبل از کنار گذاشتن گوشی تلفن به تماس گیرنده علت و موقعیت را توضیح دهید، اگر انجام آن کار یک مدت طولانی زمان می‌برد، او را مطلع نکرده و پیشنهاد دهید که شماره تلفن خود را گذاشته و شما در اسرع وقت بعد از انجام کارهای مورد نظر با ایشان تماس خواهید گرفت و حتماً به خاطر داشته باشید که این کار را انجام دهید.
- ✧ اگر تماس گیرنده به دنبال کسی است که حضور ندارد، شما می‌توانید پیشنهاد اتصال تماس با کسی که می‌تواند به او کمک کند و یا پیشنهاد گذاشتن پیغام برای فرد مورد نظر را به او دهید.

### □ انتقال تلفن<sup>۲</sup>

- اگر نیاز به انتقال تماس به یک شخص یا گروه دیگری باشد، باید علت این انتقال تماس به فرد تماس گیرنده بیان شود.
- قبل از انتقال تماس اجازه تماس گیرنده را دریافت کنید.
- نام گروه و یا عنوان شغلی و نام شخصی را که شما در حال انتقال تماس به او هستید را به فرد

1. Answering The Telephone

2. Transferring Calls

تماس گیرنده و بالعکس اطلاع دهید.

○ مطمئن شوید که هر دو طرف مکالمه به درستی به یکدیگر معرفی شده‌اند. شما می‌توانید با ارائه یک توضیح مختصر به فرد دریافت کننده تماس این کار را انجام دهید.

### □ گرفتن پیام<sup>۱</sup>

☆ تمام اطلاعات لازم را از تماس گیرنده دریافت کنید. این اطلاعات شامل نام کامل تماس گیرنده، نام شرکت، پیام فرد و شماره تماس ایشان می‌باشد.

☆ برای حصول اطمینان تمام اطلاعات به دست آمده را به دقت برای تماس گیرنده تکرار کنید.

☆ پس از اتمام تماس، فرم پیغام را به صورت کامل با ذکر نام کامل تماس گیرنده، نام شرکت

تماس گیرنده، پیام، شماره تماس گیرنده، نام دریافت کننده پیام، شماره اتاق، نام ارسال کننده

پیام، تاریخ و ساعت پر کنید.

☆ فرم را مرتب و تمیز پر کنید.

☆ در اسرع وقت پیام را به دست شخص مورد نظر برسانید.

Telephone Message Record	
To:	Room Number:
From:	Tel no.:
Message:	Date:
	Time:
	<input type="checkbox"/> Telephoned
	<input type="checkbox"/> Will phone back
	<input type="checkbox"/> Please phone
Signed/Initialled:	<input type="checkbox"/> Urgent

شکل ۶-۲ فرم ثبت پیام میهمان<sup>۲</sup>

1. Taking Messages
2. Message Record