

MIRJA RAUTIAINEN - MIKA SIISKONEN

HOTELLIN ASIAKASLIKENNE JA KANNATTAVUUS



HARJOITUSTEHTÄVIÄ

LUKU 1:

KESTÄVÄ KEHITYS

<http://webd.savonia.fi/home/sasiimi/julkaisut>



1. KESTÄVÄ KEHITYS

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA

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



1. KESTÄVÄ KEHITYS

7. Mikä on **ympäristömerkin** päätavoite?

8. Miten joutsenmerkityt tuotteet auttavat kuluttajaa ja mitä ne edellyttävät tuotteiden ja palvelujen valmistajilta?

9. Mainitse esimerkkejä **joutsenmerkityistä tuotteista**.

10. Kuinka raja-arvot ohjaavat hotelleja:
 - a) energian kulutuksessa
 - b) veden kulutuksessa
 - c) kemikaalien kulutuksessa

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

12. Kuinka joutsenmerkityssä hotellissa tulee työskennellä, jotta toiminta tapahtuu ympäristön hyväksi?

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



1. KESTÄVÄ KEHITYS

KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ

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

15. Hae internetistä perusasioita ympäristönäkökohtiin liittyen, millaisia **energiälähteitä käytetään?** (Lähdevinkki: Travelcon / Finland Travel Bureau: Ympäristövastuullisen kokoustapahtuman manuaali)

16. Miten yritys voi aktivoida ympäristövaikutuksia seuraavista palvelutoiminnan yleisimmistä ympäristönäkökohdista?
 - a) Energian kulutus
 - b) Veden kulutus
 - c) Jätehuolto
 - d) Kemikaalit

17. Hae esimerkkejä virallisten ympäristömerkkien ja EU energiamerkintöjen myöntämiskriteereistä.

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



1. KESTÄVÄ KEHITYS

POHDINTATEHTÄVIÄ

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

20. Millaisia toimenpiteitä hotellilta vaaditaan lisäarvoa tuottavaan vastuulliseen liiketoimintaan?

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

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

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

Voit jakaa esitelmäsi esimerkiksi tilojen mukaan:

- vastaanotto
- hotellihuoneet
- aamiainen
- kokoustilat/asiakastilat

Hyödynnä esitelmääsi myös kyseiselle yritykselle käyttöön otettavaksi.

MIRJA RAUTIAINEN - MIKA SIISKONEN

HOTELLIN ASIAKASLIKENNE JA KANNATTAVUUS



HARJOITUSTEHTÄVIÄ

LUKU 2:

SISUSTUSTYYLIT

<http://webd.savonia.fi/home/sasiimi/julkaisut>



2. SISUSTUSTYYLIT

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA

1. Mitkä ovat **sisustustaiteen tärkeimmät tyyliuunnat** ja millä vuosisadoilla ne esiintyivät?
2. Mitkä **tärkeimmistä keksinnöistä** ovat peräisin Egyptistä?
3. Missä **kreikkalainen arkkitehtuuri** näkyy nykyajan arkkitehtuurissa ja kuvataiteessa?
4. Kuvaile **barokkia tyyliuuntana** ja kerro kuinka se näkyi huoneiden sisustamisessa.
5. Kuvaile **rokokoota** tyyliuuntana ja kerro millaiseksi rokokoo lopulta kehittyi.
6. Miten syntyi **uusklassismi** ja kuinka se rantautui Pohjoismaihin?
7. Miten **kertaustyyli** suosivat aikaisempia historiallisia sisustustyyliä?
8. Mistä **kansallisromantiikka** kerää vaikutteita ja etsii innostusta Suomessa?
9. Kuvaile **funktionalismin** syntyä ja periaatteita. Mainitse esimerkkejä hotelleista, jotka edustavat funktionalismin yksinkertaista kauneutta.
10. Millaista **tyyliuuntausta ja jälleenrakentamista** Euroopassa oli toisen maailmansodan jälkeen?
11. Millaisia **Design-hotellit** ovat tyyliltään ja sisustukseltaan?



2. SISUSTUSTYYLIT

KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ

12. Kuvaile design hotelli Klaus K:n **sisustustyyliä**.

13. Hae jugend-tyylille ominaiset pääpiirteet ja tunnusmerkit.
(Lähdevinkki: www.rv-design.fi)

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

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

16. Etsi netistä esimerkkejä **hotelleista tai julkisista rakennuksista**, jotka edustavat arkkitehtuurissa ja/tai sisustuksessa seuraavia tyyliä:
 - a) barokkia
 - b) funktionalismia
 - c) art nouveauta



2. SISUSTUSTYYLIT

POHDINTATEHTÄVIÄ

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

(Lähdevinkki: <http://oppimateriaalit.jamk.fi/taideteollisuus>)

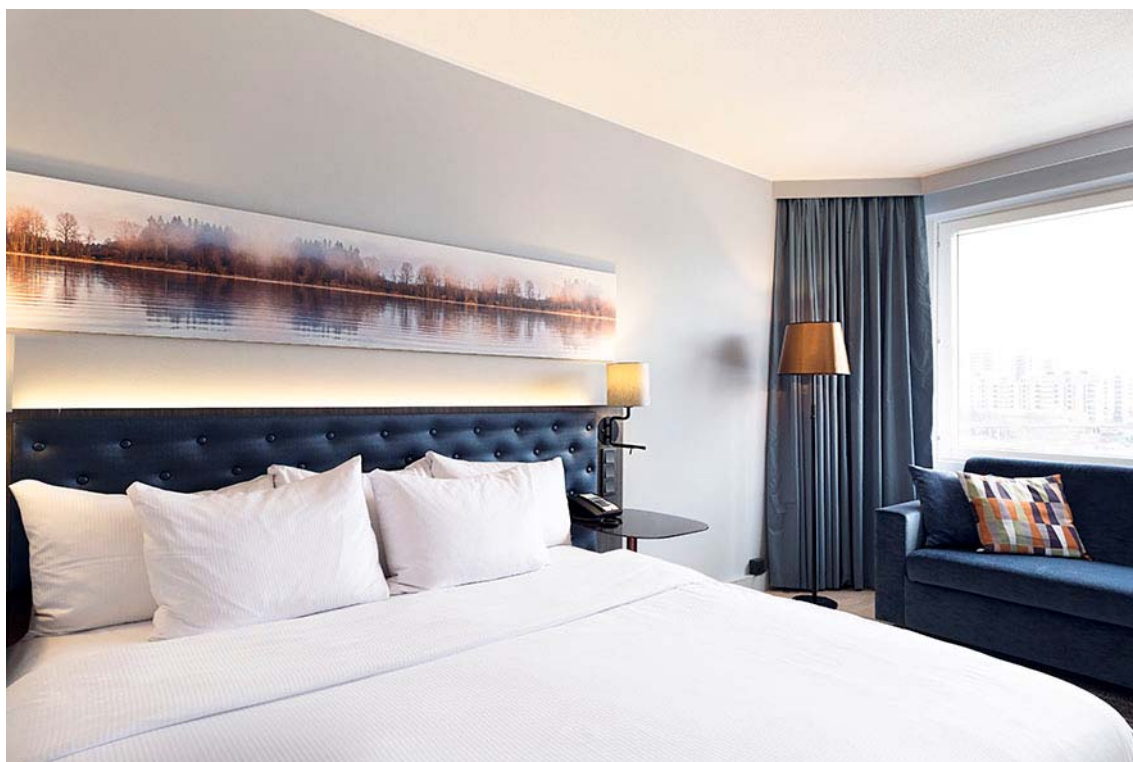
18. Esittele valitsemasi hotellin **tyylisuuntauksia arkkitehtuurin ja sisustuksen** näkökulmasta.

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

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

MIRJA RAUTIAINEN - MIKA SIISKONEN

HOTELLIN ASIAKASLIIKENNE JA KANNATTAVUUS



HARJOITUSTEHTÄVIÄ

LUKU 3:

HOTELLIN TUOTTEET

<http://webd.savonia.fi/home/sasiimi/julkaisut>



3. HOTELLIN TUOTTEET

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA

1. Millaiset tekijät vaikuttavat **hotellien aulatilojen** viihtyvyyteen ja yleisilmeeseen?
2. Millaisia tiloja ja palveluja hotellit tarjoavat asiakkailleen? Hae esimerkkejä ja esittele hotellin tiloja palveluineen?
3. Millaisia tehtäviä **kokoushotellien kokousemäntien ja -isäntien** pitää suunnitella, huomioida ja sopia
 - a) ennen kokouspäivää
 - b) kokouspäivän aamuna kokousvetäjän kanssa asiakkaiden saapuessa
 - c) kokouspäivän aikana
 - d) kokouksen päätyttyä
4. Millaisia eri ravintoloita kaupunkihotellit tarjoavat asiakkailleen? Esittele erityyppisten hotellien ravintolatarjontaa.
5. Mitä tarkoittavat seuraavat englanninkieliset lyhenteet:
 - a) SGL
 - b) DBL
 - c) TWN
 - d) Studio
 - e) Suite
6. Mitä **huonetyyleillä** kuvataan? Mainitse esimerkkejä tyypillisimmistä huonetyylikuvauksista.
7. Mitä ovat **olennaisimmat erot** Standard- ja Superior-huoneiden välillä?



3. HOTELLIN TUOTTEET

8. Millaiset tekijät vaikuttavat **hotellihuoneen viihtyvyyteen**?

9. Luettele hotellihuoneen tavallisimmat varusteet.

10. Millaisia varusteluita hotellihuoneen työskentelypisteessä käytetään?

11. a) Millaista informaatiota huonekansion tulisi sisältää?
b) Mitä **lakisääteistä ohjeistusta** huonekansio sisältää?

12. Laadi esimerkki hotellihuoneen tavallisesta **siivousjärjestyksestä**.

13. Vertaa, kuinka siivousaika muuttuu, jos huone on "**jatkava**" tai "**lähtevä**"?

14. Mistä kulueristä **hotellihuoneen siivouskustannukset** syntyvät?



3. HOTELLIN TUOTTEET

15. Millaisia **kalusteisiin ja materiaaleihin liittyviä tekijöitä** tulisi ottaa huomioon hotellihuoneen sisustusta suunniteltaessa?
16. Mainitse esimerkkejä **erityyillisistä tekstiileistä** ja niiden vaikutuksesta sisustettavaan tilaan.
17. Miten hotellihuoneeseen voi luoda **kodinomaisuutta värityksen** avulla?
18. Mitä **valaistuksen suunnittelussa** tulee ottaa huomioon ja kuinka erilaiset valaistukset voidaan jaotella käyttötarkoituksen mukaan?
19. Millaisia huonekohtaisia toimia voi ottaa huomioon **ympäristöhuoneen suunnittelussa**?
20. Millaisia kustannuksia tulee ottaa huomioon **huoneen omakustannushintaa** laskettaessa?
21. Mainitse esimerkkejä **muuttuvista kustannuksista**, jotka vaikuttavat myydyin huoneen kuluihin.



3. HOTELLIN TUOTTEET

KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ

- 22.** Hae esimerkki suomalaisesta hotellista, missä on uudistettu vanhaa ja uutta arkkitehtuurissa ja sisustuksessa. Esimerkiksi vastaava hotelli, mikä on palkittu ”**Interior Design Awards 2011**”, on Original Sokos Hotel Villa.
- 23.** Hae yleistietoa **Clarion Hotel Helsingistä**, Nordic Hotels-ketjusta ja esittele hotellihuoneet, palvelut, tilat sekä kokoustapahtumat.
- 24.** Miten **värit vaikuttavat sisustuksessa** käytettyyn tilaan ja miten ne voivat vaikuttaa asiakkaiden viihtyisyyteen tai aistitunnelmiin ja luoda kauneutta ja nautittavuutta? Hae esimerkit internetistä sisustamisen väri vaihtoehtoja ja suunnittele hotellihuoneisiin sopiva värimaailma ottaen huomioon sisustamisen värit ja mitä seikkoja haluat korostaa.
Hakusanoja: Värien vaikutus sisustuksessa, värit sisustuksessa.
- a) Valkoinen, harmaa ja musta
 - b) Vaaleanpunainen, punainen ja oranssi
 - c) Kulta, keltainen ja vihreä
 - d) Turkoosi, sininen ja violetti
 - e) Magenta ja ruskea
- 25.** Hae netistä hotellihuoneiden kuvia esimerkkeineen, joissa on käytetty eri valonlähteitä. Kuinka ne vaikuttavat sisustukseen ja miten ne ovat sijoitettu huoneeseen?
- 26.** Hae valitsemastasi nettivaraamosta hotellien käyttämiä huonetyyppejä ja niiden nimityksiä. Vertaile huonetyyppien eroavaisuuksia ja varustelutasoja.



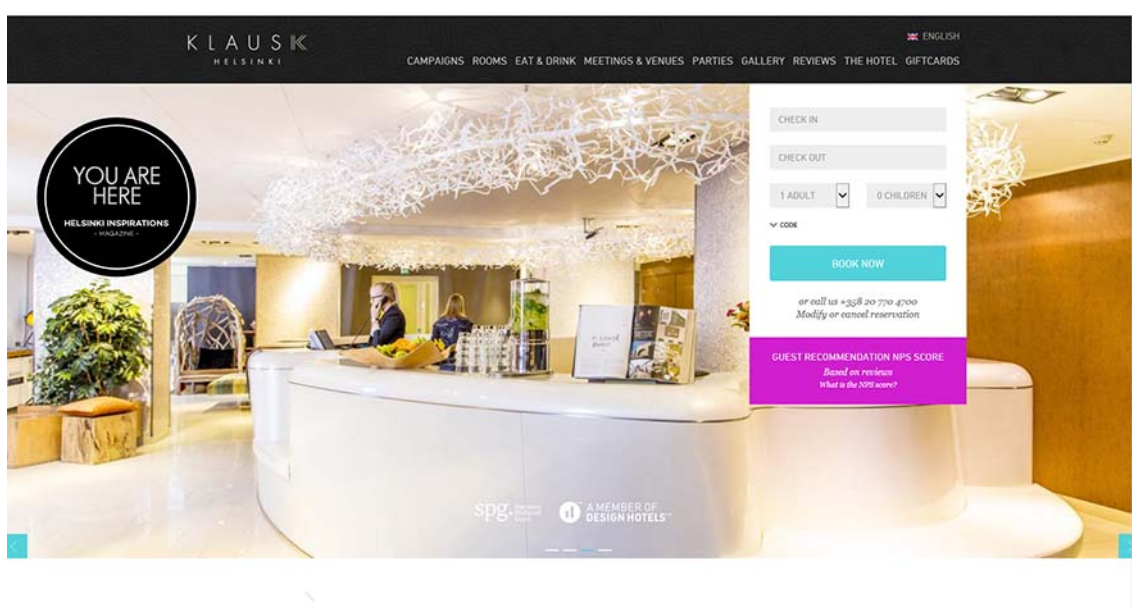
3. HOTELLIN TUOTTEET

POHDINTATEHTÄVIÄ

27. Millaisilla keinoilla huoneen **omakustannushintaa** voitaisiin alentaa, jotta hinta-laatu suhde säilyisi kilpailukykyisenä asiakkaille? Suunnittele ja mainitse esimerkkejä.
28. Hotellien huonekansiot ovat yleensä enemmän digitaalisina (TV-kanava) kuin perinteisinä painotuotteina. Pohdi molempien hyötyjä ja haittoja sekä huomioi lakisääteiset velvoitteet.
29. Suunnittele 2 hengen **hotellihuoneen varustelu ja sisustus**. Voit käyttää mallina kirjassa olevaa pohjapiirustuskuvaa.
- a) perheelle
 - b) työmatkustajalle
 - c) häämatkalaisille
30. Suunnittele **kaupunkihotellille viihtyisä aulatila** ja siihen tarvittava opastus ja ohjeistus. Huomioi ainakin: vastaanotto, oleskelualue, business corner, aulabaari, käynti hissille ja portaikkoon sekä kokoustiloihin ja muihin palvelutiloihin (ravintolat ym.).

MIRJA RAUTIAINEN - MIKA SIISKONEN

HOTELLIN ASIAKASLIIKENNE JA KANNATTAVUUS



HARJOITUSTEHTÄVIÄ

LUKU 4:

HOTELLIN VASTAANOTON ASIAKASPALVELU

<http://webd.savonia.fi/home/sasiimi/julkaisut>



4. HOTELLIN VASTAANOTON ASIAKASPALVELU

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA

1. Mitä **palvelu** tarkoittaa ja miten sitä voitaisiin määritellä?
2. **Miten valmistaudut ja millaisia tehtäviä** asiakkaan vastaanottamiseen kuuluu?
3. Kuvaile vastaanoton **palveluprosessin eri vaiheita**.
4. Miten menettelet, jos asiakkaan **huonenumeroa** kysytään puhelimesta?
5. Millaista on **hyvä palvelu**? Kerro esimerkkejä hyvästä palvelusta.
6. Mitä tietoja **lain määräämät matkustajatiedot** edellyttävät matkustajailmoitukseen?
7. Miten ja milloin matkustajakortit toimitetaan viranomaisille kansallisuuden perusteella?
8. **Kuinka kauan** yrityksessä on säilytettävä matkustajakortteja?
9. Mitä kuuluu **varauksen tarkistustoimenpiteisiin** asiakkaan saapuessa?

4. HOTELLIN VASTAANOTON ASIAKASPALVELU

10. Tulosta tehtävää varten hotellijärjestelmästä *Saapuvat asiakkaat* -lista ja *Vapaat, siivotut huoneet* -raportti. Selosta huonetyypit ja millaisia konekielisiä kuvauksia huoneista käytetään hotellissasi?
11. Miten asiakkaan check-in tapahtuu? Millä perusteella valitset huoneen asiakkaalle? Perustele eri vaihtoehtoja.
12. Mitä tietoja täytetään saapuvien asiakkaiden:
 - a) asiakkaalle annettavaan avainkorttikoteloon
 - b) erilliselle minibaarilomakkeelle
13. Miten asiakas **ohjataan** huoneeseen ja mitä tehtäviä asiakkaan ohjaukseen kuuluu?
14. Mainitse **ohjelmoidun avainkortin** tavallisimmat toiminnot Guest Keycard-ohjelmassa.
16. Kuinka huoneen avaimen tekeminen tapahtuu saapuvalla asiakkaalle Vingcard-ohjelmalla?
17. Mitä asioita tulee huomioida, ennen kuin asiakas maksaa laskunsa?
18. Missä tapauksessa voidaan laskuttaa jälkikäteen ja kuinka tästä tulee sopia?

4. HOTELLIN VASTAANOTON ASIAKASPALVELU

KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ

19. Etsi netistä erilaisia hotellien **avainkorttijärjestelmiä**. Kuinka ne toimivat?

20. Perehdy valitsemasi **hotelliketjun kanta-asiakaskorttiin**. Miten asiakkaan kanta-asiakastietoja voidaan hyödyntää saapuessa? Millaisia etuja hotellit tarjoavat kanta-asiakkailleen?

21. Etsi netistä erilaisia **palautteita hyvästä asiakaspalvelusta**. Millaiset tekijät ovat vaikuttaneet hyvään palveluun? Miksi palvelusta on annettu hyvää palautetta?

22. Etsi netistä erilaisia **palautteita huonosta asiakaspalvelusta**. Millaiset tekijät ovat vaikuttaneet huonoon palveluun? Miksi palvelusta on annettu huonoa palautetta? Mieti sopivia kehitysehdotuksia.

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

MIRJA RAUTIAINEN - MIKA SIISKONEN

HOTELLIN ASIAKASLIIKENNE JA KANNATTAVUUS



HARJOITUSTEHTÄVIÄ

LUKU 5:

MINIBAARIT LISÄTUOTTEENA

<http://webd.savonia.fi/home/sasiimi/julkaisut>



5. MINIBAARIT LISÄTUOTTEENA

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA

1. Nimeä minibaarien **tärkeimmät laitetoimittajat**?
2. **Millä periaatteella** hotellit hankkivat ja huoltavat minibaareja?
3. **Miten usein** minibaarien täyttö ja tarkastus tehdään hotelleissa?
4. Kuinka paljon ovat minibaarin aiheuttamat **kustannukset/huone** vuorokaudessa keskimäärin?
5. Mainitse esimerkein vastaanoton tehtävä minibaarimyynnissä:
 - a) **asiakkaan kirjoittautuessa sisään**
 - b) **asiakkaan kirjoittautuessa ulos**
6. Miten **tuotteiden menekki** jakaantuu?
Mitkä ovat suomalaisten asiakkaiden suosituimmat tuotteet?
7. Millaista **hävikkiä** syntyy minibaarien toiminnassa?
Miten henkilökunta voi estää mahdollista hävikin syntymistä?
8. Kuinka suuri keskimääräinen hävikki saa olla **myyntihinnoista laskettuna**?
9. Miten voit parantaa minibaarimyyntiä ja toimintaa vastaanotossa, jos hävikkiä syntyy enemmän kuin tavallinen suositus on?
10. Mainitse esimerkkejä **tunnusluvuista**, joita minibaaritoiminnassa voidaan seurata?
11. Mitä eroa on **puoliautomaattisella ja täysautomaattisella** minibaari mallilla verrattuna perinteiseen minibaari malliin?



5. MINIBAARIT LISÄTUOTTEENA

KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ

12. Etsi netistä vähintään kaksi **erilaista minibaari mallia** ja vertaile niitä keskenään. Millaisia eroavaisuuksia malleista löytyy?

13. Hae hintavertailuja minibaari **tuotteiden hinnoittelusta**. Vertaile esimerkiksi eri ketjujen kesken hintoja tai hotelliketjun sisällä olevien hotellien tuotehintoja.

14. Etsi netistä ajankohtainen ja mielenkiintoinen **artikkeli tai lehtijulkaisu** minibaarien käyttöön, kulutukseen tai hävikkiin liittyen. Esittele artikkelin pääkohdat ryhmällesi.

15. Selvitä netistä hotellien **minibaarien historiaa**. Milloin ensimmäiset minibaarit on otettu käyttöön ja milloin ne ovat yleistyneet?

16. Kuinka paljon minibaari tuotteiden hinnat ovat keskimäärin kalliimpia kuin ravintolahinnat? Mistä lisäkustannukset voivat muodostua?



5. MINIBAARIT LISÄTUOTTEENA

POHDINTATEHTÄVIÄ

17. Miten asiakkaan **hintamielikuvaa** voidaan ohjata tuotteen hinnoittelussa siten, että asiakas ei koe minibaarituotetta kalliiksi?

18. Pohdi millä keinoin minibaareista koituvia **kustannuksia voitaisiin karsia**?

19. Miten **minibaarituotteiden suunnittelu** tulisi tehdä ja mitä tulisi ottaa huomioon?

20. Miten **asiakasrakenne** voi vaikuttaa minibaarituotteiden valintaan?

21. **Suunnittele minibaarin sisältö** ja perustele valintojasi seuraavissa hotellityypeissä
 - a) liikemieshotelli
 - b) vapaa-ajan hotelli
 - c) kansainväliselle ketjuhotelli

MIRJA RAUTIAINEN - MIKA SIISKONEN

HOTELLIN ASIAKASLIIKENNE JA KANNATTAVUUS



HARJOITUSTEHTÄVIÄ

LUKU 6:

ASIAKKAAN OPASTUS JA INFORMAATIO HOTELLISSA

<http://webd.savonia.fi/home/sasiimi/julkaisut>

6. ASIAKKAAN OPASTUS JA INFORMAATIO HOTELLISSA

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA

1. Mainitse esimerkkejä hotellin **sisäisestä informaatiosta** ja neuvonnasta asiakkailleen.
2. Miten **hotellin opasteet** voidaan jakaa?
3. Millaisia näkökohtia tulee ottaa huomioon opasteiden suunnittelussa?
4. Laadi esimerkkiluettelo siitä, mitä hotellin **ulkopuoliseen opastukseen ja neuvontaan** kuuluu.
Mitä tietoja kysytään usein ja mitkä tiedot tulisi löytyä hotellin vastaanotosta?
5. Mitä lakisääteisiä tietoja huonekansiosta ja huoneesta tulee löytyä?
6. Mainitse, mitkä matkailuun liittyvät nettisivustot ovat tärkeimpiä asiakkaan opastuksessa ja ohjauksessa?

6. ASIAKKAAN OPASTUS JA INFORMAATIO HOTELLISSA

KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ

7. Valitse kotikaupungistasi hotelli ja nähtävyysskohde. Etsi asiakkaalle **reittiopasteet ja aikataulut**
 - a) julkisella liikenteellä
 - b) omalla autolla
 - c) pyöräillen maisemareittiä käyttäen

8. Asiakkaasi on lähdössä **iltalennolla** takaisin kotiin. Selvitä hänelle
 - a) lennon lähtöaika, boarding time ja luggage drop time
 - b) mahdollisuus päästä lentokentälle julkisella liikenteellä sekä aikataulu
 - c) ostosmahdollisuudet lentokentällä

9. Etsi netistä kotikaupunkisi
 - a) sisäaktiviteetteja (esim. kylpylät, kuntosalit, keilahallit)
 - b) ulkoaktiviteetteja (esim. lenkkipolut, hiihtoladut, laskettelukeskukset)
 - c) lapsiperheille suunnatut aktiviteetit hinnastoineen

10. Selvitä kotikaupunkisi **lääkäripalvelut ja terveydenhoito** mahdollisuudet **arkisin sekä viikonloppuisin**.

11. Mitkä ovat tärkeimmät opasteet asiakkaalle onnettomuustilanteissa? Missä ne sijaitsevat hotellihuoneessa tai hotellin käytävällä? Lisäohjeita hotellissa yöpyjälle löytyy esim. Suomen Pelastusalan keskusjärjestöltä:
<http://www.spek.fi/Suomeksi/Turvatietao/lomailijalle/hotellissa>



6. ASIAKKAAN OPASTUS JA INFORMAATIO HOTELLISSA

POHDINTATEHTÄVIÄ

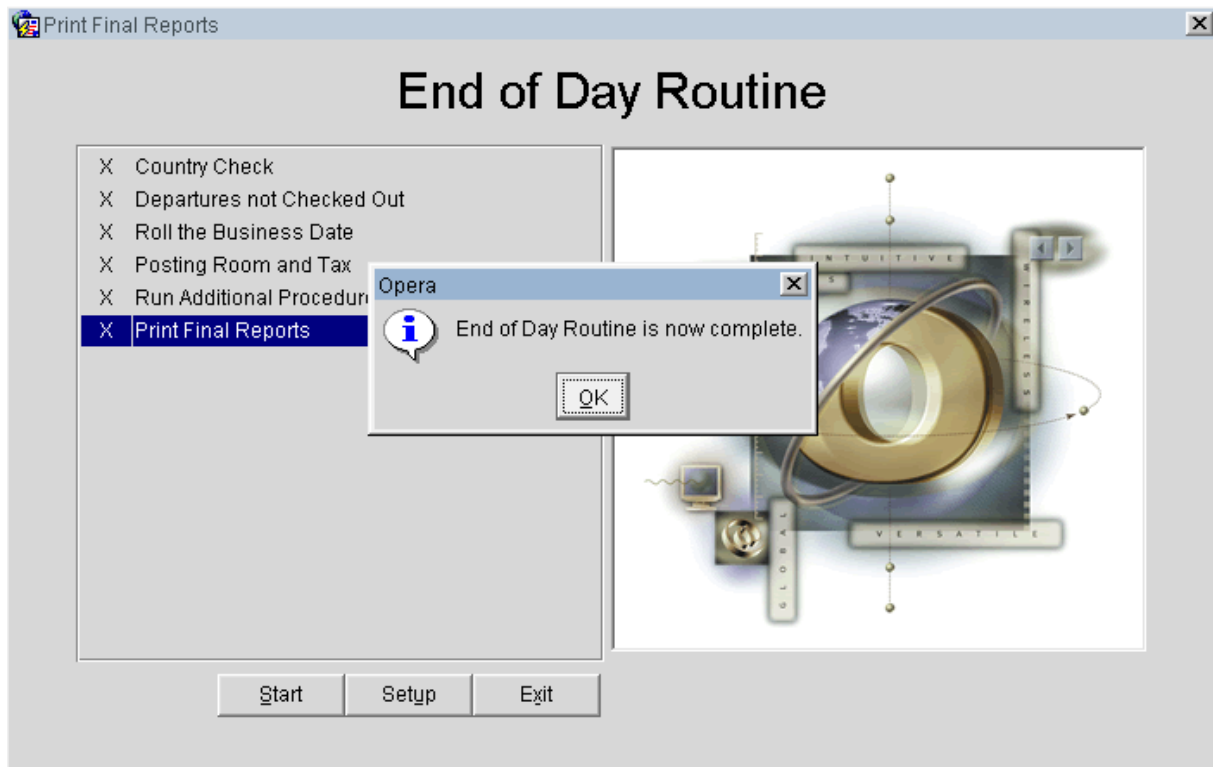
12. Suunnittele valitsemallesi hotellille huonekansion sisällysluettelo. Pohtikaa, missä järjestyksessä tiedot ja palvelut tulisi esittää? Onko järjestyksellä merkitystä?

13. Tee kotipaikkakuntasi **nähtävyyksistä, palveluista ja erityispiirteistä** luettelo hotellin infokansiota varten. Laadi yhdestä kohteesta tarkempi esittely ja tulosta kartta, josta selviää kohteen sijainti. Kansion tulee antaa tietoa ja palvelua hotellissa asuvalle matkailijalle. Vaihtoehtoisesti voit suunnitella myös mobiililaitteella (esim. tabletilla) selailtavan version.

14. Suunnittele hotellin vastaanottoon mainos tai info valitsemastasi hotellin lisäpalvelusta (esim. ravintolan päivänannos, illan artisti ravintolassa). Mainos voi olla sähköinen tai posterinä.

MIRJA RAUTIAINEN - MIKA SIISKONEN

HOTELLIN ASIAKASLIIKENNE JA KANNATTAVUUS



HARJOITUSTEHTÄVIÄ

LUKU 7:

RAPORTIT JA NIIDEN HYÖDYNTÄMINEN

<http://webd.savonia.fi/home/sasiimi/julkaisut>



7. RAPORTIT JA NIIDEN HYÖDYNTÄMINEN

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA

1. Miten hyödynnät käytännön työssä **Saapuvat asiakkaat** -listaa?
2. Millä eri tavoilla voit valita huoneen saapuvalla asiakkaalle? Ota huomioon raportin käyttö valintaa tehtäessä.
3. Miten hyödynnät **varausvaiheessa** kanta-asiakas- tai yritystietoja Opera-hotellijärjestelmässä?
4. Pohdi, mikä on raportoinnin hyöty ja miten sitä hyödynnetään?
5. Miten **tarkistat** työvuorosi päätyttyä **pohjakassan kassaraporttia hyödyntäen**?
6. Tutki koneella, kuinka löydät tavallisimmat raportit Opera-hotellijärjestelmässä?
 - Saapuvat asiakkaat -lista
 - Kerroshoitajan siivousraportti
 - Huoneraportti/huonekuvaus
 - Vapaat, siivotut huoneet -lista
 - Lähtevät asiakkaat -lista
 - Käyttöasteet
 - Kanta-asiakkaan käynnit ja yöpymiset
 - Kansalaisuudet.
7. Mikä merkitys hotelliohjelman **yöajolla** on hotellin päivittäisiin tapahtumiin?
8. Miten yleensä listataan **saapuvat tai asuvat asiakkaat**?

7. RAPORTIT JA NIIDEN HYÖDYNTÄMINEN

9. Selvitä alla olevasta hotelliohjelman kuvaruutukaappauksesta

- a) Mikä on huonetilanne tänään?
- b) Paljonko on asiakasmäärä tänään?
- c) Montako walk-in varausta on tehty kyseiselle päivälle?
- d) Onko huoneita ilmaisessa käytössä?
- e) Onko huoneita vapaana?

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

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

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

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

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

	Vacant	Occupied
Clean	65	124
Dirty	2	77

 - Out of Order: 30
 - Out of Service: 2

At the bottom, there are search filters for Property, Room Class, Date (21.01.17), and Room Type, along with Search and Close buttons.

Ensimmäinen päivä

7. RAPORTIT JA NIIDEN HYÖDYNTÄMINEN

11. Selvitä alla olevasta hotelliohjelman kuvaruutukaappauksesta

- a) Mikä on huonetilanne tänään?
- b) Paljonko on asiakasmäärä tänään?
- c) Onko huoneita ilmaisessa käytössä?
- d) Onko huoneita vapaana?
- e) Onko huoneita korjattavana?

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

The screenshot shows a software interface titled "House Status - 23.01.17". It is divided into several sections:

- Room Summary:** Total Physical Rooms: 300, Out of Order: 30, Total Rooms to Sell: 270, Out of Service: 3.
- Activity:** A table showing room and person counts for Stayovers, Departures Expected, Arrivals Expected, and Day Use Rooms.
- Complimentary and House Use:** A table showing counts for Complimentary Arrivals, Stayovers, Departures, and House Use Arrivals, Stayovers, Departures.
- End of Day Projection:** Min. Available Tonight: 123, Max. Occupied Tonight: 147 (with 163 persons and 13 VIPs), Max. % Occupied Tonight: 54.44, Room Revenue: 14,364.81, Room Revenue Avg.: 97.72.

At the bottom, there are search filters for Property, Room Class, Date (23.01.17), and Room Type, along with Search and Close buttons.

Toinen päivä

7. RAPORTIT JA NIIDEN HYÖDYNTÄMINEN

13. Selvitä alla olevasta hotelliohjelman kuvaruutukaappauksesta

- a) Mikä on huonetilanne tänään?
- b) Paljonko on asiakasmäärä tänään?
- c) Onko huoneita ilmaisessa käytössä?
- d) Onko huoneita vapaana?
- e) Onko huoneita korjattavana?

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

The screenshot shows a software window titled "House Status - 17.05.". It contains several data panels:

- Room Summary:**
 - Total Physical Rooms: 61
 - Out of Order: 3
 - Total Rooms to Sell: 58
 - Out of Service: 0
- Activity:**

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

	Room	Persons	VIP
Complimentary Arrivals	0	0	0
Stayovers	0	0	0
Departures	0	0	0
House Use Arrivals	0	0	0
Stayovers	0	0	0
Departures	0	0	0
- End of Day Project:**
 - Min. Available Tonight: 50
 - Max. Occupied Tonight: 8
 - Max. % Occupied Tonight: 13.79
 - Blocks not Picked Up: 3
 - Individuals: 5
 - Groups & Blocks: 0
 - Room Revenue: 911.19
 - Room Revenue Avg.: 113.90
- Housekeeping Room Status:**

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

At the bottom, there is a search area with "Date" and "Room Type" fields, and "Search" and "Close" buttons.

Kolmas päivä



7. RAPORTIT JA NIIDEN HYÖDYNTÄMINEN

KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ

15. Etsi netistä viimeisin **tilasto ulkomaalaisten matkailijoiden yöpymismääristä** Suomessa. Minkä kansallisuuden yöpymismäärät ovat kasvaneet? Mitkä ovat puolestaan vähentyneet?

16. Etsi vastaava tilasto edelliseltä vuodelta. Ovatko eri kansalaisuuksien yöpymismäärien **muutokset jo havaittavissa**?

17. Tutki uusinta Tilastokeskuksen **Hotellikapasiteetti ja sen käyttö** -taulukkoa. Valitse kaksi (2) maakuntaa ja vertaile niitä vuoden 2015 tilastoon. Millaisia muutoksia maakuntien hotelleissa on tapahtunut? Mikä olisi voinut vaikuttaa näihin muutoksiin?



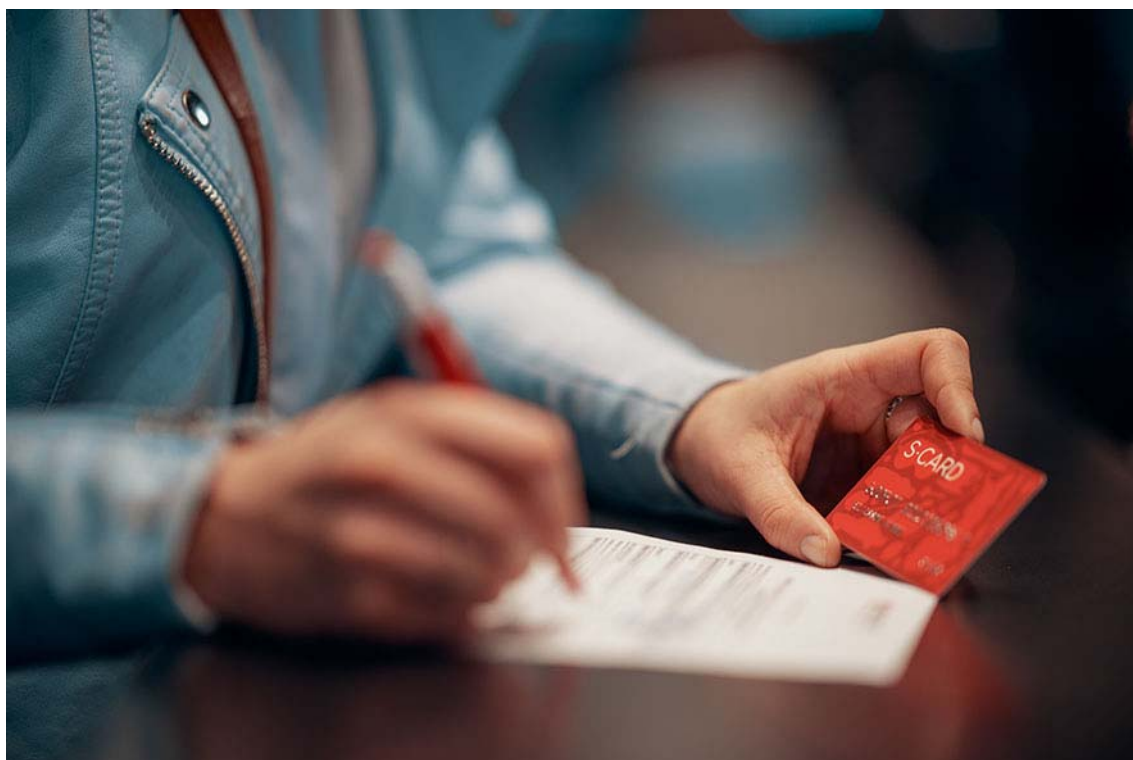
7. RAPORTIT JA NIIDEN HYÖDYNTÄMINEN

POHDINTATEHTÄVIÄ

18. Pohdi kannattavuustutkimuksesta (*Hotellien tuloksen muodostuminen henkilöstön suuruusluokan mukaan*) suomalaisten hotellien **kulujen muodostumista ja käyttökatetta**. Ota selvää paikkakuntasi hotelleista siitä, miten tilanne on kehittynyt.
19. Tutki Tilastokeskuksen *Hotelli kapasiteetti ja sen käyttö-raporttia*. Kuinka voit seurata **paikkakunta kohtaisesti kysyntää ja tarjontaa**? Missä alueilla on kovaa tai vähäistä kysyntää? Mille paikkakunnalle kysynnän ja tarjonnan kannalta perustaisit itse hotellin?
20. Miksi **House status-raportti** on tärkeä vastaanotolle? Milloin ja mitä raportista selvitetään?

MIRJA RAUTIAINEN - MIKA SIISKONEN

HOTELLIN ASIAKASLIIKENNE JA KANNATTAVUUS



HARJOITUSTEHTÄVIÄ

LUKU 8:

ASIAKKUUS

<http://webd.savonia.fi/home/sasiimi/julkaisut>



8. ASIAKKUUS

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA

1. Mitä tarkoittaa asiakkuusajattelussa **yhteistyökumppanuus**?
2. Asiakaslähtöisyydessä avaintekijät muodostuvat **saavutettavuudesta, vuorovaikutuksesta ja arvontuotannosta**. Mitä ne tarkoittavat ja miten ne ilmenevät?
3. Miten hotellissa **asiakkaan arvoa** tulee ajatella ja arvioida?
4. Miten **kanta-asiakkaat ja avainasiakkaat** eroavat toisistaan yrityksen liiketoiminnassa?
5. Mainitse esimerkkejä, mitä asiakasryhmiä voidaan houkutella aktiivisiksi asiakkaiksi?
6. Miten **asiakkuusmuisti** voidaan jakaa yrityksen asiakastietojen hallinnassa?
7. Millaista tietoa kirjataan **asiakasprofiilitietoihin**?



8. ASIAKKUUS

8. Mainitse esimerkkejä **asiakastietokantaan tallennetuista tiedoista**, joita yritys tarvitsee markkinoinnissaan, kun se käyttää asiakkaistaan tietorekisteriä?

9. Selvitä asiakasryhmittely, jos asiakkaat ryhmitellään seuraavilla tavoilla:
 - a) Asiakassuhteen vaiheen mukaan
 - b) Ostokäyttäytymisen mukaan
 - c) Asiakkaan arvon ja tarpeiden mukaan

10. Kuinka haet **yrityksen tiedot** Opera-hotellijärjestelmästä?

11. Kuinka haet **yritykseen kuuluvan asiakkaan** tiedot Opera-hotellijärjestelmästä?

12. Kuinka haet **agentin tiedot** Opera-hotellijärjestelmästä??

13. Mainitse kolme eri keinoa hakea **asiakkaan tiedot asiakasrekisteristä**?

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



15. Mitä tietoja Opera-hotellijärjestelmässä seuraavat valikot sisältävät:
 - a) Relationship
 - b) History
 - c) Memberships
 - d) Preferences

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

17. Mitä **asiakasosuus** tarkoittaa liiketoiminnassa?

18. Selvitä, miten **asiakkaan sitoutuneisuus** voi muodostua?

19. Mainitse **asiakkuuden lujuteen** vaikuttavat tekijät?

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

21. Vertaile **strategisten asiakkuuksien** johtamisessa seuraavia asiakastyyppejä ja niiden piirteitä.
 - a) Avainasiakkuus
 - b) Kumppanuusasiakkuus



8. ASIAKKUUS

KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ

22. Millaisia etuja **kanta-asiakasohjelmat** tarjoavat asiakkailleen
- S-card (Sokos Hotels)
 - Scandic Friends (Scandic Hotels)
23. **Vertaile** S-card ja Scandic Friends-korttien etuuksia keskenään. Kummastako kortista työmatkustaja hyötyy mielestäsi enemmän, kun hän yöpyy esimerkiksi
- 40 yötä/vuosi hotellissa
 - 3 yötä/vuosi hotellissa
 - järjestää vuosittain 15kpl isoja tapahtumia/koulutuksia hotelleissa?
24. Valitse kaksi eri **asiakassegmenttiä** ja etsi netistä, millaisia
- tarjouksia tai etuuksia** hotelliketju tarjoaa segmenteille?
 - ehtoja** sopimukseen voi kuulua?
25. **Millaisia tietoja** asiakkaan tulee ilmoittaa saadakseen Scandic Friends kortin?
26. Tutustu S-card-kortin **kanta-asiakasohjelman ehtoihin**. Listaa tärkeimmät käyttöehdot.



8. ASIAKKUUS

POHDINTATEHTÄVIÄ

27. Pohdi, millaiset toimenpiteet hotellin asiakkuuksien hoitamisessa voivat aiheuttaa kannattamattomuutta? Mitkä ovat **kannattamattomuuden syyt**?
28. **Luo 4 uutta yritystä** asiakasrekisteriin ja kullekin yritykselle 2 – 3 yhteyshenkilöä. Yritykset voit luoda haluamallesi paikkakunnalle. **Kopioi kuvat uusista yrityksistä.**
- Luo yrityksen yhteyshenkilöille **asiakastietoja** (puhelin, e-mail).
 - Hae uudet luodut yritykset **Profiili**-haulla. Hae yritystä nimen alkukirjaimilla ja määrittele hakukriteereissä myös paikkakunta ja postinumero. **Kopioi kuva Haun tuloksesta.**
 - Luo lisätietoja Profile notes-valikkoon uusille yrityksille. Luo ainakin joka varaukseen automaattisesti tuleva lisätieto (Reservation notes), taustatieto laskutuksesta (Background notes) ja sopimushinta valitsemaasi lisätieto valikkoon. **Kopioi kuva yrityksestä, jossa näkyvät lisätiedot.**
29. Kuinka hotellin toiminta voi vaikuttaa **suurasiakkaiden kannattavaan ostokäyttäytymiseen**? Millaiset toiminnot erityisesti voivat aiheuttaa asiakkuudesta kannattamattoman?
30. Millaisilla keinoilla hotelli voi siirtää asiakkaalle itselleen hoidettavaksi asiakaspalvelua, tänä päivänä tai tulevaisuudessa? Kuinka se voi vaikuttaa **hotellin kannattavaan toimintaan**? Pohdi esimerkiksi varauksen tekemistä, maksutapahtumia sekä check-in ja -out toimintoja.

MIRJA RAUTIAINEN - MIKA SIISKONEN

HOTELLIN ASIAKASLIIKENNE JA KANNATTAVUUS



HARJOITUSTEHTÄVIÄ

LUKU 9:

HOTELLIN ASIAKASTYYTYVÄISYYS

<http://webd.savonia.fi/home/sasiimi/julkaisut>



9. HOTELLIN ASIAKASTYYTYVÄISYYS

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA

1. Mitä **asiakastyytyväisyys** on ja millaiset tekijät vaikuttavat asiakastyytyväisyyteen?
2. Miten **asiakastyytyväisyyttä** voidaan mitata?
3. Mainitse esimerkkejä **myyntityössä** (tuotekontakteissa) asiakkaan tyytyväisyyteen vaikuttavista tekijöistä.
4. Mitä **asiakastyytyväisyystutkimuksilla** voidaan selvittää?
5. Miten **haamuasiointi** tulisi suorittaa?
6. Mitä asioita haamuasiointilla voi ja tulisi tarkkailla?



9. HOTELLIN ASIAKASTYYTYVÄISYYS

7. Kuinka hotelli voi hyötyä **blogi-yhteistyöstä**?

8. Mitä etuja menetetään, **kun asiakassuhde päättyy**?

9. Perustele, **miksi** kannattaa tutkia menetettyjä asiakkaita?

10. **Mitkä syyt** johtavat asiakassuhteen päättymiseen?

11. Miten **asiakaspalautetta voidaan hyödyntää** ja miten palaute tulee antaa henkilöstölle?

12. Mitä **asiakastyytyväisyystakuu** tarkoittaa ja milloin sitä voidaan käyttää?



9. HOTELLIN ASIAKASTYYTYVÄISYYS

KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ

13. **Anna palautetta netissä** valitsemallesi yritykselle, jossa olet vasta asioinut. Jos mahdollista, pyydä palautteeseesi vastausta. Ota kuvakaappaus palautelomakkeesta ja esitele se ryhmällesi. Mitä taustatietoja eri yritykset pyytävät palautetta jätettäessä? Saitko vastausta palautteeseesi, kuinka palautteeseesi oli reagoitu?

14. Haluat antaa palautetta kotikaupunkisi hotelleille. **Etsi netistä hotellien palautesivut**. Ota kaikista kuvakaappaukset ja esitele ne ryhmällesi. Millaisia palautteenanto mahdollisuuksia sivustoilla oli? Oliko mahdollisuus arvioida eri palveluita ja antaa avointa palautetta? Olivatko sivut mielestäsi helpot löytää, mikä oli helpoin ja mikä eniten aikaa vievin?

15. Tutustu kolmen eri **nettivaraamon tai matkahakukoneen palautteenanto ja -koonti** mahdollisuuksiin. Vertaile eri sivuja keskenään. Mitä arviointi kohteita eri sivustot luokittelevat ja vertailevat? Kuinka palveluiden arviointi eroaa toisistaan?

16. Valitse hotelli ja etsi kolmesta ulkopuolisesta eri lähteestä (nettivaraamot, matkahakukoneet) **hotellin arvostelut**. Kuinka paljon eri nettisivujen arvioinnit hotellista eroavat toisistaan? Ovatko sivustot mielestäsi luotettavia kanavia? Entä palautteen laatu ja määrä, ovatko palautteet perusteltuja ja palautteiden määrä tarpeeksi suuri ollakseen luotettava?



9. HOTELLIN ASIAKASTYYTYVÄISYYS

POHDINTATEHTÄVIÄ

17. Mainitse esimerkkejä **asiakastyytyväisyyden monikanavaisesta kuuntelujärjestelmästä?** Mitä eri tapoja on kerätä tietoa?
18. Tee suunnitelma tarkistuskohteista valitsemasi kahvilan haamuasiakkaalle. Huomioi kahvilan liikeidea (yksityinen/ketjuun kuuluva). Suunnittele **yksityiskohtainen tarkistuslista aihealueittain**, arviointi kriteerinä esimerkiksi asteikko 1-5, jossa 1 heikoin/5 paras. Aihealueina esimerkiksi:
- yleisilme, siisteys (ulkotilat, sisätilat, salin puoli, wc-tilat, muut asiakastilat, pöydät, tuolit jne.)
 - tuotteiden esillepano (tuotteiden nimet ja kuvaukset selkeästi, koko tuotevalikoima ja hinnastot esillä, näyttävyys, siisteys, houkuttelevuus, saatavuus jne.)
 - henkilökunnan asiakaspalvelutaito ja tuotetietous (kohteliaisuus, ystävällisyys, tilannetaju, tarvekartoitus, tuotteiden esittelytaito, lisämyynti, kanta-asiakaskorttien tarkistaminen/tarjoaminen, työasu, ulkoinen olemus jne.)
 - tuotteen laatu (maku, esteettisyys, raaka-aineet, kypsyyys, rakenne, koko, hinta-laatu suhde jne.)
 - ketjunäkyvyys (kuuluuko kahvila ketjuun, ovatko ketjun symbolit ja aineistot näkyvillä, onko kahvila konseptin mukainen, jne.)



9. HOTELLIN ASIAKASTYYTYVÄISYYS

19. **Suorita oma haamukäynti** valitsemassasi kahvilassa ja analysoi keräämäsi aineisto. Tee vielä erillinen **koonti asiakaspalautteen** muodossa ja esitä se ryhmällesi.

20. Tutustu eri tutkimusmenetelmiin, **kvantitatiiviseen ja kvalitatiiviseen menetelmään**. Mitkä ovat tärkeimmät eroavaisuudet tutkimusmenetelmissä? Mitä asioita hotellin kannattaisi mielestäsi eri menetelmillä tutkia?

21. Suunnittele hotellille **huoneisiin sijoitettava palautelomake**. Mitä asioita on tärkeää olla/kysyä/tutkia lomakkeessa? Yritä keksiä jotain uutta tai erilaista perinteisestä kaavakkeesta poikkeavaa.

22. Keksi edelliseen lomakkeeseen kuvitteelliset vastaukset 50 asiakkaalta. **Kokoa palautteet** esim. excel-taulukkoon ja tee vielä graafinen koonti palautteista. Voit ottaa mallia kirjan luvusta *Hotellin asiakastyytyväisyys*.

MIRJA RAUTIAINEN - MIKA SIISKONEN

HOTELLIN ASIAKASLIIKENNE JA KANNATTAVUUS



HARJOITUSTEHTÄVIÄ LUKU 10: KOKOUS- JA KONGRESSITOIMINTA

<http://webd.savonia.fi/home/sasiimi/julkaisut>



10. KOKOUS- JA KONGRESSITOIMINTA

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA

1. Mainitse erityispiirteitä tai tunnusomaisia piirteitä seuraavista kokoustermeistä:
 - a) **Konferenssi**
 - b) **Kongressi**
 - c) **Symposium**
 - d) **Seminaari**
2. Mainitse esimerkkejä, missä erilaisia kokouksia järjestetään ja pidetään? Mainitse myös edut ja haitat kustakin kokouspaikasta?
3. Mainitse **Finland Convention Bureaun** ja **kongressipalvelutoimistojen** tärkeimmät tehtävät.
4. Miten FCB:n ja kongressipalvelutoimistojen tehtävät eroavat toisistaan?
5. Millaiset tekijät vaikuttavat kokoushotellin valintaan?
6. Millaisia asioita kokouksen järjestäjän tulisi miettiä **suunnitellessaan** ja **valitessaan kokouspaikkaa ja -tiloja sekä tarvittavia majoitusjärjestelyjä**?
7. Mainitse perusvaatimukset, mitä kokoustiloilta edellytetään?
8. Miten **kokousohjelma tulisi suunnitella**? Millaisia tapahtumia/järjestelyjä kokousohjelma voi sisältää?



10. KOKOUS- JA KONGRESSITOIMINTA

9. Mitä varusteita ja perustekniikkaa (AV-välineitä) kokoushotellien tiloissa on valmiina ja mitä välineistöä yleensä joudutaan vuokraamaan?
10. Millaiseen koulutukseen voidaan hyödyntää **videoneuvottelutekniikkaa**?
11. Mikä on **tilausmääräys** ja mitä orderista tulee ilmetä?
12. Miksi **myyntipalvelun rooli** kokoustilausten vastaanottajana on keskeinen ja mitkä ovat myyntipalvelun päivittäiset rutiinityöt?
13. Millaista **myynninedistämistyötä** myyntipalvelussa voidaan tehdä?
14. Millaisia taitoja ja ominaisuuksia edellytetään **myyntineuvottelijalta**?
15. Mainitse olennaisimmat asiat, mitkä pitää selvittää kokousasiakkaan kanssa myyntineuvotteluissa.
16. Millaista käytäntöä hotellit soveltavat, jos osallistujien määrä muuttuu, pienenee tai suurenee?
17. Mainitse **tyypillisen kokoushotellin tunnusmerkkejä**.
18. Mainitse esimerkkejä tapahtuman tai tilaisuuden **erilaisista markkinointikeinoista**. Mitä suunnitteluvaiheessa pitää ottaa huomioon?



10. KOKOUS- JA KONGRESSITOIMINTA

19. Miten **valmistaudut** osallistujien vastaanottoon, kun he ilmoittautuvat rekisteröintitiskillä?
20. Mitä tarkoittaa **simultaanitulkkkaus**?
21. Mitä "**Yhden päivän kokouspaketti**" ja "**Kahden päivän kokouspaketti**" yleensä sisältävät?
22. Mainitse esimerkkejä **erilaisista kokouspöytämuodoista** ja mitä vaatimuksia pöytämuoto asettaa suunniteltaessa kokoustilaa?
23. Nimeä **kabinettien ja konferenssihuoneiden pöytämuotoja**.
24. Millaiset pöytämuodot sopivat **juhlaviin tilaisuuksiin**?
25. Mitä asioita tulee ottaa huomioon kokoustilan kunnostamisessa?
26. Mistä asioista vastaanoton ja kerroksen tulee huolehtia ennakkoon kokousvieraita majoitettaessa?



10. KOKOUS- JA KONGRESSITOIMINTA

KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ

27. Hae jonkun hotelliketjun Kokous- ja koulutuspalveluiden toimitusehdot. Mitkä ovat tapahtuman peruutusehdot, jotta peruutukset tai muutokset voidaan tehdä ilman kuluja?

28. Mikä on **Visit Finland** ja mikä on sen päätehtävä?

29. Mikä on Visit Finlandin toiminnan tavoite ja millaisia myynti- ja markkinointitapahtumia se järjestää?

30. Mitä **FCB** hoitaa ja mikä on **sen** pääasiallinen tehtävä ja mitä se tarjoaa tapahtumien järjestäjille?

31. Tutustu **Visit Finland/ FCB:n sivuihin** internetissä ja hae sivustolta kalenteri, missä esitellään tulevat kongressit ja konferenssit? Mitkä ovat **suosituisimmat** kongressikaupungit ja missä suuruusluokassa tapahtumat voivat olla osanottajamäärältään?

32. Hae yksi **suuri tapahtuma** ja selvitä, millaista informaatiota tapahtuman kotisivulla pääkohdittain tiedotetaan ja miten tapahtumaa esitellään mahdolliselle osallistujalle?



10. KOKOUS- JA KONGRESSITOIMINTA

POHDINTATEHTÄVIÄ

33. Tee kirjan tehtävä **Kokous- ja kiintiövaraus** Opera-järjestelmään. Voit käyttää mallina myös tarjous- ja vahvistuskirjettä (Kuopion yliopisto, Matti Mainio) kirjan liitteissä 3 ja 4. Tehtävän ohjeistus on kokonaisuudessaan kirjan luvussa 10 Kokous- ja kongressipalvelut.
- * Tee majoitus-, kokous- ja ryhmätyötilojen **varaukset**.
 - * Tulosta **orderit** kokouspäivälle.
 - * Tee majoittuville **check-in**.
 - * Ota asuvien **ryhmälista**.
 - * Bongaa **kokouspakettiin** kuuluvat veloitukset laskulle.
 - * Päätä **lasku ja tee check-out** huoneille. Kaikkien veloitusten tulee olla samalla laskulla.
34. Suunnittele päiväkokoukselle **uudenlaiset aamu- ja iltapäiväkahvitukset**. Mieti tavallisesta poikkeavia vaihtoehtoja tarjoiluuhin ja suosi paikallisia ja lähituotteita.
35. **Aikatauluta** valitsemasi tai keksimäsi kokouspäivä iltaohjelmiseen. Muista ottaa huomioon ruokatarjoilut, tarvittavat tauot ja henkilömäärät.



10. KOKOUS- JA KONGRESSITOIMINTA

36. Pohdi **eksoottisia matkakohteita Suomesta** kongressivieraiden oheisohjelmaan, kun tapahtuman yhteydessä järjestetään pre- tai post-tourmatka, Tapahtumapaikkana voi olla Tampere tai Turku. Hae esimerkkejä Visit Finland –sivustoilta.
37. Osallistu **kokouksen järjestämiseen** ja selvitä työssäoppimispaikastasi tapahtuman kokousjärjestelyt:
- Perustiedot kokouksen/tapahtuman tilaajasta
 - Tilaisuuden luonne/otsikko/nimi
 - muut orderin perustiedot
 - Osallistuvat kokousasiakkaat/vieraat: sisäisiä (tilaajan omaa henkilöstöä) vai tilaajan kutsumia ulkopuolisia
 - Tilojen valmistelu, kuntoon laitto (myös paikoitus-wc-opastus-liikunta-ym. esteiset, ilmastointi). Havainnollista piirroksin.
 - Kuvaile kattaus, tarjoilut, somisteet ja esille laitto (huom. erityistarpeet)
 - Esittele menut, raaka-aineet, esteettisyys, kertakäyttöastioiden käyttö
 - Millaisia lähi/luomu/sesongin mukaisia/Reilun kaupan tuotteita on tarjolla?
 - Raportoi tehtävä ryhmällesi esim. Powerpoint-esityksenä.

MIRJA RAUTIAINEN - MIKA SIISKONEN

HOTELLIN ASIAKASLIKENNE JA KANNATTAVUUS



HARJOITUSTEHTÄVIÄ

LUKU 11:

MAJOITUS- JA RAVITSEMISALAN TURVALLISUUS

<http://webd.savonia.fi/home/sasiimi/julkaisut>

11. MAJOITUS- JA RAVITSEMISALAN TURVALLISUUS

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA

1. Miksi on perusteltua sanoa, että suomalaiset hotellit ottavat riskin majoitustoiminnassaan säästäessään henkilöstömenoista?
2. Mainitse esimerkkejä **asiakkaiden, henkilöstön ja omaisuuden turvallisuuteen liittyvistä riskeistä**.
3. Miksi turvallisuuden tarve on lisääntynyt?
4. Millaisiin turvallisuusjärjestelmiin tulee kiinnittää huomio, kun suunnitellaan yritykseen uusia turvallisuusratkaisuja?
5. Millaiseen **turvatekniikkaan** voidaan tehdä korjauksia ja uusia investointeja esimerkiksi hotellin vastaanottojen osalta?
6. Mitkä ovat **turvallisuuden peruselementit** ja mitä ne tarkoittavat?
7. Miten **toimenkuvat** ovat muuttuneet turvallisuuden näkökulmasta?
8. Millaisia tunnistamiskeinoja voisit mainita esimerkkinä henkilöstä, joka toimii hotellihuijarina?



11. MAJOITUS- JA RAVITSEMISALAN TURVALLISUUS

9. Mainitse esimerkkejä asiakasryhmistä, jotka ovat hotellien rikollistyyppejä?

10. Miten voit ehkäistä **huonevarausta vastaanottaessasi** mahdollisen rikoksen syntymisen?

11. Miten varmistat turvallisuutta **avainkontrollin avulla**?

12. Mitä tarkoittaa asiakkaan intymiteettisuoja hotellin vastaanotossa työskentelevälle henkilölle?

13. Mikä on **pelastussuunnitelman lähtökohta** ja **mitä se velvoittaa yritykseltä**?

14. Mainitse **pelastussuunnitelman kolme keskeisintä aluetta**.

15. Millaisten yritysten on laadittava pelastussuunnitelma pelastuslain 379/2011 mukaan?

11. MAJOITUS- JA RAVITSEMISALAN TURVALLISUUS

16. Millaisten majoitusliikkeiden on laadittava pelastussuunnitelma Majoitus- ja ravitsemistoiminta lain 308/2006 mukaan?
17. Mitä pelastussuunnitelman tulee sisältää asetuksen pelastustoimesta mukaan?
18. **Mitä toimenpiteitä riskikartoitus** sisältää ja **miten riskikartoitus** tulisi tehdä?
19. Mainitse majoitusliikkeille tyypillisiä **riskejä**.
20. Mainitse esimerkkejä vastaanottohenkilöstön **valvontatehtävistä**.
21. Millaisia eri sammutusvälineitä majoitusliikkeistä löytyy?
22. Iäkäs asiakas valittaa rintakipua ja hengenahdistusta, hän on kalpea ja kasvoiltaan kylmänhikinen. Asiakkaalla ei aikaisemmin ole ollut vastaavia oireita, mutta on selvästi ahdistuneen oloinen. Mitä epäilet ja mitä ensiapua voit hänelle antaa?

11. MAJOITUS- JA RAVITSEMISALAN TURVALLISUUS

KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ

23. Miten riskit voidaan luokitella ja millaisia riskejä niihin kuuluu?
24. Hae internetistä, mikä on uuden työturvallisuuslain tarkoitus ja soveltamisala ja milloin se on tullut voimaan?
25. Tutustu kirjan Hotellin asiakasliikenne ja kannattavuus liitteen 10 mukaisesti oman työpaikkasi tai työssäoppimispaikkasi turvallisuusasioihin. Tulosta Omatoiminen turvallisuustarkastuksen tarkastuslista internetistä www.pspelastuslaitos.fi/Pohjoissavo-576. Tee omatoiminen turvallisuustarkastus ja merkitse havaintosi listaan. Perustelee puutteet ja raportoi mahdolliset parannus/jatkotoimenpiteet kirjallisena.
26. Hae internetistä tietoa, miksi turvallisuuskävely on tärkeää järjestää työpaikoilla ja millaisia seikkoja työntekijät havainnoivat työpaikoiltaan tai oppivat turvallisuuden hallinnasta?
27. Tulosta turvallisuuskävelyn tarkastuslista. Tee omatoiminen turvallisuuskävely tarkastuslistan mukaisesti työpaikallasi tai työssäoppimispaikallasi ja merkitse havaintosi listaan. Perustelee myös puutteet tai epäkohdat ja raportoi kirjallisena.
28. Etsi netistä majoitusliikkeille pakollisia paloturvallisuuteen liittyviä opastetauluja. Nimeä kilvet ja kerro mitä ne tarkoittavat. Etsi myös koulustasi vastaavia opastetauluja. Mistä ne löytyivät? Olivatko kyltit helposti nähtävissä?
29. Työkaverisi viiltää pakkausta avatessaan käteensä noin 4cm mittaisen haavan. Haavasta alkaa heti vuotaa runsaasti verta. Kuinka toimit?
30. Asiakas kompastuu työpaikallasi ja loukkaa nilkkansa. Mitä ensiapua hänelle voisit antaa?

11. MAJOITUS- JA RAVITSEMISALAN TURVALLISUUS

POHDINTATEHTÄVIÄ

31. Mitä **riskienhallinnalla** tarkoitetaan yrityksessä?

32. Mikä on **perehdytyksen tarkoitus** ja mitä perehdytykseen kuuluu pääsääntöisesti?

33. Mieti, millaisia väkivalta- ja uhkatilanteita voi hotellissa/ravintolassa sattua ja kuinka usein?

34. Mitä toimintatapoja tai ohjeita hotellissa voidaan suunnitella ennakoon kun **ehkäistään väkivalta- tai uhkatilanteita** työpisteissä?

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

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

11. MAJOITUS- JA RAVITSEMISALAN TURVALLISUUS

37. Tee suunnitelma uudelle työntekijälle/työssäopijalle perehdyttämisohjeena, mitä kuuluu perehdyttämiseen **turvallisuuden näkökulmasta** seuraavilla osa-alueilla:
- Yritys ja työyhteisö liikeidean mukaan
 - Työyhteisön henkilöstö
 - Työympäristö
 - Työpaikan käytännön ohjeistus ja toiminnot
 - Työtehtävät
38. Uusi työkaverisi löytää henkilökunnan tiloista ulkopuolisen, **uhkaavasti käyttäytyvän henkilön**. Saatte työkaverisi kanssa yhdessä puhumalla henkilön poistumaan toimipaikasta. Mieti, miten toimisit tilanteessa?
- Kenelle tulee ilmoittaa edellä mainitusta tilanteesta?
 - Työkaverisi ja paikalla oleva asiakas ovat pelästyneet ja hätäntyneet tilanteesta. Miten toimit jälkihoidon suhteen?
 - Kuinka voit vaikuttaa uhkatilanteeseen omalla käytökselläsi?
 - Kuinka voit edesauttaa itseäsi kriisitilanteessa?

MIRJA RAUTIAINEN - MIKA SIISKONEN

HOTELLIN ASIAKASLIKENNE JA KANNATTAVUUS



HARJOITUSTEHTÄVIÄ

LUKU 12:

YRITYKSEN TUNNUSLUVUT

<http://webd.savonia.fi/home/sasiimi/julkaisut>



12. YRITYKSEN TUNNUSLUVUT

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA

1. Mikä on seuraavien tunnuslukujen **laskentakaava** ja mitkä ovat tärkeimmät käyttötarkoitukset?
 - a) huoneiden käyttöaste
 - b) vuoteiden käyttöaste
 - c) huoneen keskihinta
 - d) majoitusmyynnin mukainen käyttöaste
2. Mitä selvitetään tunnusluvun **huoneiden käyttöaste** avulla? Mitä **huomioidaan** kapasiteetista, kun lasketaan käyttöastetta?
3. Mitä **huoneiden keskihinta** tarkoittaa? Millaisia johtopäätöksiä voidaan tehdä tunnusluvun avulla, jos on tapahtunut keskihinnassa nousua tai laskua?
4. Miten **huonetuotto eli revenue per available room** lasketaan (kaava)ja mitä se tarkoittaa?
5. Miten tunnusluvut huoneiden **keskihinta ja huonetuotto** eroavat toisistaan laskennallisesti ja liiketoiminnassa? Vertaile tunnuslukuja taulukosta Hotellikapasiteetti ja sen käyttö tai Myynti per huone-taulukosta (myynti per huone per päivä = huonetuotto)?
6. Miten voit hyödyntää **myynti per huone -tunnuslukua** markkinatilanteessa? Katso kirjan myynti per huone -taulukkoa.
7. Miten tulkitset tunnuslukua **Vastaanoton työaika / käytetty huone** tehtyyn työaikaan huomioiden eri kokoiset hotellit ja niiden työtehtävät?
8. Miten hotelleissa seurataan siivouksen tehokkuutta?



Laskutehtävien ohjeistus kirjan Hotellin asiakasliikenne ja kannattavuus luvussa 12.

9. Hotellissa on 120 huonetta, joista vesivahinkojen vuoksi on poistettu käytöstä kolme huonetta. Huoneita on käytössä 93 kappaletta, kaksi huonetta on merkinnällä "complimentary".
Mikä on hotellin **huonekäyttöaste**?
10. Hotellissa on 38 Dbl ja 10 Sgl:tä.
Tänään on ollut käytössä 14 Dbl:tä ja 6 Sgl:tä.
Mikä on hotellin **vuoteiden käyttöaste**?
11. Kylpylähotellissa on 80 Dbl:tä.
Tänään käytössä on ollut 48 Dbl:tä kakkosena.
Lisäksi 12 dbl:ssä on ollut vain yksi asiakas huoneessaan eli ovat olleet ykkösiä ja 8 Sgl:ssä on ollut yksi asukas huoneessaan.
Mikä on kylpylähotellin **kaksoiskäyttöaste** tänään?
12. Maatilamatkailuyrityksessä, jossa on 12 Dbl:tä ja 5 Sgl:tä, on kesäkuussa yöpynyt asiakkaita seuraavasti:
- * Dbl:t ovat olleet 18 päivänä täynnä.
 - * Dbl:t ovat olleet 6 päivänä yhdenhengen huoneina.
 - * Sgl:t ovat olleet 11 päivänä täynnä.
- Asiakkaita on saapunut 132 henkilöä.
Mikä on ollut **viipymisaika**?



13. Hotellissa on 120 huonetta.

- * Dbl:t 20 kappaletta á 94 €
- * Dbl:t 80 kappaletta á 87 €
- * Sgl:t 20 kappaletta á 54 €

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

Laske toteutunut **yield-%** ?

14. Vastaanoton myynti tiettynä kuukautena (31 pv) on 31 283 €

Paljonko on **myynti per tehty työtunti?**

(Vuorokaudessa on 3 vuoroa á 8 h)

15. Vastaanoton työtunnin hinta? on **10,40** € ja henkilösivukulut ovat 55%.

Paljonko on **vastaanoton työtunnin hinta?**

12. YRITYKSEN TUNNUSLUVUT

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

Taulukko seuraavalla sivulla! Jos mahdollista, siirrä tehtävä samalle sivulle!
Taulukkoon voisi päivittää: Maaliskuu 20XX (ei Maaliskuu 200X)

TEHDYT TYÖTUNNIT (VASTAANOTTO)/HUONE						
<i>Maaliskuu 200X</i>						
PVM	PÄIVITTÄINEN TOTEUTUMA			KUMULATIIVINEN TOTEUTUMA		
	Käytetyt huoneet (kpl)	Tehdyt työtunnit (h)	Työtunnit 60/huone (min)	Käytetyt huoneet (kpl)	Tehdyt työtunnit (h)	Työtunnit 60/huone (min)
1	98	29.0		98	29.0	
2	65	28.0		163	57.0	
3	97	27.5		260	84.5	
4	112	24.0		372	108.5	
5	11	24.0		383	132.5	
6	67	24.0	21.5	450	156.5	20.9
7	104	27.0	15.6	554	183.5	19.9
8	137	30.0	13.1	691	213.5	18.5
9	88	27.0	18.4	779	240.5	18.5
10	366	28.0	4.6	1145	268.5	14.1
11	112	24.0	12.9	1257	292.5	14.0
12	28	24.0	51.4	1285	316.5	14.8
13	84	24.0	17.1	1369	340.5	14.9
14	137	27.0	11.8	1506	367.5	14.6
15	127	30.5	14.4	1633	398.0	14.6
16	75	27.0	21.6	1708	425.0	14.9
17	101	28.0	16.6	1809	453.0	15.0
18	178	29.5	9.9	1987	482.5	14.6
19	38	28.0	44.2	2025	510.5	15.1
20	78	24.0	18.5	2103	534.5	15.2
21	119	27.0	13.6	2222	561.5	15.2
22	149	30.5	12.3	2371	592.0	15.0
23	148	27.0	10.9	2519	619.0	14.7
24	103	28.0	16.3	2622	647.0	14.8
25	200	32.0	9.6	2822	679.0	14.4
26	32	27.0	50.6	2854	706.0	14.8
27	116	24.0	12.4	2970	730.0	14.7
28	189	24.0	7.6	3159	754.0	14.3
29	172	31.5	11.0	3331	785.5	14.1
30	93	27.0	17.4	3424	812.5	14.2
31	137	31.0	13.6	3561	843.5	14.2
Kuukauden käyttöaste			48.08 %			

12. YRITYKSEN TUNNUSLUVUT

17. Vuoden 20XX huoneiden käyttöaste hotelli Parkissa on 60 %.
Vuoden 20XX myytyjen huoneiden keskihinta on 80 €.
Hotelli Park sijaitsee Kuopiossa ja siellä on 90 DBL.
Jäljempänä on myynti per huone -taulukko ja kaavat sivuilla 9-10.
- Mikä oli hotelli Parkin **huonemyynti**?
 - Kuinka paljon on **myynti/huone**?
 - Mikä oli **myyntihintasuhde**? Vertaa lukua Kuopion (51,50 %) myyntihintasuhteeseen?
 - Mikä on hotelli Parkin **myyntihintaindeksi** ja mikä se on Kuopiossa?
18. Hotellin tuloslaskelmassa liikevaihto on 299 987 €.
Muuttuvat kustannukset ovat 29 337 €.
Kiinteät kustannukset ovat 268 784 €.
Tuloslaskelma on kyseisen vuoden lokakuun loppuun.
Käyttöaste lokakuun loppuun on 45 %.
Mikä olisi kyseisen hotellin huoneen vähimmäishinta kriittisen liikevaihdon avulla laskettuna?



19. Hotellissa on 50 huonetta.

Kuukausikohtaiset tiedot:

Huonekäyttöaste on 55 %

Liikevaihto 50 456 €

Muuttuvat kustannukset 7 568 €

Kiinteät kustannukset 22 705 €

Tulos ennen veroja 20 183 €

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

20. Laske **myydyn huoneen kustannukset** haluamassasi hotellissa?

Tehtävässä tulee ottaa huomioon:

- * Henkilökustannukset/myyty huone
- * Huoneiden varustekustannukset
- * Siivoukuskustannukset (ulkopuolinen yritys)
- * Minibaarikustannukset
- * Pesulakustannukset
- * Energiakustannukset
- * Vuokrakustannukset

12. YRITYKSEN TUNNUSLUVUT

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

- a) Mikä on Hotelli Savonian huonemyynti?
- b) Kuinka paljon on myynti/huone
- c) Mikä on myyntihintasuhde? Vertaa lukua Kuopion (51,50) myyntihintasuhteeseen?
- d) Mikä on Hotelli Savonian myyntihintaindeksi?

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

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

12. YRITYKSEN TUNNUSLUVUT

Myynti per huone -taulukko Suomessa tammi-joulukuu 2015

Oletus: Vuodessa päiviä 365

Maakunta / kunta	Huoneiden käyttöaste, %	Myynti per huone per päivä (€)	Huoneiden keskihinta, euroa (sisältää alv. 10 %)	Myynti-hinta- suhde (%)	Myynti-hinta indeksi
Koko maa	52,40	48,24 €	92,06	52,40	1,00
Manner-Suomi	52,50	48,32 €	92,04	52,50	1,00
Uusimaa	64,00	64,45 €	100,71	64,00	1,22
Espoo	55,00	45,19 €	82,16	55,00	1,05
Helsinki	69,50	73,50 €	105,75	69,50	1,33
Vantaa	69,10	67,86 €	98,21	69,10	1,32
Varsinais-Suomi	53,30	46,22 €	86,71	53,30	1,02
Turku	56,80	50,32 €	88,60	56,80	1,08
Satakunta	47,00	40,48 €	86,12	47,00	0,90
Pori	48,50	42,72 €	88,08	48,50	0,93
Kanta-Häme	39,00	29,43 €	75,46	39,00	0,74
Hämeenlinna	39,10	33,58 €	85,89	39,10	0,75
Pirkanmaa	52,60	50,05 €	95,15	52,60	1,00
Tampere	56,70	55,33 €	97,59	56,70	1,08
Päijät-Häme	41,30	33,60 €	81,36	41,30	0,79
Lahti	48,30	42,08 €	87,13	48,30	0,92
Kymenlaakso	42,50	36,42 €	85,69	42,50	0,81
Kouvola	42,00	34,08 €	81,14	42,00	0,80
Etelä-Karjala	48,10	42,92 €	89,24	48,10	0,92
Lappeenranta	55,90	45,31 €	81,05	55,90	1,07
Etelä-Savo	42,20	33,38 €	79,11	42,20	0,81
Mikkeli	49,20	39,27 €	79,81	49,20	0,94
Pohjois-Savo	47,40	41,26 €	87,04	47,40	0,90
Kuopio	51,50	46,57 €	90,42	51,50	0,98
Pohjois-Karjala	48,20	42,16 €	87,46	48,20	0,92
Joensuu	58,20	51,73 €	88,89	58,20	1,11
Keski-Suomi	50,10	42,22 €	84,28	50,10	0,96
Jyväskylä	54,10	49,29 €	91,10	54,10	1,03
Etelä-Pohjanmaa	49,20	37,98 €	77,20	49,20	0,94
Seinäjoki	53,10	45,44 €	85,58	53,10	1,01
Pohjanmaa	48,70	43,24 €	88,79	48,70	0,93
Vaasa	56,20	51,18 €	91,06	56,20	1,07
Keski-Pohjanmaa	42,20	35,82 €	84,88	42,20	0,81
Kokkola	48,10	41,57 €	86,42	48,10	0,92
Pohjois-Pohjanmaa	52,80	44,60 €	84,47	52,80	1,01
Kuusamo	38,70	35,05 €	90,57	38,70	0,74
Oulu	66,70	59,19 €	88,74	66,70	1,27
Kainuu	45,60	33,18 €	72,77	45,60	0,87
Kajaani	39,60	30,96 €	78,17	39,60	0,76
Sotkamo	52,40	37,18 €	70,95	52,40	1,00
Lappi	44,70	42,32 €	94,68	44,70	0,85
Rovaniemi	55,20	50,97 €	92,34	55,20	1,05
Ahvenanmaa	43,00
Maarianhamina	56,80

Lähde: Tilastokeskus, Liitetaulukko 3.2. Hotellikapasiteetti ja sen käyttö tammi-joulukuu 2015

12. YRITYKSEN TUNNUSLUVUT

KAAVAT: Myynti per huone, myynti-hintasuhde, myynti-hintaindeksi

Koko maan anniskeluravintoloiden yhteydessä toimivien hotellien toteutunut myynti per huone 2015 on laskettu vierelle. Kaupunkikohtaiset tunnusluvut lasketaan vastaavalla tavalla, ja itse kukin voi tehdä saman oman hotellin osalta.

$$\frac{\text{Majoitusmyynti } 893\,927\,474,61 \text{ €}}{\text{Hotellihuoneet } 50\,770 * 365} = \text{Myynti per huone per päivä } \mathbf{48,24 \text{ €}}$$

Majoitustilaston mukaan viime vuoden keskimääräinen huonehinta oli valtakunnallisesti 92,06 euroa. Siten huonekohtainen myynti keskihintaisesta huonehinnasta eli myynti-hintasuhde oli:

$$\frac{\text{Myynti per huone } 48,24 \text{ €} * 100}{\text{Keskimääräinen huonehinta } 92,06 \text{ €}} = \text{Myynti-hintasuhde } \mathbf{52,4 \%}$$

Paikkakuntien keskinäistä vertailua helpottaa yksinkertainen indeksiluku, joka lasketaan vertaamalla paikkakunnan myynti-hintasuhdetta valtakunnalliseen keskiarvoon.

Valtakunnallista vertailulukua eli myynti-hintaindeksiä kuvaa arvo yksi (1). Esimerkiksi Helsingin myynti-hintasuhde on **69,5 %**

Joten Helsingin myyntihinta-indeksi on:

$$\frac{\text{Myynti-hintasuhde Helsinki } 0,695}{\text{Myynti-hintasuhde Suomi } 0,524} = \text{Myynti-hintaindeksi } \mathbf{1,33}$$

12. YRITYKSEN TUNNUSLUVUT

POHDINTATEHTÄVIÄ

27. Millä eri tavoin / eri tunnusluvuin voit kuvata huoneen **ehdotonta minimihintaa**?
28. Tarkastele tai tulosta Tilastokeskuksen viimeisin taulukko edelliseltä vuodelta **Hotellikapasiteetti ja sen käyttö** (www.stat.fi) kuukauden tai vuoden ajalta (tammi - joulukuu 20XX). Vertaile oman työpaikkasi tai työssäoppimispaikkasi hotelli-ohjelmasta saatuja tunnuslukuja käyttöastetta, keskihintaa ja huonetuottoa (RevParia) tilastokeskuksen tulostamaasi raporttiin.
Selvitä ensimmäiseksi työpaikkasi tai työssäoppimispaikkasi hotelli-ohjelmasta samalta ajanjaksolta (edelliseltä vuodelta tai viimeisimmältä kuukaudelta) seuraavat tunnusluvut:
- 1) huoneiden **käyttöaste**
 - 2) huoneen **keskihinta**
 - 3) huonetuotto eli **RevPar**
- A.** Vertaile myös oman hotellisi tunnuslukuja **Hotellikapasiteetti ja sen käyttö** vuoden ajalta koko maan ja oman paikkakuntasi tunnuslukuihin:
- a) Huoneiden käyttöaste
 - b) Huoneiden keskihinta
 - c) RevPar
- B.** Analysoi ja vertaile **hotellin ja tilastokeskuksen** raporttien tunnuslukuja käyttöasteen ja keskihinnan vaikutuksesta liiketoimintaan huomioimalla esimerkiksi kausivaihtelut?
- C.** Analysoi ja vertaile myös **hotellin ja tilastokeskuksen** raporttien tunnuslukuja keskihinnan ja huonetuoton (RevParin) välillä? Miten tunnuslukujen laskennallinen ero vaikuttaa tulokseen?

12. YRITYKSEN TUNNUSLUVUT

29. Selvitä tai laske alla olevasta Opera-järjestelmän House status-taulukosta
- Myynnissä olevat huoneet
 - Out of order huoneet
 - Käyttöaste
 - Asukasmäärä
 - Keskimääräinen huonehinta
 - RevPar eli huonetuotto. Miltä kyseisen päivän huonetuotto näyttää? Vertaa esimerkiksi kuukauden paikkakuntaan huonetuotto tunnuslukuun?

House Status - 24.05.16

Room Summary

Total Physical Rooms

Out of Order

Total Rooms to Sell

Out of Service

Complimentary and House Use

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

Activity

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

End of Day Projection

Min. Available Tonight

Max. Occupied Tonight

Max. % Occupied Tonight Include Day Use

Blocks not Picked Up

	Room	Persons	VIP
Individuals	<input type="text" value="221"/>	<input type="text" value="237"/>	<input type="text" value="51"/>
Groups & Blocks	<input type="text" value="20"/>	<input type="text" value="34"/>	<input type="text" value="0"/>

Room Revenue

Room Revenue Avg.

Housekeeping Room Status

	Vacant	Occupied
Clean	<input type="text" value="73"/>	<input type="text" value="119"/>
Dirty	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="67"/>

Out of Order

Out of Service

Property Room Class

Date Room Type

MIRJA RAUTIAINEN - MIKA SIISKONEN

HOTELLIN ASIAKASLIIKENNE JA KANNATTAVUUS



HARJOITUSTEHTÄVIÄ

LUKU 13:

HENKILÖSTÖN TUOTTAVUUS

<http://webd.savonia.fi/home/sasiimi/julkaisut>

13. HENKILÖSTÖN TUOTTAVUUS

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA

1. Mainitse esimerkkejä **liian suuren** tai **pienen työvoimamäärän haittavaikutuksista**?
2. Mitkä tekijät voivat vaikuttaa työvoimatarpeen **virheelliseen mitoitukseen**?
3. Mitä tarkoittaa **yliorganisointi**?
4. Mitkä syyt aiheuttavat **liikamiehitystä** yritystoiminnassa?
5. Mainitse ratkaisuvaihtoehtoja, miten suhteuttaisit työvoiman määrää ja kustannuksia oikeaan suuntaan yritystasolla?
6. Miksi **tehokkaan työajan käytön suunnittelu** on vaikeaa hotelli- ja ravintola-alalla?

13. HENKILÖSTÖN TUOTTAVUUS

7. Mitkä ovat haittavaikutukset yritykselle, kun työvoimaa käytetään **tehottomasti**?

8. Millaisia erikoisvaatimuksia työn tekemiselle ja tulokselle kohdistuu hotelli- ja ravintola-alan luonteesta johtuen?

9. Mainitse esimerkkejä asioista, mitkä parantavat **asiakaslähtöisyyttä**?

10. Mainitse hotelliyrityksen tavallisimmat **kiinteät ja muuttuvat kustannukset** huonemyynnin osalta?

11. Mainitse esimerkkejä miten voit **kuvata tai mitata huonemyynnin kannattavuutta tunnusluvun avulla**.

12. Miten parantaa **tuottavuutta huonemyynnissä**?

13. HENKILÖSTÖN TUOTTAVUUS

KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ

13. Etsi alaasi vastaavia avoimia työpaikkoja esimerkiksi henkilöstöpalveluyritysten rekrytointi-sivustoilta.

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

14. Hae netistä Hotelli- ja ravintola-alan eri koulutusvaihtoehtoja. Hyödynnä esimerkiksi mara.fi -sivustoa. Miten voisit kehittyä urallasi, kun sinulla on esimerkiksi suoritettuna:

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

tai

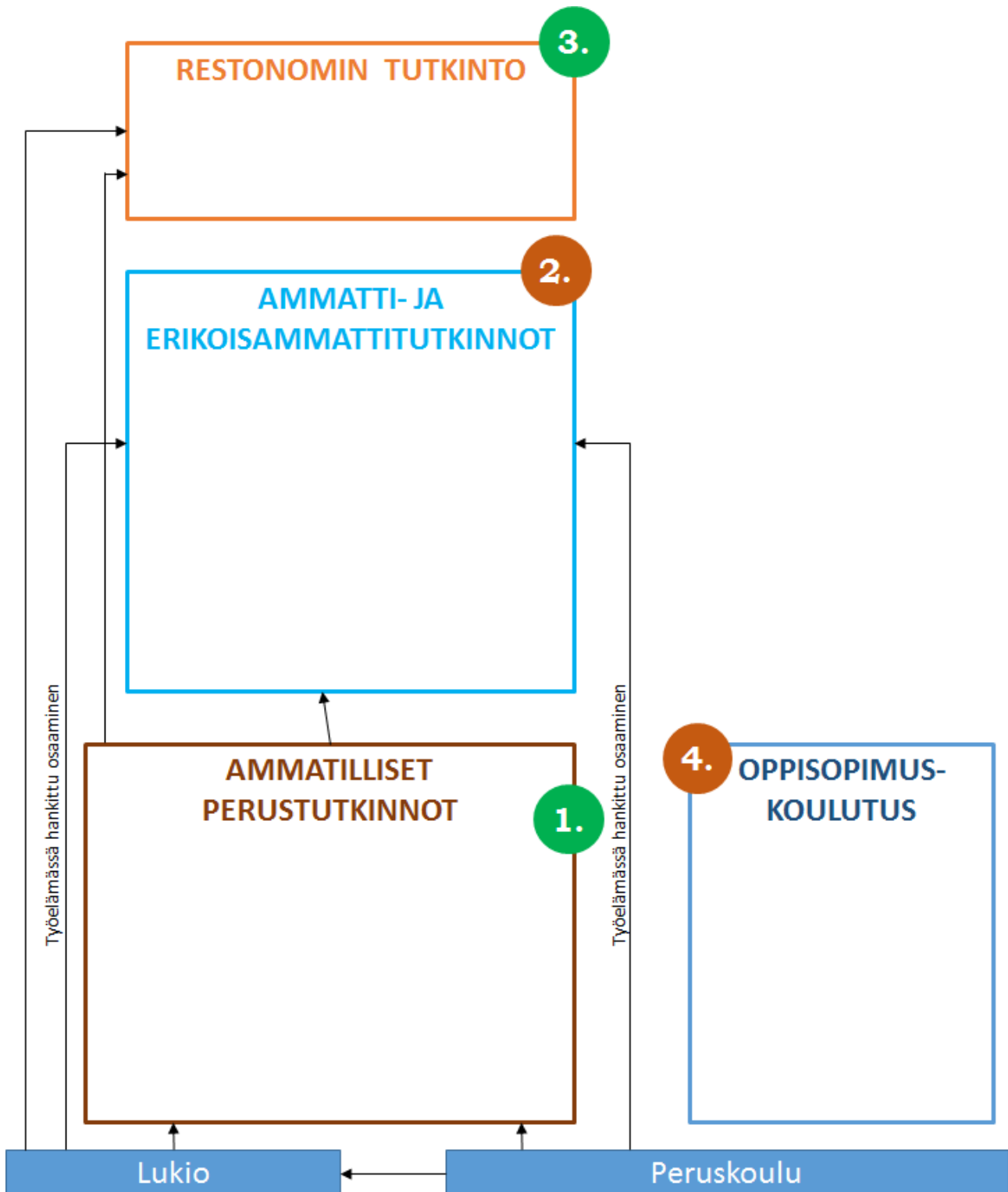
”Matkailualan perustutkinto” Matkailupalvelujen tuottajan, matkailuvirkailijan koulutusohjelmassa?

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

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

Täytä edellä kysytyt tiedot seuraavalla sivulla olevaan taulukkoon.

13. HENKILÖSTÖN TUOTTAVUUS



13. HENKILÖSTÖN TUOTTAVUUS

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

13. HENKILÖSTÖN TUOTTAVUUS

POHDINTATEHTÄVIÄ

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

17. Selvitä omalta työpaikaltasi/työssäoppimispaikaltasi, mitä palveluita on ulkoistettu? Ovatko ulkoistamisen syyt taloudellisia ja miten ne on huomioitu?

18. Valitse yksi ulkoistetuista palveluista hotellissa ja selvitä toimenpiteet **taloudellisuuden näkökulmasta**:
 - a) tehdään oman talon sisällä
 - b) palvelu ulkoistettuna

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

13. HENKILÖSTÖN TUOTTAVUUS

20. Laske päivittäiset työtehot hotellissa.

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

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

MIRJA RAUTIAINEN - MIKA SIISKONEN

HOTELLIN ASIAKASLIKENNE JA KANNATTAVUUS



HARJOITUSTEHTÄVIÄ

LUKU 14:

HOTELLIN HINNOITTELU JA BUDJETOINTI

<http://webd.savonia.fi/home/sasiimi/julkaisut>

14. HOTELLIN INNOITTELU JA BUDJETOINTI

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA

1. Mitä hintakilpailutilanteessa tarkoittaa:
 - a) **Yhdenmukainen hinnoittelu**
 - b) **Riistävä hinnoittelu**

2. a) Mitä hotellihuoneen hinnoittelussa **hintadifferointi** tarkoittaa?
b) Hintaporrastus voidaan jakaa seuraavasti:
 - * **aikaperusteinen hintaporrastus**
 - * **paikkaperusteinen hintaporrastus**
 - * **asiakasperusteinen hintaporrastus**

Mainitse esimerkkejä hotellihuoneen hinnoittelussa kustakin hintaporrastusryhmästä ja mieti mahdollinen hyöty?

3. Mitä myynti per huone/tunnusluku tarkoittaa?
Esitä myös kaava!
Miten **huoneen keskihinta** eroaa **myynti per huone** -tunnusluvusta?

4. Mainitse esimerkkejä, miten voit kuvata tai mitata **huonemyynnin kannattavuutta** tunnusluvun avulla?

5. Mitä kustannuksia (kiinteät ja muuttuvat) huomioidaan, kun lasketaan huoneen omakustannushintaa?

6. Mitä **kysynnän hintajousto** tarkoittaa ja mittaa huonemyynnissä?

14. HOTELLIN INNOITTELU JA BUDJETOINTI

7. Milloin yleensä käytetään **alennushinnoittelua huonehinnoittelussa**?
8. Mainitse esimerkkejä (6 kpl), miten huonehintoja voi muuttaa tai vaihdella **käyttöasteen kehityksen mukaan**?
9. Mainitse kaikki kolme **yhteen sovittavaa tekijää** esimerkkeineen, jotka markkinavoimiin perustuva hinnoittelu ottaa huomioon?
10. Millaiset seikat vaikuttavat hotellin hinnoitteluvapauteen ja yleiseen hintatasoon?
11. Mitkä tekijät aiheuttavat hotellissa tilapäistä hinnanvaihtelua?
12. Hotellin nykyinen käyttöaste on 70 %.
Huonehinta on 90 €.
Yhden asiakkaan aiheuttama rajakustannus on 12 €.
Mikä on **hotellin vaatima käyttöaste uudessa tilanteessa** kannattavuuden säilyttämiseksi, jos uusi listahinta on 80 € / huone?

14. HOTELLIN INNOITTELU JA BUDJETOINTI

13. a) Laske majoitusmyynnin budjetoitu myynti ja kokonaismyynti alla olevan taulukon tummennettuihin kohtiin seuraavien tietojen perusteella. Hotellissa on 50 huonetta.
Muu myynti käsittää kioskimyynnin.
Hotellin listahinta oli **edellisenä vuonna 76 €** ja **tänä vuonna uusi listahinta on 92 €**.
- b) Laske eroprosentit kuukausittain.

ARVIOIDUT KÄYTTÖASTEET JA KULUVAN VUODEN KESKIHINNAT TUNNUSLUKURAPORTEISTA

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

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

14. HOTELLIN INNOITTELU JA BUDJETOINTI

KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ

14. Etsi netistä (esim. booking.com) kotikaupunkisi viiden eri hotellin **huonehinnat kahdelle eri päivälle** seuraavalta viikolta. Valitse arkipäiväksi jokin väliltä maanantai-torstai ja viikonlopulta perjantai tai lauantai. Käy tarkistamassa hinnat kolmena päivänä ja kirjaa ne ylös.
- Kuinka hinnat ovat muuttuneet?** Ovatko hotellit muuttaneet hintoja samassa linjassa? Mikä olisi mahdollisesti vaikuttanut hinnanmuutoksiin? Eroavatko arki- ja viikonloppuhinnat toisistaan?
- Tee hinnoista Excel-taulukko ja esitele tapahtuneet hinnanmuutokset ryhmällesi. Laske taulukkoon myös hintaerot eri päiville hotellokohtaisesti.
15. Etsi netistä valitsemallesi hotellille jokin **tarjous- tai kampanjahinta**. Kenelle tarjous on suunnattu? Onko tarjouksen varauspäiviä tai tarjouksen saatavuutta rajoitettu? Millaiset ovat varausehdot?
- Etsi myös listahinta/normaalihinta kyseiselle ajankohdalle. Kuinka paljon tarjous- ja listahinnat eroavat toisistaan?

14. HOTELLIN INNOITTELU JA BUDJETOINTI

POHDINTATEHTÄVIÄ

16. Mitkä ovat yleensä perussyyt **alentaa** hintaa ja millaisia **hyötymahdollisuuksia** yritys tavoittelee valitsemallaan alennuskäytännöllä esimerkiksi huonehinnoittelussa?

17. Hotellin liikevaihto 500 000 € vuodessa.
Myyntikate on 420 000 € vuodessa.
Liikevoitto on 17 000 € vuodessa.
Hotellissa on 50 huonetta.
Käyttöaste on 55 %.

Laske hotellin **myyntikateprosentti, kriittinen liikevaihto, varmuusmarginaali ja huoneen minimihinta.**

18. Mikä on yleensä **merkittävin kustannuserä** hotellin toiminnassa? Pohdi, kuinka tähän kustannuserään voidaan vaikuttaa järkevästi siten, että kannattavuus paranee pitkällä aikavälillä?

19. Tarkastele **tehtävän 14 taulukkoasi**. Miksi hotelleissa muutetaan huonehintoja jopa päivittäin? Mihin tunnuslukuun/tunnuslukuihin hintamuutokset vaikuttavat? Mitä hintamuutoksilla tavoitellaan? Kuka tai mikä muutokset määrittää?

MIRJA RAUTIAINEN - MIKA SIISKONEN

HOTELLIN ASIAKASLIIKENNE JA KANNATTAVUUS



HARJOITUSTEHTÄVIÄ

LUKU 15:

HUONEMYNNIN MAKSIMOINTI

<http://webd.savonia.fi/home/sasiimi/julkaisut>

15. HUONEMYYNIN MAKSIMOINTI

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA / HINNOITTELUN VAIKUTUS HUONETUOTTOIHIN

1. Mainitse tekijöitä, jotka vaikuttavat **huonevaraustilanteeseen tai huoneiden saatavuuteen** tietyllä hetkellä?
2. Miten voit arvioida ja tarkistaa tulevaa huonevaraustilannetta kirjassa olevan esimerkin mukaan (ABC Hotelli), jos hotellijärjestelmä näyttää esimerkiksi 50 varattua huonetta kyseisenä päivänä?
Millaiset **muutokset vaikuttavat huonevaraustilanteeseen**?
Miten kirjassa olevan esimerkin mukainen huonevaraustilanne (51 huonetta) lasketaan?

ABC HOTELLI

Hotellijärjestelmä näyttää, että huonevaraustilanne on 50 huonetta. Hotellin koko huonemäärä on 100 huonetta.

Huonevaraustilanteeseen vaikuttavat muutokset		Vaikutus
- Arvioidut aikaisin saapuvat	10	(+ 10)
- Peruutukset	12	(- 12)
- Arvioidut No-Shows	8	(- 8)
- Arvioidut aikaisin lähtevät	5	(- 5)
- Arvioidut Stayovers	10	(+ 10)
- Walk-in asiakkaat	6	(+ 6)
Arvioitu huonevaraustilanne	51	
Myytäviä huoneita	49 (100 – 51)	

Esimerkki muutosten aiheuttamasta vaikutuksesta hotellin huonevaraustilanteeseen

15. HUONEMYYNIN MAKSIMOINTI

- Miten **tämän päivän huone- eli asiakastilanne eli House Count** lasketaan **manuaalisesti**, jos täsmennetään hotellijärjestelmän huonevaraustilannetta ja myytävien huoneiden määrää tälle päivälle?
- Miten voit tarkistaa ja laskea Opera -järjestelmän **House Status -ikkunasta** alla olevan kuvan mukaan saapuvien ja lähtevien asiakkaiden huone- ja asiakasmäärän sekä myytävänä olevien huoneiden määrän?

House Status - 24.05.16

Room Summary

Total Physical Rooms	300
Out of Order	40
Total Rooms to Sell	260
Out of Service	0

Activity

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

Complimentary and House Use

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

End of Day Projection

Min. Available Tonight	19		
Max. Occupied Tonight	241	271	51
Max. % Occupied Tonight	92.69	<input type="checkbox"/> Include Day Use	
Blocks not Picked Up	0		
Individuals	221	237	51
Groups & Blocks	20	34	0
Room Revenue	23,121.13		
Room Revenue Avg.	95.94		

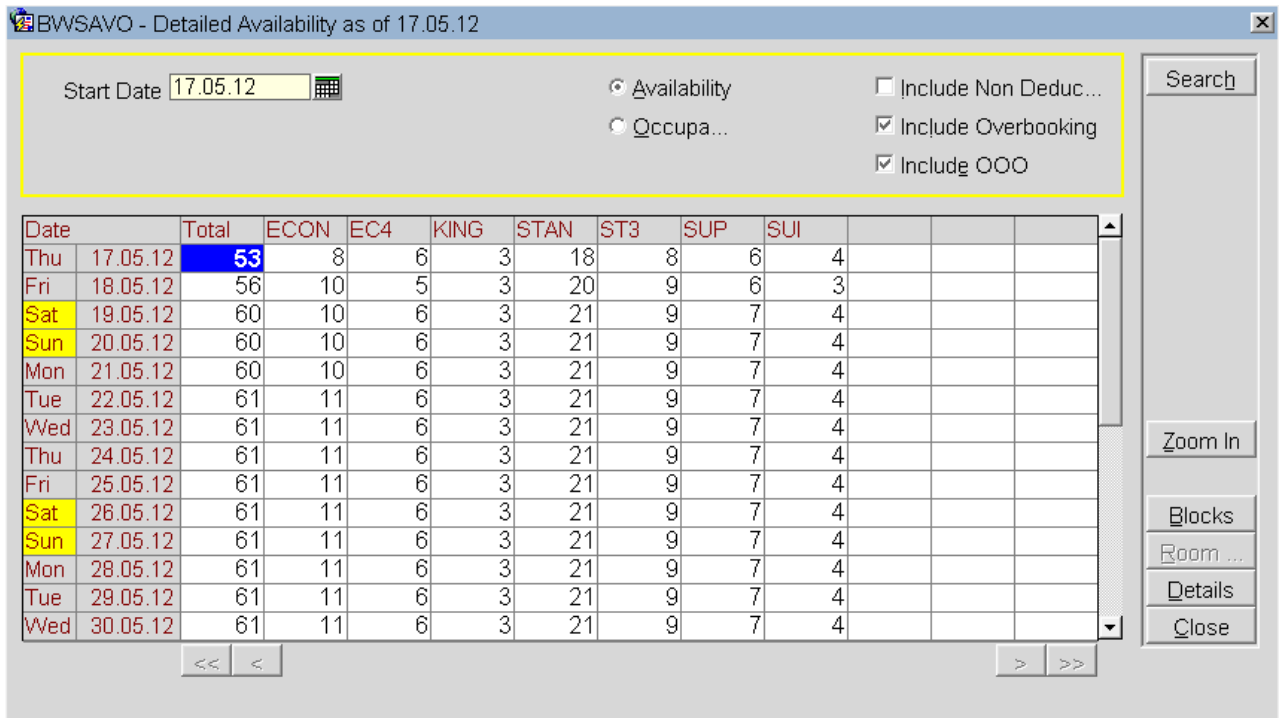
Housekeeping Room Status

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

Property: Room Class:
Date: 24.05.16 Room Type:
Search Close

15. HUONEMYYNIN MAKSIMOINTI

5. Miten voit katsella eri huonetyyppien saatavuustilannetta Opera-ohjelmasta, kun tarkastat asiakkaan varausta check-in vaiheessa?



BWSAVO - Detailed Availability as of 17.05.12

Start Date: 17.05.12

Availability Include Non Deduc...

Occupa... Include Overbooking Include OOO

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

6. Mitä **ylibuukkaus** tarkoittaa?
7. **Millä eri tavoin hotelli voi korvata asiakkaalle** ylibuukkaustilanteesta aiheutuneet muutokset ja vahingot?
8. Miten toimit, jos asiakas on varannut **standard-tyyppisen huoneen** ja kyseinen huonetyyppi on loppuun myyty ja huoneet ovat varattu? Talosta löytyy jäljellä olevana vapaita huoneita economy- tai superior- luokista?

15. HUONEMYYNIN MAKSIMOINTI

9. Miten toimit, jos asiakas on varannut **superior-tyyppisen huoneen** ja kyseinen huonetyyppi on loppuun myyty ja huoneet ovat varattu?
- Hotellista löytyy jäljellä olevana vapaita huoneita **economy- tai standard- luokasta**.
 - Hotellin kaikki huoneet ovat **varattu**.
 - Kaikki kaupungin hotellihuoneet ovat **varattu eli fully booked** kansainvälisen kongressin vuoksi.
 - Millaisia huonetyyppejä hotelleissa yleensä ylibookataan? Perustele valintasi huonetyypistä.
10. Millaisia tekijöitä tulee ottaa huomioon, kun lasketaan **ennakkoon myytävänä olevaa huonemäärää, korjattua varausten määrää ja ylibuukkaustavoitetta**?
- Miten **ylibuukkaustavoite** lasketaan kirjan esimerkin mukaan?
11. Mitä ja millaista **historiatietoa käytetään ennustamisen pohjana** Revenue Managementissa?
12. Mainitse **kolme perustekijää**, jotka vaikuttavat yrityksen tulokseen, kun käsitellään hinnoittelun merkitystä?
13. Määrittele **käsite hinta** ja mitä **hinnan määrittelyssä** on otettava huomioon?

15. HUONEMYYNIN MAKSIMOINTI

14. Mitä tarkoittaa **BAR –hinnoittelu**?
Millaista hintatasoa **hintakategoriat** ovat BAR –hinnoittelussa?

15. Miten **hintakategoriat voidaan muodostaa** Revenue Managementissa ja miten **hotelli asettaa hintakategorioissa olevat hintakoodit myyntiin**?

16. Mitä tarkoittaa Revenue Managementin hinnoittelumallissa, että tietyt **hintakategoriat ovat kiinni tai auki** tietyinä, kysyttynä ajankohtana?

17. Mitä tarkoittaa hinnoittelussa **7 day pricing** –käytäntö?

18. Mainitse esimerkki **hintakategoriasta**, jota hotelli **ei käytännössä sulje**, vaan kaikki siihen kuuluvat hintakoodit ovat myynnissä.

19. Miten **hintarajoitteilla** maksimoidaan huonetuottoja Revenue Managementissa?

15. HUONEMYYNIN MAKSIMOINTI

20. Mitä **viipymäaika rajoitteet** tarkoittavat RM:ssä ja miten ne toimivat työkaluina?

21. Millä **muilla rajoitteilla** voidaan tasoittaa esimerkiksi **kysynnän huippukohtia**, kun tiedetään ennakkoon kysynnän olevan joinakin päivinä vilkasta ja joinakin hiljaisempaa?

22. Mitä tarkoittaa **tavoitehintojen keskiarvo** ja mainitse esimerkki, miten sitä käytetään?

23. Miten **ryhmävarauksia** tulisi hoitaa ja käsitellä RM –hinnoittelustrategian mukaisesti?

24. Millaisia **historiatietoja** hotelli voi kerätä ja mihin se voi hyödyntää ennustamisesta saatuja tietoja?

15. HUONEMYYNIN MAKSIMOINTI

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA / YIELD MANAGEMENT

25. Mitä **yield management** tarkoittaa?

26. Mainitse **esimerkkejä yrityksistä**, jotka ovat käyttäneet hinnoittelussa yield-prosenttia?

27. Miten yield management vaikuttaa toimintaan, kun hotelli segmentoi asiakasryhmänsä oikein?

28. Millaisten asioiden apuvälineenä **yield managementia** käytetään?

29. Selvitä, mitä **yield-prosentti** sisältää?

30. Mitä **muuta nimitystä** tunnusluvusta voidaan käyttää?

15. HUONEMYYNIN MAKSIMOINTI

31. Mitä tarkoittaa:
- Toteutunut huonemyynti**
 - Huonemyynnin teoreettinen maksimi**
32. Laadi esimerkkikaava, miten lasket **yield-%:n**?
33. Selvitä, mitä ymmärretään **yield-managementissä**:
- huonetarjonnan hallinnalla**
 - hinnoittelun hallinnalla**
34. Mainitse esimerkkejä **huonehintaryhmistä eli hintakategorioista**.
35. Millaiset seikat vaikuttavat majoituskysyntään, kun hotelli arvioi kysyntää ja tarjontaa asiakasryhmittäin?
36. Mitä toimenpiteitä hotellin tulee tehdä, kun **huonehintatarjontaa laajennetaan tai supistetaan**?

15. HUONEMYYNIN MAKSIMOINTI

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA / REVENUE MANAGEMENT

37. Selvitä ja perustele, mitä tarkoittaa Revenue Managementissa **kolme seuraavaa tärkeää näkökohtaa**:
- Keskity kustannuksien sijasta hintaan pyrkiessäsi tasapainottamaan kysyntää ja tarjontaa.**
 - Muuta kustannuspohjainen hinnoittelu markkinalähtöiseksi.**
 - Segmentoi markkinat ja valitse oikeat kohderyhmät.**
38. Miten voit hyödyntää tuotteen (hotellihuoneen) elinkaaren eri vaiheita, kun on kyse tuottojen optimoinnista? Mitä tuottojen optimointi tarkoittaa?
39. Määrittele käsite **RM** eli **Revenue Management**?
40. Mitä tietoja hotelli voi selvittää kysynnän ennustamisen avulla?
41. Määrittele **käsite huonetuotto eli Hutu**?
42. Miten **huonetuotto** lasketaan?
43. Mitä hotellin on huomioitava ja selvitettävä **kysyntäennustetta varten**?
44. Nimeä, mitä ennusteita **Revenue Managementissa** käytetään?

15. HUONEMYYNIN MAKSIMOINTI

KYSYMYKSIÄ KIRJASTA / HUONETUOTTOJEN MAKSIMOINTI HOTELLINX SUITESSA

45. Miten **yield -säännöt** asetetaan värien mukaan Hotellinx -ohjelmassa?
46. Miten **yieldin painoarvot** asetetaan hintakoodeille?
47. Miten **Hotellinx Suitessa** saadaan näkyviin **painoarvot ajanjaksolle**, jolloin asiakas haluaa majoittua?
48. Mitä tarkoittavat ja **millaisilla käyttäjäoikeuksilla** ko. hintakategoriat ovat näkyvissä ja käytettävissä.
- a) **Suljetut hintakategoriat**
 - b) **Avoimna olevat hintakategoriat**
49. Miten yieldin painoarvon mukaisiin hintoihin voidaan määritellä erilaisia kyseessä olevan hinnan voimassaoloon vaikuttavia rajoitteita?
50. Määrittele jokin tietty ajanjakso (syys-, talvi-, kevät- tai kesäsesonki). Ajanjakso voi olla kuukausi, jonka aikana on **muutamia tapahtumia, kokouksia tai kongresseja**. Tapahtumien kesto voi olla 3 - 5 päivää.
- * Laadi kyseisen ajanjakson **tapahtumille yield -säännöt ja hintakoodeille painoarvot**.
 - * **Tee varauksia tapahtumien ajaksi**, joille olet luonut yield -säännöt.

HUOM1! Määritellyt, painoarvojen mukaiset hintakoodit saavat olla ainoastaan tarjolla silloin, kun olet tekemässä huonevarauksia.

HUOM2! **Varausten tekijällä ei voi olla Administration -oikeuksia.** Painoarvojen mukaiset hintakoodit näkyvät ainoastaan, kun käyttäjä on **Operator -oikeuksilla**.

15. HUONEMYYNIN MAKSIMOINTI

KYSYMYKSIÄ INTERNETISTÄ

51. Hae internetistä **Neutraalit hinnoittelustrategiat eli ns. maltillisia strategiota:**

- **markkinaperusteinen hinnoittelu**
- **kustannuspohjainen hinnoittelu**
- **laatujohtajuus**

Selvitä, mitä kyseisellä hinnoittelumallilla tarkoitetaan?

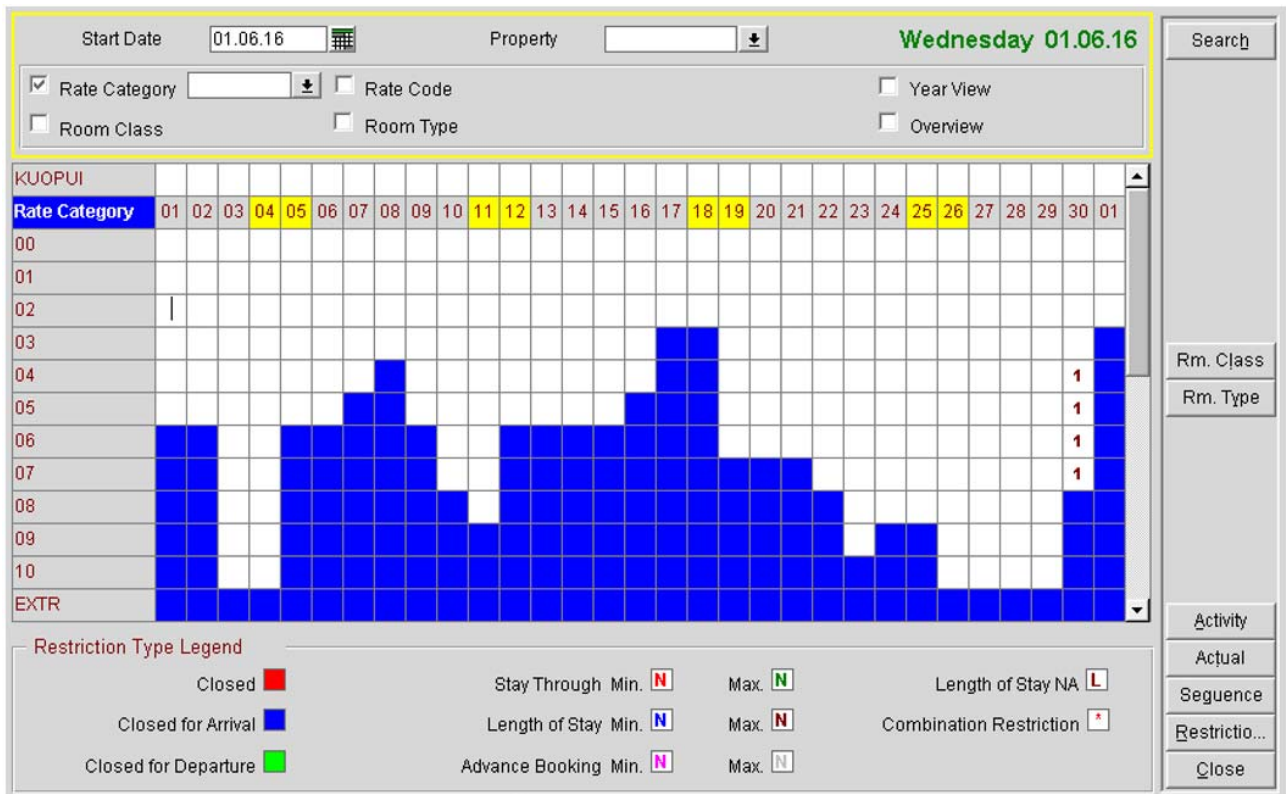
52. Mitä tarkoitetaan alhaisen **hinnan politiikalla eli penetraatiohinnoittelulla?**

53. Mitä matkailualalla tarkoittaa, että hotellihuoneiden **hinnat kelluvat?**
Selvitä esimerkiksi internetistä!

15. HUONEMYYNIN MAKSIMOINTI

POHDINTATEHTÄVIÄ

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



55. Milloin hotellin kannattaa myydä ryhmille **edulliseen ryhmähintaan**?
56. Mieti, mikä ero on **yksittäisten asiakkaiden ja ryhmien varauskäyttäytymisessä**?
57. Miten hyödynnät hinnoittelussa **yield managementia** tuottavuuden **parantamiseksi**?
58. Perustele, miksi **kysynnän ennustaminen** on toiminnan lähtökohta **Revenue Managementissa**?

15. HUONEMYYNIN MAKSIMOINTI

59. Miksi **huonetuotto on hyödyllinen mittari vertailtaessa erilaisia hotelleja keskenään?**
60. Miten **kilpailuasetelma** muodostuu eli miten eri kokoiset hotellit voivat kilpailla keskenään, kun **RevPar-analyysin** lähtökohtana on yhdistää keskihuonehintaa ja käyttöaste yhdeksi luvuksi? Esimerkki kirjassa luvussa 15.
61. Määrittele **käsite markkinaosuus?**
62. Pohdi, mitä hotelli voi selvittää **markkinaosuusanalyysin avulla?**
63. Pohdi, mitä hotelli voi selvittää **RevPar -analyysin avulla?**
64. Käytä **markkinaosuusyrietysten tietoja kirjasta** ja laske markkinaosuuksissa tapahtuneet siirtymät seuraavien kuukausikohtaisten myydyjen huonemäärien perusteella seuraavasti:
- * Hotelli A = 1750
 - * Hotelli B = 5150
 - * Hotelli C = 6100
 - * Hotelli D = 9500
65. Mitä sellaista tietoa tarvitaan huonetuottoanalyysissä, jota ei tarvita markkinaosuusanalyysissä?
66. Miten **huonehinnan maksimointiin** keskittyvät johtajat perustelevat tavoitteitaan?
67. Miten liikkeenjohto voi perustella pyrkimystään **mahdollisimman korkean käyttöasteen saavuttamiseen?**

15. HUONEMYYNIN MAKSIMOINTI

HINNOITTELUSTRATEGIA OSANA MARKKINOINTISTRATEGIAA

68. Mieti, millaisia asioita ottaisit huomioon pääsääntöisesti hinnoittelun määrittelyssä?
69. Toimit hotellin johtajana pienehkössä 80 huoneen kaupunkihotellissa. Hotelli kuuluu Best Western –ketjuun. Hotellin sijainti on keskustassa. Pääsääntöisesti asiakkaina ovat **työn vuoksi matkustavat- sekä kokous- että loma-asiakkaat. Perheet** asuvat lomakausina. Hotelli täyttää ketjun **Best Western –ketjun laatuvaatimukset**. Hotellin johtaja suunnittelee uudelleen hinnoittelustrategiaansa. Johtaja pyrkii luomaan strategioilla markkinoita ja kasvattamaan yrityksen markkinaosuutta. Mitä hinnoittelustrategioita johtajan tulisi valita tai pohtia? Perustele ja valitse hinnoittelustrategia seuraavista vaihtoehdoista:
- * **Kermankuorintahinnoittelu**
 - * **Markkinaosuuden kasvattaminen**
 - * **Neutraali hinnoittelu**
 - * **Kilpailijoiden hintoihin vastaaminen**
70. Pohdi, miten **Ideas-järjestelmä** toimii varsinaisen hotellijärjestelmän Operan tukena **tehostaen huonemyyntiä** Revenue Managementissa?
71. Laske alla olevan taulukon mukaan, mihin keskihuonehintaan ja millä käyttöasteella olisi mahdollista saada korkein huonetuotto? Miten myytävä kapasiteetti vaikuttaa työvoimatarpeen suunnitteluun vastaanotossa?

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

15. HUONEMYYNIN MAKSIMOINTI

Tehtävä työssäoppimispaikalle

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

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

Omassa talossa

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

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

Omassa ketjussa

- Hotellin vastaanotto
- Hotellin myyntipalvelu/keskusmyynti
- Ketjun muut hotellit
- Hotellin omat nettisivut
- muut nettivarauskanavat

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

Netissä

- omat nettisivut ja nettivarauskanavat
- ulkopuoliset varauskanavat
- matkahakusivustot ym.
- varausehdot, peruutusehdot
- muu nettinäkyvyys esim. Kuopion matkailusivustot
- Sosiaalisen median käyttö markkinoinnissa

15. HUONEMYYNIN MAKSIMOINTI

4. Mainitse esimerkkejä ulkopuolisista tahoista, joiden kanssa hotelleilla voi olla sopimuksia, joiden kanssa hotellit tekevät sopimuksia?

Sopimukset/Yhteistyökumppanit

- Hotellin omat sopimukset
- Ketjun tekemät yhteissopimukset

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

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

Esimerkkejä hotellin yhteistyöverkostosta ja niiden toiminnasta

Oma Talo

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

Oma ketju

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

15. HUONEMYYNIN MAKSIMOINTI

Yhteistyökumppanit / eri varauskanavat

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

Yhteistyökumppanit

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

Myynti- ja markkinointi ulkomaille

- Ketjun omat toteutukset
- Kaupungin matk.org toteutukset
- Nettinäkyvyys
- Muut toteutukset (erityisesti rajanaapurit)