

ПРОПОЗИЦІЇ ПО ВПРОВАДЖЕННЮ ІННОВАЦІЙНИХ ПОСЛУГ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВ У ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ

Світова криза торкнулася практично всіх галузей економіки, особливо індустрії гостинності. Карантинні умови і досі продовжують негативно впливати на підприємства. Готелі зіштовхнулися з багатьма проблемами: безпека гостей і персоналу, величезні збитки, відсутність гостей, бездіяльність держави, заморожування діяльності та закриття. З іншого боку, будь-яка криза є точкою зростання для підприємства, залишає лише найефективніші інструменти та вносить корективи в загальний напрямок розвитку закладу. Тому під час пандемії потрібно не піддатись паніці, а поступово розробляти нові стратегії, використовувати інноваційні технології ведення бізнесу та створювати умови для виходу з кризової ситуації.

Сучасний клієнт вже не може уявити своє життя без використання гаджетів та мережі Інтернет. Зростаюча діджиталізація все більше занурює клієнтів у цифрове середовище, формує нові знання, емоції та враження. Те, що вчора було інновацією, сьогодні вже стає необхідністю. Креативне мислення та застосування адаптивного інтелекту допоможе багатьом власникам підприємств індустрії гостинності втриматися на ринку, відкрити нові горизонти та відшукати нових клієнтів. Конкурентоспроможними можуть стати такі послуги:

- номерний фонд: номери для самоізоляції, погодинна оренда номерів для фотозйомок;
- послуги ресторану: e-Menu, онлайн-трансляція приготування замовленої їжі, зменшення асортименту страв у меню, створення спеціального меню для підтримки організму та імунної системи, проведення гастро-зустрічей з дотриманням усіх проти епідеміологічних умов, страви «на виніс», доставка страв на замовлення;
- послуги конференц-залу/кімнати для переговорів: організація івентів (тренінги, майстер-класи, ворк-шопи, семінари, 2–3 денні інтенсиви) з дотриманням усіх протиепідеміологічних умов та трансляція їх онлайн; організація конференцій з елементами гейміфікації; оренда зали для виставок, зйомок та проведення VR заходів, переобладнання зали в коворкінг;
- фітнес-послуги: онлайн-тренування, спортивний інвентар у номерах;
- послуги з організації дозвілля: проведення онлайн-курсів персоналом готелю (наприклад, приготування локальних страв), доступ до освітніх платформ Udemy, Prometheus, Skillbox, онлайн- або квест-екскурсії;
- інші послуги: послуга особистого помічника, кур'єра, послуги лікаря;
- безпека готелю: вимірювання температури в персоналу, посилене прибирання і дезінфекція готелю, харчування в номері, послуга «обслуговування в смартфоні», пакет із засобами індивідуального захисту.

Управління готелем у період локдауну також потребує деяких змін. Хмарні PMS-системи дозволяють керувати готелем віддалено, підвищують ефективність роботи персоналу, оскільки більшість завдань автоматизуються. Аналіз готельного ринку необхідно здійснювати за допомогою впровадження benchmarking-інструменту. Особливостями впровадження є детальне вивчення конкуренції, використання досвіду підприємств та розроблення стратегії з орієнтацією на основні складові успіху.

У сучасних умовах конкуренції маркетингові заходи є невід'ємними, тому в період пандемії можна запропонувати онлайн-трансляції робочого процесу в соціальних мережах від персоналу готелю, онлайн-екскурсію готелем, впровадження елементів гейміфікації у роботі з соціальними мережами.

В усі часи основними двигунами продажу послуг індустрії гостинності були акції та спецпропозиції. В період кризи ключовими спецпропозиціями можуть стати: скасування бронювання без відсотків, знижка на тривале проживання, безкоштовний рум-сервіс тощо, а для оптимізації власних витрат готель може користуватись послугами аутсорсингу.

Для організації безпечного івенту в період пандемії перед початком зустрічі необхідно здійснити вимірювання температури, швидкий тест для якісного визначення антигену SARS-COV-2; забезпечити засобами індивідуального захисту (ЗІЗ) кожного учасника, організаторів та обслуговуючого персоналу.

Та поряд з впровадженням різноманітних інновацій слід пам'ятати про найважливіше – гість має отримувати якісний та «щирий» сервіс у реальних та віртуальних точках контакту з підприємством. WOW- ефект для гостя створить тепле ставлення до закладу, а щоб отримати зворотній зв'язок у вигляді похвал та високих рейтингів, необхідно виховувати в персоналі спостережливість, почуття причетності до спільної справи та любов до своєї роботи.