

# DAJTE ĽUĎOM

## TRÉNING PERSONÁLU

Pracovala ako recepčná a vypracovala sa na riaditeľku hotela. Má dlhoročnú hotelovú prax a počas svojho pôsobenia v bratislavských hoteloch Fórum, Crowne Plaza či Skaritz si sama školiла personál.

**V**tedy pochopila, ako veľmi je dôležité, aby personál presne vedel, čo má robiť a mal stanovené pravidlá a vytváral tak symbiózu.

**KÁŽDÁ PREVÁDZKA JE INÁ.** „Keď som pracovala v bratislavskom hoteli Skaritz“, vytvorila som hotelové štandardy a začala sa intenzívne venovať tréningu personálu. Zamestnanca som koučovala už od jeho

prijatia do zamestnania. Výsledky takejto dennej komunikácie sa dostavili v podobe umiestnenia na šiestom mieste z 80 hotelov v obľúbenosti a spokojnosti so službami,“ hovorí Iveta Pupišová. Aj vzhľadom na dosiahnuté úspechy sa začala naplno venovať tréningovej činnosti. „Každý hotel či prevádzka v horeca segmente je iná, atypická a preto najskôr pripravím pre klienta špecifickú ponuku, ktorá je priamo ušitá pre



Komplexnosť sa dá dosiahnuť tak v penziónoch, kde vládne domácka atmosféra, ako aj vo veľkých sieťach, v ktorých úloha komunikácie s podriadenými prechádza na jednotlivých manažéroch.

# POCÍTIŤ, že sú súčasťou celku



jeho potreby. V hoteloch začínam mystery shoppingom (tajená návšteva), na základe čoho pripravím majiteľom správu so svojimi poznatkami, návrhmi na riešenie a ponukou na tréning, vďaka čomu môžu eliminovať zistené nedostatky. Následne sa už sústreďím na jednotlivé pozície a som schopná im vytvoriť aj hotelové štandardy,“ konštatuje I. Pupišová.

**OBĽÚBENÉ MIEŠTO.** Jej tréningová činnosť sa nesie v súlade so sloganom „Aby sa hostia k vám radi vrátili.“ Chce pomôcť hotelierom a ľuďom, ktorí pracujú v tomto segmente, pochopiť, ako vyjsť hostovi v ústrety a on sa potom rád na toto miesto vracal, odpovedal známym a opätovne tu trávil čas a utrácal svoje finančné prostriedky. Žiaľ, realita v našich hotelových a reštauračných zariadeniach je v súčasnosti často taká, že čašník nevie okrem svojich odborných znalostí komunikovať s klientom, nie je schopný odhadnúť, kedy mu má čo ponúknuť a vytvorí s ním tak symbiózu. Nehovoriac o tom, že čašnička má mať vlasy vždy zopnuté, naokoľko opáčny prípad asociuje vlas v polievke a úprava nechtov by mala byť úplnou samozrejmosťou.

**FLUKTUÁCIA JE SPOLUVIŇA.** Horeca segment je odovetie s pomerne vysokou fluktuáciou zamestnancov. Svoj podiel na tomto nelichotivom fakte má aj platové zaradenie, ktoré patrí v rámci národného hospodárstva k najnižším. Majtelia a prevádzkovatelia hotelových a reštauračných zariadení by však mali robiť viac preto, aby im biznis fungoval. „Na ponuku tréningov väčšinou reagujú pozitívne. Po porade s riaditeľom a manažérmi stredísk, na ktorej sa dozviem všetky potrebné informácie o zamestnancoch, pracujem s ľuďmi, pričom už viem, aké sú ich pozitívne a negatívne stránky z pohľadu zamestnávateľa,“ hovorí I. Pupišová. Pri téme fluktuácia tvrdí, že ide o spolupíňu. „Majiteľ by si mal dať svojich ľudí vyskúšať, počúvať ich a zaujímať sa o ich názor. Musí im dať pocítiť, že sú súčasťou kolosu a pre prevádzku sú nadmierené užitoční. Takto motivovaný zamestnanec dá zo seba všetko,“ konštatuje I. Pupišová. Určité rozdiely v prístupe k zamestnancom existujú, najmä pokiaľ ide o veľkosť hotela či siete. Komplexnosť sa však dá dosiahnuť tak v penziónoch, kde vládne domácka atmosféra, ako aj vo veľkých sieťach, v ktorých úloha komunikácie s podriadenými prechádza na jednotlivých manažéroch. Tí by si mali vedieť

zastať svojich ľudí a zamestnanci musia vedieť, že sú riadení.

**PRAVIDLÁ A EMPATIA.** Fliaenie možno na prvý pohľad vyznie ako rozkazovanie, čo však nie je celkom tak. Američania majú napríklad na všetko svoje pravidlá, štandardy a aj napriek tomu, že nám je to niekedy na smiech, v skutočnosti sú pravidlá a postupy veľmi dôležité. A to nielen v práci, ale aj bežnom živote. „Zamestnanec musí vedieť už od prijatia presne čo má robiť - vrátane nosenia uniformy, celkovej úpravy, pozdravu, zdvihnutia telefónu, poznania odborných terminov a pod. Dôležité je aj to, aby v jednej prevádzke neexistoval priepastný rozdiel medzi recepčným, čašníkom a chýžnou. Tá by mala nielen perfektne upratať izbu, ale vedieť aj to, že sa nemá hosťom prehabrovať vo veciach, akceptovať tabuľku s nápisom nerušiť a pri stretnutí s hosťom na chodbe zdvihnúť oči, usmiať sa a pozdraviť ho. Podobne recepčná musí vedieť vyčistiť, či má hosť záujem o debatu alebo nie a či mu môže ponúknuť aj ďalšie služby, ako tie, ktoré má objednané,“ dodáva I. Pupišová.

Andrea Hinková