

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	11
Малый отель, малая гостиница, мини-отель — как правильно?	15
Бизнес-план — блажь или необходимость?	23
Резюме	26
Анализ рынка	26
Анализ отеля	27
Стратегический план развития	27
Финансовые прогнозы	28
Описание возможных рисков	29
Справка о компании или о команде, которая собирается реализовывать строительство и управление отелем	30
Наличие дополнительных финансовых источников, позволяющих оплачивать проценты и кредит до начала работы отеля, и описание залогов, которыми можно обеспечивать получаемый кредит	33
Что нам стоит отель построить	35
Кто будет строить?	36
Рисуем и оснащаем отель	38
Вход и лобби	39
Стойка Reception	41
Зона для завтраков, конференц-холл	43
Зоны досуга	45
Номерной фонд	46
Служебные помещения	53

Знай и «умей» закон	55
Используй закон для дружбы с контролирующими органами	56
1-й этап. Проектирование	56
2-й этап. Строительство (реконструкция), отделка и оснащение	57
3-й этап. Сдача-прием объекта государственной комиссией	58
4-й этап. Получение различных сертификатов, лицензий и разрешений	58
5-й этап. Работа отеля	58
Используй закон для дружбы с постояльцами	60
Стандарты — уже изобретенный велосипед	67
Система ГОСТ Р	70
Система Одинцовской торгово-промышленной палаты	70
Системы ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ»	71
Что происходит вокруг отеля	73
Как правильно искать и анализировать информацию	74
Кабинетное исследование	74
Полевое исследование	76
Интервью и опросы	82
Наблюдение	85
Панель	92
Экспертная оценка	93
Кто захочет жить в нашем отеле	105
Потенциальный покупатель	106
Посетители	106
Покупатели	107
Клиенты	108
Приверженцы	108
Туристические компании, специализирующиеся на въездном туризме	109

1. Предоставление скидок от открытой цены гостиницы	110
2. Сезонность	110
Предприятия и организации, имеющие связи с другими городами России, СНГ и зарубежных стран	110
Частные постояльцы	111
Насколько хорош наш собственный отель	119
Продать больше и лучше	129
Как потенциальные постояльцы выбирают отель	130
Как привлечь корпоративных клиентов	133
Как правильно информировать потенциальных гостей об отеле	137
Внутренняя реклама	137
Наружная реклама	138
Внешняя реклама	138
Фирменный стиль — что это такое и зачем он нужен?	152
Правильная цена — угадываем или рассчитываем?	159
Интуитивный метод	160
Метод, ориентированный на конкуренцию	161
Методы, ориентированные на психологию	161
Рыночное тестирование	162
Стратегия высоких цен	166
Стратегия низких цен	166
Стратегия целевых цен	166
Стратегия «периодической» скидки	166
Стратегия «случайной» скидки	167
Стратегия ориентации на конкурентов	167
Стратегия повышения цены	167
Чем, кроме проживания, привлечь постояльцев?	173
Как заставить лебедя, рака и щуку тянуть в одном направлении?	185

Контур управления	186
Как упорядочить процедуры предоставления услуг гостям?	188
Примеры техпроцессов работы Администратора и Горничной	190
Персонал — что с ним делать	213
Особенности работы персонала в малых отелях	214
Разработка организационной структуры и штатного расписания	216
Должностные инструкции	221
Как заставить этих сотрудников работать?	234
Плох или хорош ваш сотрудник — методы оценки	241
Небольшой финансовый ликбез!!!	247
Некоторые аспекты финансового планирования и отчетности малого отеля	248
Два часто встречающихся вопроса обслуживания платежей гостей	264
1. Расчет стоимости позднего выезда гостя	264
2. Возврат денежных средств	265
Организация системы безопасности малого отеля	269
Пожарно-охранные системы сигнализации	272
Системы видеоконтроля с регистратором записи	272
Системы доступа в номера и помещения МГ	273
Кнопка тревожной сигнализации	273
Приложения	279
Приложение 1. Выдержки из Системы классификации гостиниц и других средств размещения, касающиеся отелей до 50 номеров	280
Приложение 2. Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации	307
Литература	315