

Inhoudsopgave

Deel A Introductie

Introductie	AHM, Kerntaak 1, Treedt op als aanspreekpunt en Kerntaak 2, Voert administratieve processen uit	17
-------------	---	----

Deel B Product- en branchekennis hospitality

Hoofdstuk 1 Kennismaken met de hospitality branche	27
1.1 Inleiding	27
1.2 Doelstellingen	28
1.3 Hotels, restaurants en cafés	29
1.4 Verblijfs-, dag- en waterrecreatie	30
1.5 Toeristische informatie/city hospitality	32
1.6 De reiswereld	33
1.7 Service & hospitality op de bestemming	33
1.8 De luchtvaartsector	34
1.9 Evenementen & festivals	35
1.10 Musea & theaters	36
1.11 Samenvatting	37
1.12 Begrippenlijst	38
1.13 Eindopdrachten	39
 Hoofdstuk 2 Hospitality begint en eindigt bij jou: Jij bent Mr/Mrs Hospitality	 41
2.1 Inleiding	41
2.2 Doelstellingen	42
2.3 Je krijgt nooit een tweede kans voor een eerste indruk!	42
2.4 Enthousiasme: de kracht van de glimlach	44
2.5 Vakkennis: in de watten leggen van gasten	46
2.6 Persoonlijkheid: aanspreekpunt	47
2.7 Werken in hospitality: never a dull moment	48
2.8 Hospitality en duurzaamheid: uitgangspunt bij jouw handelen	48
2.9 Samenvatting	50
2.10 Begrippenlijst	51
2.11 Eindopdrachten	52
 Hoofdstuk 3 Functies en vacatures in de hospitality branche	 53
3.1 Inleiding	53
3.2 Doelstellingen	54
3.3 Hospitality functies: front office medewerker	54
3.4 Hospitality functies: (online) reisagent en medewerker touroperating	58
3.5 Hospitality functies: informatrice, inspiratiemedewerker, citymarketeer	60
3.6 Hospitality functies: activiteitenorganisator en evenementenmedewerker	62
3.7 Hospitality functies: cabin attendant en passenger ground services agent	66
3.8 Hospitality functies: buitenland	68
3.9 Samenvatting	70
3.10 Begrippenlijst	71
3.11 Eindopdrachten	72

Hoofdstuk 4 Het economisch belang van de hospitality branche	75
4.1 Inleiding	75
4.2 Doelstellingen	75
4.3 De gastvrijheidseconomie	76
4.4 Internationaal reisverkeer	77
4.5 Belevingseconomie	79
4.6 Het meten van de beleving: Return on experience	80
4.7 Toekomstvisie gastvrijheidseconomie	83
4.8 Samenvatting	85
4.9 Begrippenlijst	86
4.10 Eindopdrachten	87
 Hoofdstuk 5 De hospitality branche: productkennis, trends en ontwikkelingen	 89
5.1 Inleiding	89
5.2 Doelstellingen	89
5.3 De hospitality branche: een korte ontwikkelingsschets tot nu toe	90
5.4 Hotels	91
5.5 Vakantieparken	94
5.6 Campings	97
5.7 B&B	100
5.8 Groepsaccommodaties	101
5.9 Accommodatietypen	102
5.10 Verzorgingstypen	107
5.11 Check-in en check-out tijden	109
5.12 Tarieven, doelgroepen en voorwaarden	111
5.13 De organisatiestructuur van een hospitality bedrijf	115
5.14 Jachthavens en marina's	116
5.15 Attractieparken	117
5.16 Reisondernemingen	120
5.17 Evenementen en festivals	121
5.18 Kwaliteitsbeoordelingen: sterren en reviews	124
5.19 Brancheorganisaties in de hospitality	126
5.20 Trends en ontwikkelingen in de hospitality branche	128
5.21 Samenvatting	131
5.22 Begrippenlijst	132
5.23 Eindopdrachten	133
 Hoofdstuk 6 Kennis van klanten en gasten in de hospitality branche	 137
6.1 Inleiding	137
6.2 Doelstellingen	137
6.3 De guest journey	138
6.4 Vrijtijdsgasten en zakelijke gasten	141
6.5 Van klantwens (in kleuren) naar leefstijl	145
6.6 Van leefstijl naar persona	146
6.7 Alternatieve indelingen van doelgroepen	154
6.8 Internationale gasten	155
6.9 Samenvatting	163
6.10 Begrippenlijst	164
6.11 Eindopdrachten	164

Hoofdstuk 7 Online marketing in de hospitality branche	167
7.1 Inleiding	167
7.2 Doelstellingen	168
7.3 Vakkennis online marketing	168
7.4 Verkoopkanalen: omni-channeling	170
7.5 E-commerce	171
7.6 Social selling	175
7.7 Reviews	178
7.8 De customer journey, contactmomenten en inzetten van promotiemiddelen	180
7.9 Trends en ontwikkelingen om klanten te werven	181
7.10 Samenvatting	186
7.11 Begrippenlijst	187
7.12 Eindopdrachten	188

Deel C Hospitality, sales en service

B1-K1-W1: Ontvang de klant/gast

B1-K1-W2: Informeert en adviseert klant/gast

B1-K1-W3: Verkoopt en/of verhuurt producten en/of diensten

Hoofdstuk 8 Gasten ontvangen	195
8.1 Inleiding	195
8.2 Doelstellingen	196
8.3 Het ontvangstmoment	196
8.4 Representatieve presentatie	199
8.5 Gasten telefonisch ontvangen	203
8.6 Schriftelijke ontvangst	205
8.7 Gasten ontvangen via Zoom, Skype en Teams	207
8.8 Gasten ontvangen via self-service, chatbots en robots	208
8.9 Werkhouding	209
8.10 Gast-/ klanttevredenheid	210
8.11 Samenvatting	213
8.12 Begrippenlijst	214
8.13 Eindopdrachten	215

Hoofdstuk 9 Telefonisch aannemen en online begeleiden van reserveringen	217
9.1 Inleiding	217
9.2 Doelstellingen	218
9.3 Online reserveringen met chatfunctie	218
9.4 Telefonische reserveringen aannemen	221
9.5 Verkoop vastleggen	226
9.6 Werken met een PMS	227
9.7 Werken met persoons- en bedrijfsgegevens: veiligheids- en bedrijfsprocedures	228
9.8 Betalingsprocedures	229
9.9 Reserveringsbevestiging	230
9.10 Wijzigingen en annuleringen	231
9.11 Samenvatting	232
9.12 Begrippenlijst	233
9.13 Eindopdrachten	234

Hoofdstuk 10 Inchecken van gasten	237
10.1 Inleiding	237
10.2 Doelstellingen	237
10.3 Controleren van de reservering voor aankomst van de gast	238
10.4 Ontvangen van gasten	240
10.5 De reservering doornemen samen met de gast	241
10.6 Up- & cross-sellen	241
10.7 Opstellen pro-forma rekening en afhandelen betalingen	244
10.8 Afronden	247
10.9 Group check-in	247
10.10 VIP check-in	248
10.11 Samenvatting	250
10.12 Begrippenlijst	251
10.13 Eindopdrachten	252

Hoofdstuk 11 Gasten informeren en adviseren	255
11.1 Inleiding	255
11.2 Doelstellingen	256
11.3 Van een informatiesprek naar een adviesgesprek	256
11.4 Duurzaamheid onder de aandacht brengen	259
11.5 Dagattractieparken en evenementen in Nederland	263
11.6 Samenvatting	266
11.7 Begrippenlijst	267
11.8 Eindopdrachten	268

Deel D Hospitality, guest care en netwerken

B1-K1-W4: Signaleert en behandelt klachten

B1-K1-W5: Onderhoudt in- en/of externe contacten

Hoofdstuk 12 Problemen en klachten signaleren, behandelen en oplossen	277
12.1 Inleiding	277
12.2 Doelstellingen	278
12.3 Een klacht is een uitdaging	279
12.4 Soorten uitdagingen	281
12.5 Agressieniveaus	283
12.6 Stappenplan B.O.O.S. bij het oplossen van klachten	284
12.7 Registreren van klachten	285
12.8 Preventie	287
12.9 Samenvatting	288
12.10 Begrippenlijst	289
12.11 Eindopdrachten	289

Hoofdstuk 13 Spin in het web, in- en/of externe contacten	293
13.1 Inleiding	293
13.2 Doelstellingen	294
13.3 Intern communiceren met collega's: shift overdracht	294
13.4 Intern communiceren naar andere afdelingen: doorgeven van taken	295
13.5 Externe communicatie	296
13.6 Communicatie bij calamiteiten	297
13.7 Klant/gasttevredenheid verhogen: ondernemend en commercieel handelen	299
13.8 Relatiebeheer: relaties bouwen en netwerken	300
13.9 Samenvatting	302
13.10 Begrippenlijst	303
13.11 Eindopdrachten	304

Hoofdstuk 14 Uitchecken van gasten	305
14.1 Inleiding	305
14.2 Doelstellingen	306
14.3 Voorbeeldprocedure check-out individuele gasten	306
14.4 Betalingen controleren	309
14.5 Factuur doornemen met de gast	312
14.6 Betalingsmogelijkheden	314
14.7 Veiligheidsprocedures bij betalingen	317
14.8 Acties bij afwijkingen en onregelmatigheden bij betalingen	318
14.9 Samenvatting	319
14.10 Begrippenlijst	321
14.11 Eindopdrachten	322

Deel E After sales, productontwikkeling en promotie

B1-K2-W2: Verkoopt en/of verhuurt producten en/of diensten

B1-K1-W3: Verzamelt en verwerkt informatie

Hoofdstuk 15 Informatie verzamelen en analyseren om de dienstverlening te verbeteren	327
15.1 Inleiding	327
15.2 Doelstellingen	327
15.3 Wat is after sales?	328
15.4 Plan van aanpak maken voor de after sales	330
15.5 Gegevens verzamelen en analyseren: night audit rapportages	330
15.6 Gegevens verzamelen en analyseren: brancherapportages	337
15.7 Gegevens verzamelen en analyseren: reviews, enquêtes en interviews	340
15.8 Gegevens verzamelen en analyseren: trends en ontwikkelingen	343
15.9 Verzamelen en analyseren van gegevens: SWOT-analyse maken	344
15.10 Verzamelen en analyseren van gegevens: doelstelling smart formuleren	346
15.11 Samenvatting	347
15.12 Begrippenlijst	348
15.13 Eindopdrachten	349

Hoofdstuk 16 Productontwikkeling: een nieuw arrangement ontwikkelen	351
16.1 Inleiding	351
16.2 Doelstellingen	351
16.3 Voor welke doelgroep ontwikkel je het arrangement	352
16.4 Samenstellen van een arrangement	352
16.5 De prijs bepalen van het arrangement	357
16.6 Samenvatting	367
16.7 Begrippenlijst	368
16.8 Eindopdrachten	368

Hoofdstuk 17 Promotie van het arrangement	371
17.1 Inleiding	371
17.2 Doelstellingen	372
17.3 Ontwerpen promotiemateriaal	372
17.4 Wat wil je gaan communiceren?	377
17.5 Via welke distributiekkanalen ga je communiceren?	381
17.6 Samenvatting	383
17.7 Begrippenlijst	384
17.8 Eindopdrachten	385