

КЛИЕНТОЦЕНТРИРОВАННЫЙ ПОДХОД И ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

В современных условиях, когда недавняя пандемия COVID-19 нанесла серьезный удар по индустрии туризма и гостеприимства (отменены туры, потеряны рабочие места, сорваны новые проекты и т. д.), возникает необходимость в изменениях подходов к ведению бизнеса и реализации маркетинговых концепций. После пандемии отрасль выйдет в совершенно новые условия и это условия неопределенности и отсутствия подконтрольности многих процессов. В данной ситуации процесс выживания и успешного функционирования гостиничных предприятий требует определенной трансформации как сервисных технологий, так и подходов к взаимодействию с потребителем. В статье акцентируется внимание на применение клиентоцентрированного подхода и предлагаются направления для его реализации в гостиничном бизнесе. В рамках данных направлений представлены некоторые технологические новшества, актуальные для гостиниц в современных условиях, а также навыки сотрудников, способствующие адаптации в динамичной среде.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, клиентоцентрированный подход, туризм, сервис, впечатление.

E.N. Volk
Perm State University

CLIENT-CENTERED APPROACH AND PERSONALIZATION AT THE HOTEL BUSINESS

In modern conditions, when the recent COVID-19 pandemic has dealt a serious blow to the tourism and hospitality industry (canceled tours, lost jobs, disrupted new projects, etc.), there is a need to change approaches to business and marketing concepts. After the pandemic, the industry will enter completely new conditions, and these are conditions of uncertainty and lack of control of many processes. In this situation, the process of survival and successful functioning of hotel enterprises requires a certain transformation of both service technologies and approaches to interaction with the consumer. This article focuses on the application of a client-centered approach and offers directions for its implementation in the hotel business. Within these areas, some technological innovations that are relevant for hotels in modern conditions are presented, as well as the skills of employees that contribute to adaptation in a dynamic environment.

Keywords: hotel business, client-centered approach, tourism, service, experience.

Клиентоцентрированный /человекоцентрированный (Client-centered / person-centered) подход зарекомендовал себя несколько лет назад и позволил некоторым прогрессивным сервисным компаниям выйти на новый уровень развития. Данный подход был предложен

© Волк Е.Н., 2020

Волк Елена Николаевна,

к. э. н., доцент кафедры туризма, Пермский государственный национальный исследовательский университет;
Lekos1@yandex.ru

Карлом Роджерсом для применения в психотерапии, а впоследствии доказал свою эффективность в различных областях: менеджмент, обучение (воспитание), личностные взаимоотношения, сервисная деятельность и др. [4]. Человекоцентрированный подход полагается на существующую в каждом живом организме заложенную природой потребность расти, развиваться, и создает климат, способствующий росту и развитию человеческой личности [4].

Центральную идею этого подхода кратко можно сформулировать следующим образом: у человека есть все необходимые внутренние ресурсы, чтобы решать возникающие перед ним проблемы, ресурсы, которые требуются для развития его возможностей и обеспечивающие его развитие и сохранение. Доступ к этим ресурсам возможен лишь при соблюдении определенных условий, которые способствуют созданию определенного фасилитирующего психологического климата [4]. Все эти условия могут быть реализованы в рамках деятельности сервисных организаций.

Первым условием является подлинность, искренность в отношениях с клиентом, открытое проживание чувства и установки, которые имеют место в данный момент. Искренний сервис призван установить доброжелательные отношения на долгосрочную перспективу. Чем в меньшей степени сотрудник отгорожен от гостя своим профессиональным или личностным фасадом, тем более вероятно, что клиент будет более открыт. Подлинность означает, что сотрудник сервисной организации открыто проживает чувства и установки, которые имеют место в данный момент.

Второе необходимое условие — принятие (признание) — безусловное позитивное отношение сотрудника сервисной организации к гостю. Когда работник ощущает позитивную, неосуждающую, принимающую установку по отношению к клиенту независимо от того, кем тот является в данный момент, снимается напряжение и необходимость играть некие социальные роли. Важно проявление бескорыстной заботы, принятие клиента в целом, самого по себе.

Третьим фасилитирующими условием является наличие эмпатического понимания. Это означает, что сотрудник точно воспринимает чувства, личностные смыслы, переживаемые гостем, и передает ему это воспринятое понимание. Это происходит в том случае, когда сотрудник так глубоко проникает во внутренний мир клиента, что может прояснить не только те смыслы, которые тот осознает, но даже те, что лежат чуть ниже уровня осознания [4]. Это позволяет наилучшим образом понять гостя и предоставить ему персонализированный сервис, что в свою очередь способствует возникновению и укреплению доверия клиента к организации.

Реализация всех вышеизложенных условий представляется возможной во время туристской поездки. Это обусловлено реализацией функций туризма, обеспечивающих развитие человека: познавательно-образовательной; воспитательной; культурной; оздоровительно-релаксационной и др. В связи с этим примене-

ние клиентоцентрированного подхода в туризме и гостеприимстве становится возможным и актуальным.

Практический опыт сервисных компаний позволяет сформулировать некоторые отличительные особенности клиентоцентрической организации:

1. Знание и понимание целевой аудитории. Сегодня уже недостаточно знать социально-демографическую модель целевой аудитории (пол, возраст, образование и т. д.). Современная экономика (экономика впечатлений) диктует новую модель сегментирования, базирующуюся на личных установках, предпочтениях и ценностях. Психографическая модель целевой аудитории включает: а) ценности, жизненные позиции; б) роли в личной и профессиональной жизни; в) эмоции и переживания; г) физиология и психосоматика; д) личностные установки; е) отношение к социальным проблемам; ж) личные увлечения, хобби, образ жизни и др.

2. Бережный сбор, анализ и использование данных о клиенте, о каждом его контакте с организацией об опыте на клиентском пути (Customer Journey).

3. Фокусировка на желаниях и нуждах клиента, развитие продуктов и услуг вокруг этого. Сотрудники организации смотрят на мир сквозь призму ценностей своего потребителя.

4. Реализация стратегии, направленной на создание и поддержание вовлеченности клиентов.

Обеспечение клиентоцентрированного подхода в гостиничном бизнесе представляется возможным благодаря действиям в двух основных направлениях: во-первых, внедрению современных технологий; во-вторых, развитию необходимых навыков у сотрудников гостиничного предприятия.

В направлении технологических нововведений внедрению клиентоцентрированного подхода способствуют следующие:

1. Блокчейн (Blockchain). Внедрение технологии Blockchain в гостиничный бизнес помогает в управлении доходами, интеграции программного обеспечения, управлении контентом, ускорении API, управлении и продвижении прямых заказов и многом другом.

Для обеспечения надежного и бережного хранения персональной информации и надежности платежей технология Blockchain позволяет добавить уровни безопасности сохранности данных. Необходимая информация о клиентах доступна в децентрализованной базе данных, это способствует укреплению доверия гостя к предприятию, поскольку кража данных и мошенничество с платежами являются двумя основными проблемами, с которыми сталкивается отрасль в настоящее время.

Таблица 1

**Навыки, необходимые для успешной работы в современных условиях
(по итогам опроса сотрудников отделов кадров ведущих мировых работодателей)**
Составлено автором по [7]

2015 год	2020 год
1 Решение сложных задач	1 Решение сложных задач
2 Взаимодействие с другими участниками	2 Критическое мышление
3 Управление людьми	3 Творчество
4 Критическое мышление	4 Управление людьми
5 Вести переговоры	5 Взаимодействие с другими участниками
6 Контроль качества	6 Эмоциональный интеллект
7 Сервисность (быть ориентированным на обслуживание)	7 Принятие взвешенных решений
8 Принимать взвешенные решения	8 Сервисность (ориентация на обслуживание)
9 Активное слушание	9 Ведение переговоров
10 Творчество	10 Когнитивная гибкость

Помимо безопасного хранения персональных данных Блокчейн позволяет совершенствовать программы лояльности. Как показывает практика, большинство баллов лояльности, начисленных клиентам, остаются неиспользованными по разным причинам. Многие клиенты гостиниц либо забывают о баллах лояльности, либо не знают, как их обменять, либо не подключаются к программе лояльности ввиду однократности покупки у данного предприятия. Теперь баллы лояльности могут быть объединены между партнерами (отелями, круизными компаниями, ресторанами, авиакомпаниями, прокатом автомобилей и др.), что позволяет потребителям получать более удобное взаимодействие.

2. Интернет 5G, Виртуальная реальность (Virtual Reality) и Дополненная реальность (Augmented Reality).

Люди путешествуют ради воспоминаний. Лучший опыт приводит к лучшим воспоминаниям, а опыт путешествия начинается на этапе планирования — выбором места для отдыха. Гостиницы, используя пятое поколение беспроводной связи (5G), стремятся к тому, чтобы впечатления были яркими и приятными с самого начала и оставались надолго после совершения поездки. Сверхбыстрые мобильные веб-сайты, видео и изображения обогащают процесс бронирования, приложения для управления гостиничными номерами, веб-сайт и приложения поддержки клиентов в режиме реального времени и многое другое персонализируют гостиничную услугу.

3. Искусственный интеллект (Artificial Intelligence) и робототехника.

Некоторые отели используют роботов в качестве администраторов (The Henn na Hotel Japan), guest relations (Hilton McLean Tysons Corner), дворецких (Radisson Blu Edwardian, Hampshire), для обслуживания

номеров (YOTEL Boston) [3, 5]. Роботы, безусловно, помогают улучшить обслуживание гостей в круглосуточном режиме и, кроме того, роботы не подвержены влиянию вирусов. Искусственный интеллект оказывает огромную помощь отельерам в управлении своими брендами с помощью обзоров, используя отзывы клиентов для сравнительного анализа, управления социальными каналами в режиме реального времени, проверки негативных отзывов и многое другого (Real time marketing). Также искусственный интеллект внедряется в гостиницы с целью адаптироваться к людям, больше взаимодействовать с гостями, чтобы обеспечить наилучший сервис (с учетом персональных особенностей) и создавать установку для развития.

Автоматизированный автомобиль — еще одно новшество, которое может стать популярно в ближайшие годы. Автомобили без водителя были бы востребованы гостями, которые не хотят, чтобы водитель вмешивался в их личную жизнь, ведь сегодня в мировой практике уже есть случаи, когда гости отказываются от уборки в номерах, чтобы ограничить проникновение персонала на свою территорию [2].

4. Самодезинфекция.

В связи с пандемией COVID-19 технологии, обеспечивающие противовирусную безопасность гостям, приобретают особую популярность. В качестве примера можно привести технологию ACT CleanCoat, разработанную датской компанией ACT.Global. Это технология само-дезинфекции, которая не имеет ни цвета, ни запаха, и активируется солнечным светом. В тестах, проведенных национальными исследовательскими организациями, такими как Denmark's National Research Centre for the Working Environment, было показано, что антибактериальный спрей ACT CleanCoat уничтожает микробы, варьируемые

от гриппа и сальмонеллы до плесневых спор и аллергенов. Кроме того, использование этой технологии способствует защите экологии и окружающей среды поскольку: во-первых, дезинфицирующие химикаты не смываются водой и, следовательно, не попадают в окружающую среду; во-вторых, значительно сокращается потребление воды, которая раньше расходовалась во время дезинфекции номера. Это означает, что отель оказывает меньшее негативное влияние на окружающую среду из-за сточных вод [6].

Вторым направлением, обеспечивающим клиентоцентрированный подход в гостеприимстве является формирование и развитие необходимых навыков у сотрудников отелей. По данным Всемирного экономического форума [7], каждые пять лет изменяются более трети (35%) навыков, которые считаются важными в современной рабочей силе (табл. 1).

Выделим несколько групп навыков, которые представляются наиболее значимыми в сфере гостеприимства в ближайшее время:

1. Коммуникативные и языковые навыки

Обеспечивают реализацию первого условия для клиентоцентрированного подхода — подлинность, искренность в отношениях с гостем. Роль эффективных коммуникаций в гостиничном бизнесе трудно переоценить. Они создают доверие клиента и способствуют повышению его вовлеченности.

Языковые навыки — это разновидность коммуникативных навыков. У многонациональной команды (каковой иногда является коллектив работников гостиничной индустрии) есть свои особенности, которые пересекаются с особенностями работы с гостями разных национальностей и культурных традиций. Именно языковые навыки помогают профессионалам в сфере гостиничного бизнеса учиться и быстро адаптироваться с точки зрения установления правильного контакта с внутренними и внешними гостями.

2. Эмоциональный интеллект

Это один из самых важных навыков гостеприимства в современную эпоху. Согласно различным исследованиям, развитие навыков, связанных с эмоциональным интеллектом, может помочь людям справиться со стрессом, лучше работать в команде и стать лидером. Все это приводит к положительным результатам не только в индустрии гостеприимства, но и в других отраслях сервисного бизнеса. Для того чтобы эффективно использовать свой потенциал, нужно знать, что эмоции не менее важны при принятии решений, чем рациональные доводы. Чем больше способов реагирования на эмоцию известно человеку, тем лучше

он может контролировать свои эмоции, перенастраивать себя на более позитивный и конструктивный лад [1]. В связи с этим развитие навыков, связанных с эмоциональным интеллектом, становится актуальным в гостиничном бизнесе, где персонал постоянно контактирует с гостем.

3. Творческий подход и когнитивная гибкость

Творчество касается любого направления деятельности гостиничного предприятия, будь то создание новой услуги, работы в команде или разрешения проблем гостя. Творчество — это деятельность, отличающаяся неповторимостью и оригинальностью, позволяющая создавать незабываемые впечатления у гостей. Современная ситуация, отличающаяся изменчивостью и динамичностью внешней среды, требует нестандартных подходов как к ведению бизнеса, так и к способам (формам) предоставления услуг. В связи с этим современной гостиничной индустрии требуется одаренная личность, обладающая навыками креативности, личность, для которой характерна устойчивая направленность на творчество. Современным гостиницам также необходимы сотрудники с хорошо развитой когнитивной гибкостью. Этот навык позволяет работнику: быстро принимать решения; свободно переключаться с одного вида деятельности на другой; правильно себя вести в различных ситуациях (уметь подстроиться под ситуацию); быстро адаптироваться к переменам в окружающем мире; легко подстроиться под любые внезапные изменения в планах; быстро найти несколько решений одной проблемы и др. Это является незаменимым качеством в гостиничном бизнесе, где каждая встреча с гостем несет в себе непредсказуемость.

4. Навыки решения сложных задач и разрешения конфликтов

Для этого необходимы стрессоустойчивость и позитивный подход. Позитивное отношение — одно из высших качеств сотрудника гостиницы, поскольку оно помогает привить различные другие лучшие качества для достижения успеха в этой отрасли.

Безусловное позитивное отношение сотрудника сервисной организации к гостю является вторым из условий создания особой психологической среды, способствующей развитию личности. Условия работы в гостиничном бизнесе зачастую требуют, чтобы члены команды работали сверхурочно. Особенно часто это происходит в период пикового сезона и максимальной загрузки. Для того, чтобы гости чувствовали себя непринужденно и комфортно в гостинице, сотрудники должны

всегда сохранять позитивный настрой. Это не только облегчает работу, но и помогает им справиться со стрессами, возникающими в работе.

Именно навыки мягкого гостеприимства помогут гостиничным предприятиям выйти из кризисной ситуации, которая сложилась в последние несколько месяцев, а также будут способствовать минимизации рисков в долгосрочной перспективе. А клиентоцентрированный подход позволяет создавать для гостей атмосферу комфорта, доброжелательности и доверия.

В современной ситуации — в период персонализированного сервиса, гостиничные предприятия стремятся обеспечить индивидуальные условия каждому клиенту. Применение клиентоцентрированного подхода позволяет создать в гостинице атмосферу, которая способствует формированию незабываемых впечатлений, развиваться и трансформироваться гостю с каждым путешествием.

Библиографический список

1. Гоулман Д. Эмоциональный интеллект / Дэниел Гоулман; пер. с англ. А.П. Исаевой. — М.: ACT: ACT МОСКВА; Владимир: ВКТ, 2009 — 478 с.

2. 5 Technology Innovation set to Transform Hospitality in 2020 and Beyond [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.soegjobs.com/5-technology-innovation> (дата обращения: 10.05.2020).

3. Japan's robot hotel: a dinosaur at reception, a machine for room service [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.theguardian.com/world/2015/jul/16/japans-robot-hotel-a-dinosaur-at-reception-a-machine-for-room-service> (дата обращения: 06.05.2020).

4. Rogers C. Client-centered/person-centered approach to therapy: Kirschenbaum H., Henderson V. (eds.) The Carl Rogers Reader. Boston: Houghton Mifflin Co, 1989, p. 135–152.

5. Robots are working as room service butlers at this hotel [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://matadornetwork.com/read/robots-replacing-humans-room-service-hotel> (дата обращения: 06.05.2020).

6. Self-cleaning hotel rooms now a reality [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.hotelmanagement.net/tech/self-cleaning-hotels-rooms-are-now-available> (дата обращения: 06.05.2020).

7. The 10 skills you need to thrive in the Fourth Industrial Revolution [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-10-skills-you-need-to-thrive-in-the-fourth-industrial-revolution/> (дата обращения: 06.05.2020).