

Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського



WYŻSZA SZKOŁA
NAUK O ZDROWIU



ІННОВАЦІЇ, ГОСТИННІСТЬ, ТУРИЗМ: НАУКА, ОСВІТА, ПРАКТИКА

*Збірник тез доповідей
IV Всеукраїнської
науково-практичної конференції
молодих учених
з міжнародною участю
(30 травня 2024 року, м. Львів)*

м. Львів

30 травня 2024 року



Рецензенти:

доктор історичних наук, професор

Наталія ЧОРНА

*(Вінницький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету)*

доктор педагогічних наук, професор

Мирослава ДАНИЛЕВИЧ

(Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського)

Рекомендувала до друку вчена рада

*Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського
(протокол № 8 від 13 червня 2024 р.)*

I 66

Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика : зб. тез доп.

IV Всеукр. наук.-практ. конф. мол. учених з міжнародною участю (30 травня 2024 року, м. Львів). – Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2024. – 361 с.

У тезах доповідей IV Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених висвітлено результати досліджень пріоритетів і перспектив розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу; сучасні тенденції та регіональні пріоритети розвитку туризму в умовах глобалізації; соціально-економічні засади менеджменту та маркетингу індустрії гостинності; актуальні проблеми модернізації готельно-ресторанного господарства.

Матеріали будуть корисними для студентів, викладачів, науковців і працівників індустрії гостинності.

УДК 001.895:338.483.13:392.72(043)

Матеріали публікуються в авторській редакції

© Львівський державний університет

фізичної культури імені Івана Боберського, 2024

Ілля Шевченко

здобувач освіти

спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

Науковий керівник: Ольга Пушка

канд. тех. наук, доцент

доцент кафедри готельно-ресторанної справи

Національний університет харчових технологій

УДОСКОНАЛЕННЯ ПЕРСОНАЛІЗОВАНОГО ПІДХОДУ ДО ОБСЛУГОВУВАННЯ ГОСТЕЙ В БАРАХ

В сучасному конкурентному середовищі бари вимушені шукати нові способи виділитися серед інших аби привабити більше гостей, а вимогливі очікування від них роблять персоналізований підхід до обслуговування все більш важливим. Бари, які можуть створити більш приємні та незабутні враження для гостей, з більшою ймовірністю отримують їхню лояльність, повторні візити та позитивні відгуки. А заклади, які використовують персоналізований підхід до обслуговування, можуть досягти кращих результатів аніж ті, які цього не роблять.

Метою роботи є дослідження персоналізованого підходу до обслуговування гостей у барах.

Персоналізація при обслуговуванні – це підхід, який зосереджується на створенні унікального та індивідуального враження для кожного окремого гостя. Такий підхід виходить за рамки «запам'ятати замовлення та ім'я», натомість він передбачає розуміння вподобань, інтересів та потреб кожного гостя. Персоналізація стала основою для задоволення та лояльності гостей, оскільки підприємства продовжують розвиватися, використовувати різноманітні інновації і неординарні види обслуговування. Згідно дослідженням журналу McKinsey, 71% споживачів очікують від компаній персоналізованої взаємодії. На цьому не закінчується: 76% респондентів розчаровуються, коли цього не відбувається [1].

Гості готелів, ресторанів, барів або кафе тепер очікують, що будь-яка особиста інформація, яку вони надають, буде добре

використана для налаштування їхньої взаємодії. «Гості готові надати нам інформацію про себе, і вони очікують, що ми використаємо це, щоб покращити їхні враження. Вони очікують, що ми використаємо інформацію, яку вони надали, щоб персоналізувати їхній досвід і передбачити їхні потреби, незалежно від того, чи це підбір типу подушки чи рекомендації що до місцевих пам'яток, коли вони прибудуть у пункт призначення. Таким чином ми будемо лояльністю і зміцнюємо відносини між нашою компанією та нашими гостями» - заявила глобальний комерційний директор готелю Marriott, Стефані Лінарц [2]. На основі даних статей ми можемо зрозуміти, що персоналізація – дуже важливий сегмент в обслуговуванні гостей.

У 2024 році, основними трендами для барів є зокрема і персоналізоване обслуговування, оскільки це робить незабутні враження про бар, а також створює атмосферу для гостя, що тебе тут знають. Тому слід використовувати індивідуальність гостя як особливість для обслуговування для підвищення конкурентоспроможності та створення ефекту «вау» враження. Ми хочемо виділити 7 пунктів для удосконалення вже існуючих методів для такого обслуговування:

1. Створення атмосфери: увага до деталей при оформленні закладу та індивідуальне обслуговування допомагають забезпечити комфорт гостей. Атмосфера закладу впливає на задоволення від відвідування.

2. Розуміння гостя та сегментація: розуміння потреб різних сегментів гостей дозволяє забезпечити персоналізоване обслуговування та відповідати їхнім вимогам. Окрім того слід розуміти що не кожен захоче відвідати бар з певних особистих причин, оскільки кожна людина особлива. Декому не дозволить релігія, вік, орієнтація, тощо.

3. Індивідуальний шлях до гостей: створення персоналізованого досвіду для кожного гостя, починаючи від входу до закладу і закінчуючи після відвідування. Крім того, індивідуальний шлях до гостей може передбачати налаштування точок дотику на основі його вподобань та його історії. Персоналізована комунікація, індивідуальні рекомендації та пам'ять про минулі взаємодії допомагають гостям відчувати, що їх цінують, що підвищує ймовірність того, що вони захочуть повернутися до даного закладу.

4. 360-градусний огляд гостя: збирання інформації про гостя дозволяє надати персоналізоване обслуговування, враховуючи їхні вподобання та інтереси. Це враховує не лише стать чи вік, але й сімейний статус, симпатизацію до певної людини, образ життя та інше.

5. Використання Інтернет-технологій: використання соціальних мереж та інтернет-аналітики для збору даних про гостей та персоналізації послуг. Таким чином гості готові самостійно надати вам свої соціальні-мережі аби ви могли використати їх для персоналізованого обслуговування.

6. Окреслення кордонів: уважне ставлення до особистих меж гостей та врахування їхніх індивідуальних вподобань у комунікації. Слід бути дуже уважним, оскільки не для кожного буде до вподоби як до нього ставляться чи як до нього звертаються.

7. Збір та аналіз відгуків: постійне вдосконалення персоналізації на основі зворотного зв'язку від гостей.

Ключові слова: персоналізація, персонал, бар, обслуговування.

Список використаних джерел:

1. Журнал McKinsey&Company. What is Personalization? [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-personalization>

2. Журнал Worth. How Marriott is Changing the Hotel Game with Personalization [Електронний ресурс]. – URL: <https://worth.com/marriott-changing-hotel-game-personalization/>