

Margrét Reynisdóttir

Með fræðslu í ferðapjónustu í farteskinu

Í pistlinum er sagt frá því með hvaða hætti Gerum betur ehf. hefur tekið þátt í áhugaverðu tilraunaverkefni Hæfniseturs Ferðapjónustunnar: Fræðsla í ferðapjónustu.



Markviss þjálfun og fræðsla eykur gæði

Það eru engin geimvísindi að markviss þjálfun og fræðsla eykur gæði þjónustu, framleiðni og starfsánægju og minnkar að sama skapi rýrnun, starfsmannaveltu, fjarveru og fjölda kvartana. Ánægt starfsfólk starfar lengur hjá fyrirtækinu og þekkir þarfir og væntingar viðskiptavina og hvað það á að gera til að veita framúrskarandi þjónustu. Reynslumikið og vel þjálfað starfsfólk er líklegra til að veita þjónustu á réttan hátt strax í upphafi. Slíkt kunna viðskiptavinir vel að meta. Það þýðir jafnframt að síður kemur til þessi mistök séu endurtekin og/eða þau þurfi að leiðrétta. Ánægt og vel þjálfað starfsfólk veit einnig hvernig það getur aukið ánægju gesta (Margrét Reynisdóttir, 2006, 2008, 2014, 2016, 2019). Oft er þessi óvænta ánægja látbragð starfsmanns svo sem kurteisi, vinsemd og þess háttar sem kostar ekkert (Grönroos 2001)! Þá er það segin saga að tryggir viðskiptavinir laða að nýja viðskiptavini því þeir segja öðrum frá jákvæðri reynslu sinni sem hefur góð áhrif á framtíðarafkomu og vöxt fyrirtækisins. Normann (2002) dregur fram áhrif þjónustugæða þegar hann segir að neikvæð eða jákvæð frammistaða einstaklings geti haft gífurleg og afgerandi áhrif á hvernig einstakir viðskiptavinir skynja gæði þess sem þeir hafa fengið. Það eru fáar leiðir til að fela skort á eldmóði eða á almennilegri frammistöðu einstaklings. Áhrifin og viðbrögðin eru tafarlaus og vekja eftirtekt!

Ávinningurinn er margvíslegur

Ávinningur (ROI) þessa fyrir fyrirtækið er svo margvíslegur. Hann felst meðal annars í minni kostnaði, ánægðari viðskiptavinum, jákvæðri umfjöllun og auknum gæðum þjónustunnar. Fyrirtæki sem veita slíka gæða þjónustu geta auk þess verðlagt sig hátt og eru yfirleitt ekki eins viðkvæm fyrir verðsamkeppni. Þessir þættir endurspeglast síðan í framtíðarafkomu og vexti fyrirtækisins. Þetta hefur verið dregið fram með arðsemiskeðjunni (e. profit chain) sem Heskett, Sasser og Schlesinger kynntu árið 1997. Líkan þeirra sýnir tengsl hagnaðar, ánægju, viðskiptatryggðar og annarra þátta í einkonar keðju þar sem eitt leiðir af öðru. (Reichheld, 2003). Áhrif ánægju viðskiptavina á arðsemi hefur fengið vaxandi athygli.



Verkefnið Fræðsla í ferðapjónustu

En hvernig hefur þá verið staðið að því að hrinda *Fræðslu í ferðapjónustu* í framkvæmd? Við Valdís Anna Steingrímisdóttir, sérfræðingur hjá Hæfnisetri ferðapjónustunnar höfum heimsótt stjórnendur fjölda ferðapjónustufyrirtækja og kynnt verkefnið. Sumir stjórnendur sjá strax ávinninginn af samstarfinu og stökkva á vagninn á fyrsta fundi á meðan aðrir kalla eftir frekari upplýsingum. Enn aðrir virðast vera með frestunaráratu eða hafa ekki leyfi til að taka ákvörðun og biðja okkur að koma aftur eftir ákveðinn tíma og svo framvegis. Algengasta ástæðan fyrir frestun er að það er „aldrei rétti tíminn“. Sem dæmi um slíkt má nefna: „Það er lítið að gera núna“; „erlenda starfsfólkið er farið heim til sín í frí“; „Það er brjáláð að gera núna og enginn tími fyrir námskeið“; „það bókaði fyrirvaralaust stór hópur hjá okkur gistingu, ferðir og mat“ eða „það er svo fáliðað núna vegna veikinda“; „við vorum að taka upp nýtt kerfi og það fer allur okkar tími í það“ o.s.frv.

Greining á fræðsluþörf

Í þeim tilvikum þegar stofnað er til samstarfs um verkefnið er fyrsta skrefið alltaf að greina fræðsluþörfina. Slík greining er undirstaða fræðsluáætlunarinnar sem kemur í kjölfarið. Næsta stig felst í því að koma fræðslunni í framkvæmd. Það gengur eins og í sögu hjá sumum fyrirtækjum en algengara er að þurfa stöðugt að vera í sambandi við stjórnendur til að ýta verkefninu úr vör. Ástæðurnar geta verið margvíslegar en oft er fyrirtækið ekki stórt í sniðum og viðkomandi yfirmaður hefur mörg önnur verkefni á sinni könnu. Í örfáum tilvikum fara fyrirtæki aldrei í umsamda fræðslu. Ástæðurnar geta verið af ýmsum toga svo sem skortur á upplýsingaflæði/samskiptum, nýir yfirmenn, veikindi, innanhússörðugleikar, tíð skipti starfsmanna, eigendaskipti og langvarandi álag svo dæmi sé tekið.



Samstarf ber árangur

Árangursríkt samstarf mitt með Hæfnisetri ferðaþjónustunnar í verkefninu *Fræðsla í ferðaþjónustu* hefur aukið marktækt gæði þjónustu margra fyrirtækja sem þátt tóku. Árangurinn endurspeglast í hærri einkunnagjöf gesta (til dæmis á samfélagsmiðlum) og úttektaraðila þar sem hæst ber 5 stjörnur Hótel Grímsborga, fyrsta viðurkenning þeirrar gerðar á Íslandi. Þau fyrirtæki sem haldið hafa markvisst utan um ábendingar viðskiptavina geta státað sig af því að mun fleiri viðskiptavinir hafa hrósað fyrirtækinu og færri kvartað. Þá hefur með verkefninu tekist að minnka starfsmannaveltu og auka ánægju starfsfólks gagnvart fyrirtækjum sínum. Það er lykill frekari sóknar í ferðaþjónustu hér á landi að auka ánægju gesta, fjölga jákvæðum ummælum og fækka þar með kvörtunum þeirra. Það eykur samkeppnishæfni greinarinnar og skapar til lengri tíma aukin verðmæti. Sá árangur sem náðst hefur með *Fræðslu í ferðaþjónustu* er eftirtektarverður fyrir þær sakir.

Heimildir

Grönroos, C. (2001). *Service Management and Marketing. A Customer Relationship Management Approach* (2 útgáfa). New York: Wiley & Sons.

Heskett, J.L., Jones, T.O., Loveman, G. W., Sasser, E. W. Jr., Schlesinger, L.A. (1994). „Putting the service-profit chain to work“, *Harvard Business Review*. 72/2, mars-apríl, 164-175.

Margrét Reynisdóttir (2006). *Þjónustugæði - Samkeppnisforskot og velgengni*. Samtök verslunar og þjónustu og Iðntæknistofnun.

Margrét Reynisdóttir (2008). *Þjónusta – Fjöregg viðskipta- lífsins. Ábendingar og kvartanir viðskiptavina eru uppspretta framfara og sókna*. Gerum betur ehf.

Margrét Reynisdóttir (2014). *Þjónusta og þjóðerni – Góð ráð í samskiptum við erlenda gesti*. Gerum betur ehf.

Margrét Reynisdóttir (2016). *50 uppskriftir að góðri þjónustu*. Gerum betur ehf.

Margrét Reynisdóttir (2019). *Cultural Impact on Service Quality- Hospitality Tips for Effective Communication with Tourists*.

Normann, R. (2002). *Service Management. Strategy and Leadership in Service Business*. (3. útgáfa). New York: Wiley & Sons.

Reichheld, F. (2003). „The One Number You Need to Grow“. Sótt 31.janúar 2020 af <https://hbr.org/2003/12/the-one-number-you-need-to-grow>

Um höfundinn



Margrét Reynisdóttir hefur rekið starfspróunarfyrirtækið Gerum betur ehf. frá árinu 2004. Hún hefur mikla reynslu af námskeiðahaldi, ráðgjöf og fræðslugreiningu (Fræðslustjóri að láni). Margrét hefur gefið út fimm bækur og rit um þjónustugæði, gestrisni og ólíka menningu erlendra gesta, sex kennslumyndbönd um þjónustugæði og hefur hannað rafræna þjálfun fyrir ferðaþjónustufyrirtæki og stofnanir.

Margrét hefur lokið M.Sc.-prófi í stjórnun og stefnumótun frá viðskipta- og hagfræðideild Háskóla Íslands, M.Sc.-prófi í alþjóðamarkaðsfræði frá University of Strathclyde í Glasgow, B.Sc.-gráðu frá Oregon State University í Bandaríkjunum og námi í stjórnendabjálfun frá bandaríska fyrirtækinu LMI.