

Koostaja:
Tiina Viin
Tartu Ülikooli Pärnu kolledž
Kevad 2013



Tellimisprotsessi kujundamine

Sisukord

- [1 Tellimisprotsessi tähtsus](#)
- [2 Tellimuste allikad](#)
- [3 Garanteeritud ja garanteerimata tellimus](#)
- [4 Tellimuse protsessiga seotud tegevused](#)
- [5 Tellimuse koostamine](#)
- [6 Tellimuse kinnitamine või tühistamine](#)
- [7 Majutuse ületellimuste tegemine](#)
- [8 Kasutatud allikad](#)

1 Tellimisprotsessi tähtsus

Majutusasutustes on kasutusel kaks samatähenduslikku mõistet: tellimus ja broneering, sarnaselt ka tellimine ja broneerimine. Eesti Entsüklopeedia (1985) annab termini „broneerimine“ vasteks kindlustamine, soomustamine, eriliste õiguste tagamine. Käesolevas materjalis eelistatakse eestikeelseid mõisteid tellimus ja tellimine. Teenuse ettetellimine tähendab majutusettevõtte kontekstis kindlat tüüpi toa reserveerimist kindlale inimesele või ettevõttele teatud ajaperioodiks.

Tellimuse tegemine on enamasti kliendi ja majutusettevõtte töötaja esmane kokkupuude. Tellimuse tegemise protsess peab olema lihtne, ilma liigse bürokraatiata. Sellel on määrav tähtsus majutusettevõtte jaoks, sest selle tegevuse käigus:

- luuakse kliendile esmamulje hotellist;
- müüakse majutusettevõtte peateenust – majutust;
- soovitatakse ja müüakse võimalusel erinevaid lisateenuseid.

Nagu eelnevalt öeldud, on tellimuse tegemise protsess sageli esimeseks kontaktiks külastaja ja majutusettevõtte vahel, seetõttu on hädavajalik, et teenindajad suudaksid kiirelt ja korrektselt teenuste potentsiaalseid tarbijaid teenindada. Hotellimajanduses eksisteerib karm konkurents — kui külastaja kogeb probleeme või aeglast teenindajatega suhtlemisel, mõtleb ta enne hoolikalt, kui selles majutusettevõttes toa tellib. Keegi ei soovi puhkuse jooksul

ebameeldivusi kogeda. Et alternatiivseid teenuseid on turul palju, tuleb majutusettevõtetele klientide südame võitmiseks palju pingutada.

Tellimustest saadavat infot saab kasutada majutusettevõtte töö (intensiivsuse) prognoosimiseks ning pikaajaliste eesmärkide planeerimiseks järgmiselt:

- põhi- ja lisateenuste müügiimahtude prognoosimine;
- töögraafikute ettevalmistamine kas nädala või kuu kaupa, menüüde koostamine, puhastusvahendite tellimine;
- kontrollkulude koostamine, sealhulgas materjali-, lao-, palgakulud jne;
- pikaajaliste eesmärkide kavandamine (tubade renoveerimine, mööbli uuendamine, hoonete laiendamine, uute seadmete kasutusele võtmine jne).

Majutusettevõtte tubade arvukusest ei ole abi, kui neist paljud jäävad kasutamata, sest tühjad toad ei tooda tulu. Kui tuba ei müüda tänasel ööl, on sellest saadav tulu kaotatud igaveseks. Tellimuste tegemisel on kolm olulist eesmärki: maksimeerida tubade müüki, ööbijate arvu ja keskmist toa hinda ning seeläbi saavutada suurim võimalik tulu ja kasum. Ühtlasi on selline mõttelaad seotud ka tulujuhtimise printsiipidega. Kujutlege, et olete klient, kes helistab majutusettevõttesse eesmärgiga tellida endale majutust. Kuidas peaks majutusettevõtte teiega tegelema? Tõenäoliselt sooviksite, et ettevõtte esindaja käituks teiega järgnevalt:

- annaks kiire vastuse teie päringule
- annaks teile jah- või ei-vastuste võimaluse; esitaks teie soovide kohta täpsustavaid küsimusi
- talletaks hoolsalt teie tellimuse detailid, et teis tekiks usaldustunne
- kohtleks teid professionaalselt ja viisakalt

Kokkuvõttes võibki öelda, et üheks kliendi ootuste täitmise võimaluseks on teenindaja suutlikkus kliendi igale soovile vastata kiiresti, professionaalselt ning viisakalt.

2 Tellimuste allikad

Infopäringud tellimuste sooritamiseks jõuavad hotelli väga erinevatest allikatest. Kirja teel saabuvad tellimused on tänu infotehnoloogia kiirele arengule tänapäeval haruldased. Enamlevinud viisid tellimuste tegemiseks on:

- otsetellimused
- tellimissüsteemi kaudu tehtud tellimused
- reisibüroode tehtud tellimused

Otsetellimuse teeb klient vahendajate abita otse hotelli. Otsetellimuseks loetakse ka ettevõtte esindaja tehtud tellimusi, mida ei vahenda ükski reisikorraldaja või -büroo. Vahendajatena ei lähe arvesse kolmandad isikud, kes vormistavad majutustellimuse oma tuttavale või sugulasele, samuti ettevõtete ja asutuste esindajad, kes tellivad oma töötajatele hotellis pakutavaid teenuseid. Soov võib hotelli jõuda mitmel viisil, kas telefoni, faksi või e-posti teel.

Tänapäeval on palju kliente, kes ei soovi tellimuse tegemiseks pöörduda ise hotelli poole, vaid kasutavad kas interneti andmebaase või vahendajaid, kes suudavad neid varustada piisava informatsiooniga ning tellida vajalikke hotelliteenuseid. Seega teevad paljud külastajad oma tellimused internetipõhiste **tellimissüsteemide** kaudu. Klient saab süsteemis ise vajalikku

infot otsida ja teha tellimuse sobivasse majutuskohta. Süsteemi kasutamine kliendi jaoks on väga mugav, sest kliendile kuvatakse erinevate majutusettevõtete andmed, konkreetse majutusettevõtte toa detailid, maksumuse ja muu olulise.

Klient võib teha **tellimuse ka reisibüroo** kaudu. Kuigi enamik reisibüroosid kasutab tellimuste tegemiseks rahvusvahelisi tellimissüsteeme, on nende tehtavate tellimuste käsitlemine ülejäänutest erinev. Reisibürood tavaliselt tellivad ja kinnitavad majutusettevõttes kliendile sobivad teenused, võtavad teenuste vahendamise eest külastajalt ettemaksu ja annavad kliendile vautšeri. Reisibürood saavad teenuste vahendamise eest majutusettevõttelt komisjonitasu.

Väike- või keskmise suurusega majutusettevõtete nišis jõuavad tellimused peamiselt otse kliendilt või siis läbi internetipõhise tellimussüsteemi/broneerimisportaali. Esindatus internetipõhises portaalis annab ka väikesele majutusettevõttele võrdse võimaluse olla samamoodi nähtav kui rahvusvaheline hotellikett. Külastajale kuvatakse ette kõik tema kehtestatud kriteeriumitele vastavad majutusettevõtted. Paljude broneerimisportaalide plussiks on see, et külastaja maksab otse ettevõttele. Üldjuhul maksab majutusettevõtte vahendustasu kord kuus. Komisjonitasu suurus sõltub läbi portaali tellimuse teinud külastajate arvust. Ettevõtte saab üldjuhul ise portaalis oma andmeid hallata – see tähendab, et muuta operatiivselt vabade tubade seisu, hindu ja muud olulist. Ettevõtjapoolne kasu seisneb ka selles, et läbi broneerimisportaali muutub majutusettevõtte internetis nähtavaks. Suurematel ja tuntumatel portalidel on väga suur jaotusvõrk (ettevõtte muutub kättesaadavaks üle maailma) ning nad tegelevad sellega, et olla otsingumootorites (näiteks Google) esimese vastusevariandina nähtav.

Reisibüroode huvi vahendada väikemajutusettevõtete teenuseid on suhteliselt madal. Klient peab saama teenuse läbi vahendaja(te) vähemalt sama hinnaga või pisut odavamalt kui otse majutusettevõttest ostes. Väikemajutusettevõtete pakutavate teenuste maht (näiteks tubade või voodikohtade arv) on sageli väike ning teenuste hinnad madalad, siis makstav komisjonitasu ei ole vahendamise eest atraktiivne.

3 Garanteeritud ja garanteerimata tellimus

Tellimused saab jagada kaheks peamiseks tüübiks: garanteeritud ja garanteerimata. Tellimuse tüüp sõltub sellest, kas külastaja nõustub tellimust garanteerima kindla makseviisi, lepingulise kokkuleppega või mitte.

Garanteerimata tellimuste (*non-guaranteed reservations*) puhul on klient lihtsalt lubanud, et ta saabub majutusettevõttesse. Sellisel juhul hoiab majutusettevõtte kliendi tuba mingi kindla kellaajani, enamasti kella 18ni saabumise päeval. Kui külastaja ei saabu, võib ettevõtte selle toa müüa mõnele teisele inimesele või ka toa tellinud kliendile, kes saabub hiljem. Viimast saab teha aga juhul, kui tuba on veel müümata.

Garanteeritud tellimust (*guaranteed reservations*) garanteeritakse hotelli ja külastaja vahel kokkulepitud viisil kas ettemaksu tegemise, krediitkaardi andmete, garantiikirja või vautšeri esitamisega. Selline süsteem kaitseb ühelt poolt klienti, sest majutusettevõtte hoiab tellitud tuba saabumisele järgneva päeva väljaregistreerimise ajani. Samuti välistab tellimuse garanteerimine ületellimuste tõttu külastaja ümbermajutamise mõnda teise majutuskohta.

Teiselt poolt kaitseb tellimuse garanteerimine aga majutusettevõtet. Garanteerimata tellimuse puhul on kliendil väga lihtne oma tellimusest loobuda ja ta ei pruugi sellest ka majutusettevõtet teavitada. Garanteeritud tellimus kaitseb majutusettevõtet mitteilmuvate klientide eest (st külastaja, kes teeb tellimuse, kuid ei ilmu kohale ega tühista seda). Sellisel juhul ei taha majutusettevõtte kaotada toa müügitulu, vaid nõuab selle ebakorrektselt kliendilt välja. Tellimuse garanteerimisega võtab külastaja kohustuse maksta toa eest isegi siis, kui ta seda tegelikult ei kasuta, v.a juhul, kui klient tühistab tellimuse vastavalt majutusettevõtte kehtestatud tingimustele. Variandid, kuidas saab tellimust garanteerida:

- **ettemaks** (*prepayment*) – kogu summa makstakse täielikult enne saabumist ette ära;
- **krediitkaart** (*credit card*) – märgitakse üles kliendi krediitkaardi number ning pannakse paika tühistamisaeg. Kui klient ei ilmu, broneeritakse kliendi kaardil vajalik summa ning tehakse talle arve nagu tavaliselt tarbitud teenuste puhul. See on kõige levinum garanteerimise viis;
- **osaline ettemaks** (*partial prepayment*) – külastaja maksab ette teatud summa, tavaliselt ühe ööpäeva maksumuse. Selline deposiit on üldjuhul soovitatav rühmatellimuste või pikalt hotellis viibivate külastajate puhul. Kui klient ei saabu või tühistab tellimuse hiljem, kui lepingus on ette nähtud, on hotellil õigus jätta deposiit kompensatsiooniks;
- **reisibüroo garanteeritud tellimus** (*advance deposit*) – rühmadele kehtestatud tagatissummad, mis hõlmavad üldjuhul majutuse maksumust. Reisibüroodega on tavaliselt sõlmitud lepingud ning kui reisibüroo teeb tellimuse, on nende tellimuskiri garantiiks. Reisibüroole kehtivad lepingulised tühistamistähtajad, mille eiramisel tuleb tasuda leppetrahve;
- **ühekordne lepinguline kokkulepe ehk garantiikiri** (*contractual agreement*) – tavaliselt hõlmab see ettevõtteid, kes ühekordselt kinnitavad ametlike kirjadega, et maksavad hotellile tellitud ja tarbitud teenuste eest.

Eesti majutusasutuste seas on väga levinud garanteerimata tellimuste rakendamine. Arvestades aga kõrghooaja lühidust ja meie klientide vähest korrektsust, oleks majutusettevõtetel siiski soovitatav rakendada tellimuse jõustumiseks kasvõi osalist ettemaksunõuet. Kui külastajal on tellimuse jõustumiseks kohustus tasuda näiteks 30-50% teenuse kogumaksumusest, siis ei loobu ta teenuste kasutamisest nii kergekäeliselt. Positiivne on samuti ka see, et kui külastaja soovib tellimuse tühistada, siis selleks saab ettevõtte kehtestada kindlad reeglid. Majutusettevõtte ei peaks kartma, et kui ta soovib kliendilt osalist ettemaksu, et kliendid teenuste kasutamisest loobuvad. Kui külastaja nõude tõttu loobub, siis saate teenust müüa nendele, kelle reisiplaanid on kindlamad.

4 Tellimuse protsessiga seotud tegevused

Tellimuse protsessi esimene samm on koguda potentsiaalse kliendi kohta võimalikult palju majutusettevõttele vajalikku infot ning selgitada välja, kas kliendile sobilik maja/tuba/toatüüp on soovitud ajavahemikul vaba.

Kui majutusettevõtteks on ühe majaga puhkemaja, siis ei ole mõistlik tekitada keerukat tellimuste süsteemi. Kui aga majutusettevõtte pakub klientidele mitut maja ja paljusid erinevaid tube, siis on soovitatav tekitada endale süsteem, millest kõik pereliikmed või ettevõtte töötajad ühtemoodi aru saavad. Vaba toa olemasolu selgitamine võib toimuda tellimuste graafiku abil. Paljud majutusettevõtted kasutavad tellimusgraafikuid (*reservation chart*) tubade hõive ülevaatlikustamiseks.

Tellimusgraafik näitab tubade hõivet konkreetse toanumbri ja kuupäeva seosena. Tellimusgraafikule märgitakse tellimused tavaliselt pliiatsiga, et saaks arvesse võtta kõik hilisemad muudatused või tühistamised. Graafikuid koostatakse üldjuhul kuude kaupa ja sellist tüüpi tellimusgraafikud sobivad väga hästi väiksema mahuga majutusettevõtetele:

- kus kliendid peatuvad pikema perioodi vältel;
- kus on palju erinevat tüüpi tube (erineva suuruse, interjööri, mugavustega);
- mis pakuvad kõrge personaalsusega teenuseid oma klientidele.

Tellimusgraafikule kantud tellimused on seotud kindla toaga. Vaadates joonist 1, võib näha, et hr Tammele on tehtud tellimus kahele laia voodiga kahetoale ajavahemikuks 2.-4. juunini ning tema tellimuse number on 13. Sellise graafiku puhul tuleb rõhutada joonte märkimise täpsust. Iga ruuduke märgib ühte ööd. Hr Tammele tehtud tellimuse puhul katab joon graafikus teise ja kolmanda kuupäeva, mis tähendab, et hr Tamm saabub 02. juuni õhtul ning lahkub 04. juuni hommikul. Neljanda juuni kuupäeva ruudukeselt hakkab juba uus tellimus. Käesolevas näites on neljandal juunil majas kaks klienti, kelleks on hr Kuusk, kes saabub samal päeval ja pr Jalakas, kes on majas alates teisest juunist.

Juuni								
Kuup Tuba	1	2	3	4	5	6	7	8
101 DBL		← Tamm 13 →						
102 DBL		← Tamm 13 →		← Kuusk 2 →				
103 TW								
104 TW		← Jalakas 8 →			← Mänd 17 →			
105 SGL								

Joonis 1. Tellimusgraafiku näidis (lühendid tabelis: DBL – laia voodiga kahekohaline tuba; TW – kahe kitsa voodiga kahekohaline tuba; SGL – ühe voodiga ühekohaline tuba).

Et tellimusgraafiku ruudukesed on detailse informatsiooni säilitamiseks liiga väikesed, peetakse üldjuhul lisaks veel kausta tellimuste detailidega. Tellimuse vormi näidis on toodud joonisel 2.

Kui on kontrollitud, kas vajalik tuba või toad on olemas või ei, siis töötaja võib tellimuse kas kinnitada või ära öelda. Kui tuba on vaba, võetakse tellimus üldjuhul vastu. Vastuvõtutöötaja koondab kogu tellimust puudutava info tellimuse vormile. Tellimust ei kinnitata, kui:

- majutusettevõttel ei ole soovitud toatüüpi küsitud kuupäevadel vaba;
- majutusettevõtte on juba täis;
- külastaja on tuntud kui “musta nimekirja” (*blacklist*) klient.

Paljudes majutusettevõtetes on “must nimekiri”, mis on nimekiri külastajatest, kes ei ole erinevatel põhjustel ettevõttesse oodatud. Nt käratsenud või kaklust alustanud inimesed; kliendid, kes pole oma varasemaid arveid tasunud või on seda teinud võltsitud või varastatud

krediitkaardiga. Seda nimekirja tuleb pidevalt täiendada ja kontrollida, et te teaksite kuidas selliste küllastajatega tellimust tehes käituda.

Kui töötaja ei saa kliendi tellimust vastu võtta, peab ta alati jääma viisakaks ning selgitama toimuvat. Kui soovitud tuba ei ole vaba, tuleb vabandada ja selgitada kliendile, et konkreetne tuba on hõivatud. Vastuvõtutöötaja saab aidata klienti nõustades või pakkudes talle alternatiivseid majutusvõimalusi (või teisi kuupäevi, kui tellimuse aega alles planeeritakse); kui see pole kliendile vastuvõetav, majutada ta võimalusel koostööpartneri juurde või kliendile sobivasse lähimasse majutusettevõttesse.

Kui teenuseid soovib tellida selline klient, kes on väga kasumlik ja teile huvipakkuv, siis kõige hullem mida teha saab, on tühistada varasem ja majutusettevõttele vähem raha sissetoov tellimus. Näiteks klient on tellinud kogu majutuskoha pulmade pidamiseks, pidanud hinnaläbirääkimisi ja saavutanud majutusettevõttega sobiliku kokkuleppe hindade osas. Nüüd aga helistab suurettevõtte esindaja, kes soovib samal ajal korraldada ettevõtte suvepäevi ja lepib hinnaga, mida te temalt küsite. Kindlasti tekib kiusatus valida kasumlikum klient ja teenida ettevõttele suuremat sissetulekut. Kui majutusettevõtte selle valiku teeb, siis kaasneb sellega üldjuhul iseenda maine kahjustamine. Ettevõtte võidab sellel ühel korral kasumlikuma kliendi, kuid teine klient hakkab kindlasti infot levitama majutusettevõtte vähese usaldusväärsuse kohta. Eesti klientuur on selleks liiga väike, et riskida sellisel viisil klientidest loobumisega.

Kui külastaja on “mustas nimekirjas”, sõltub vastuvõtutöötaja toimimisviis sellest, miks klient on sellesse nimekirja sattunud. Näiteks kui klienti teatakse kui arвете eest tasumata jäätjat, võib vastuvõtutöötaja nõuda temalt eelnevat ettemaksu, st tellimus jõustub alles pärast ettemaksu tasumist; kui inimest teatakse kui teiste häirijat, võib vastuvõtu töötaja keelduda tellimuse vastuvõtmisest.

Ja terminist vastuvõtutöötaja. Enamasti on selline ametikoht suuremates majutuskohtades ja hotellides, kuid õppematerjalid mõeldakse vastuvõtutöötajana kõiki neid inimesi, kes tegelevad otseselt majutusettevõtte külastaja teenindamisega. Siinjuures ei ole tähtsust, kas ta on omanik, palgaline töötaja, peremees, perenaine või vanaema. Külataja jaoks on ta majutusettevõtte esindaja ja ta on selle majutusettevõtte vastuvõtutöötajaks.

5 Tellimuse koostamine

Tellimuse koostamine tähistab klienditeekonna algust. Kui mõlemad pooled, nii klient kui majutusettevõtte, on tellimuse tingimustega nõustunud, kantakse külastajat puudutavad üksikasjad tellimuse vormile. Tellimuse vormid võivad erineda oma kujunduse ja vormistuse poolest, kuid küsitav informatsioon on üldjuhul sarnane. Tellimuse vormi (*reservation record*) illustreerib joonis 2.

Joonis 2. Tellimuse vormi näidis.

Tellimuse vormil võivad sisalduda järgmised andmed (tavaliselt ei küsita neid kõiki, vaid majutusettevõtte jaoks olulist valikut alljärgnevatest):

- **Nimi** – perekonna- ja eesnimi. Kui nimed on võõrapärased, tuleks need tähthaaval üle täpsustada.

- **Saabumiskuupäev** – alati tuleb jälgida majutusettevõtte poliitikat, kuidas kuupäevi üles märkida. Enamikes majutusettevõtetes kasutatakse päev-kuu-aasta süsteemi; osa aga kasutab kuu-päev-aasta süsteemi. Kokkuleppe täitmine on kohustuslik, sest selle eiramine võib tekitada palju segadust. Oluline on teada, kas on tegemist 12.10.xxxx või 10.12.xxxx kuupäevaks tehtava tellimusega.
- **Lahkumiskuupäev** – veenduge, et kirja on pandud lahkumiskuupäev, mitte külastaja viibimise viimane öö. Nt klient ütleb viibimiskestuseks 10.-12.10, aga rehkendab öödega. Lahkumiskuupäevaks on sel juhul 13. oktoober, mitte 12. oktoober ning selle kindlaks tegemine lasub vastuvõtutöötaja õlul.
- **Orienteeruv saabumise kellaeg** – see info annab vastuvõtule ettekujutuse, millisel ajavahemikul on kõige kiirem ja tõisem periood. Samuti võimaldab saabumiskellaaja teadmine saada ülevaadet klientide kohale tulekust – kui klient ei ole õigeaks ajaks päralt jõudnud, on võimalus üle helistada ja kontrollida külastaja tellimuse kehtivust. Tavaliselt jagatakse külastajad kaheks: enne kella 18 ja pärast seda saabujad.
- **Ööde arv** – see on kiireim viis kontrollimaks, kas saabumise ja lahkumise kuupäevad on õiged.
- **Toa tüüp** – näitab kliendi eelistust toa tüübi osas. Paljud hotellid kasutavad spetsiaalseid koode või lühendeid toatüüpide kohta, nt SGL, TW, DBL, SUI, aga kliendile tuleb toatüüpi kirjeldada talle arusaadaval kujul.
- **Tubade arv** – kliendi tellitud tubade koondarv (nt 2*SGL või 5*DBL).
- **Inimeste arv** – näitab tegelikku külastajate arvu, kes tuba kasutavad. See info on sellepärast vajalik, et ei ole harv juhus, kui kaheses toas magab ainult üks inimene või siis hoopis neljaliikmeline perekond. Inimeste arvust sõltub toa hind, hommikusöökide ettevalmistamine, lisavoodite paigaldamine jne.
- **Toa hind** – milliseks kujuneb kliendile toa hind. Vastuvõtutöötajate kohustus on selgitada, mis selles sisaldub ning kas kliendile kehtivad mingid soodustused (nt toa hind 60€ sisaldab hommikusööki, grilltarvikute ja sauna kasutamist).
- **(Kodune aadress)** – see on külastaja kodune aadress ja telefon, kui ta soovib maksta ise oma arvet.
- **(Tellimuse tegija)** – inimese nimi, kes teeb tellimuse (nt suurettevõtte sekretär, sõber). See ei pruugi olla sama isik, kes toas peatub. See pannakse kirja juhul, kui klienti ennast ei ole võimalik enne majutusettevõttesse sisseregistreerimist kätte saada.
- **Ettevõtte nimi, aadress, e-posti aadress** – kui tellimuse teeb ettevõtte, tuleb kirja panna selle täielik nimi. Nende andmete järgi kontrollitakse, kas konkreetsele ettevõttele kehtivad kokkuleppelised hinnasoodustused või mitte, samuti kontrollitakse ettevõtte andmete olemasolu ning korrektsust.
- **Telefoni number** – kontakttelefon on vajalik külastajatega kontakti saamiseks.
- **Maksmisviis** – see on esmane kokkulepe, kuidas klient soovib oma arve tasuda. Arvega maksmise puhul on oluline meenutada kliendile, et on nõutav ettevõtte garantiikiri. Samuti saab majutusettevõtte esindaja teada anda, kas nende ettevõttes saab kaardiga maksta või jõustub tellimus ainult eelneva ettemaksu alusel.
- **Garanteeritud ja garanteerimata tellimus** – tellimust tehes tuleb alati välja selgitada, millist tellimust klient soovib, loomulikult ainult sel juhul, kui hotell kasutab erinevaid tellimise variante. Garanteeritud tellimuse puhul tuleb veel lisaks:
 - Küsida maksmisvahendit (krediitkaardi puhul selle liik, kehtivusaeg, number)
 - Anda ettemaksu infot
 - Küsida ettevõtte garantiikirja
- **Tellimuse number** – kliendile antakse tellimuse kinnitusnumber, mis aitab õiget tellimust hiljem leida.

- **Vastuvõtmise kuupäev, vastuvõtja nimi ja allkiri** – siia paneb tellimuse vastu võtnud töötaja oma allkirja ja kuupäeva, millal tellimus tehti. Need andmed on abiks hilisemate probleemide lahendamisel, sest need võimaldavad tuvastada tellimuse tegija isiku.
- **Lisateenused** – milliseid lisateenuseid soovib klient kasutada, nt sauna, massaaži, toitlustust jne.
- **Märkused** – siin on ruumi kliendi spetsiaalsetele soovidele. Siia võib panna nt märkusi, et klient soovib tuppa lilli, soovib osaleda järgmisel päeval ekskursioonil, transporti majutuskohhta jne.

Tellimisprotsessi käigus tehakse sageli möödalaskmisi. Osaliselt juhtuvad need tellimuste vastuvõtja kogenematusesest või teadmatusesest, halvemal juhul hoolimatusest. Mõned kõige sagedamini tehtavad vead on järgmised:

- kirja on pandud vale saabumise või lahkumise päev;
- kliendi nimi on valesti üles märgitud;
- ees- ja perekonnanimi on ära vahetatud;
- kirja on pandud kolmanda isiku nimi;
- tellimuse detaile ei loeta kliendile ette;
- ei tehta vahet *double* ja *twin* tubadel;
- kasutatakse hotellitöö žargooni, mis teeb kliendi jaoks jutu mõistetamatuks.

Miks eelnevas loetelus toodud näiteid peetakse majutusettevõtluses tõsisteks apsudeks? Esmalt võib öelda, et palju arusaamatusi ja segadust tekitavad valesti üles märgitud külastaja nimi või viibimise kuupäevad. Külastajatele põhjustatakse ebamugavusi, kui ta peab ootama, kuni tema tellimus üles leitakse. Vaieldamatult tekitab probleeme, kui külastaja teeb teadmatusesest tellimuse „DBL toale“ ehk siis laia voodiga kahesele toale, kuna ettevõtte esindaja nii küsib ning majutusettevõttesse saabub kaks tööreisil olevat härrasmeest. Erialase žargooni kasutamist tuleks vältida arusaamatuste ära hoidmiseks, samuti võib külastajale tekitada ebamugavust, kui ta ei saa aru, mida ettevõtte esindaja talle räägib. Klient peab ennast selles protsessi mugavalt ja turvaliselt tundma.

Tellimuse detailide ettelugemine annab nii kliendile kui tellimuse vastuvõtjale võimaluse kohe vead parandada. Mõlemad pooled saavad üle täpsustada, kas nad on teineteist õigesti mõistnud.

6 Tellimuse kinnitamine või tühistamine

Tellimuse kinnitamine võimaldab majutusettevõttel üle kontrollida külastaja tellimusega seotud detailid (kas tuba vastab soovitul, kas kliendi nimi on õigesti kirja pandud, kas hind vastab kokkuleppele, kas saabumis- ja lahkumiskuupäevad on õiged jne). Kliendile antakse kinnitusnumber (selleks on enamasti tellimuse number), mis kinnitab kliendile, et tema andmed on salvestatud tellimisregistrisse (ja vahet ei ole kas andmed on elektrooniliselt arvutifailis või paberkandjal kaustas). Majutusettevõttele aga võimaldab tellimuse numbri kasutamine andmete kiiret leidmist.

Kinnituskirj (*confirmation letter*) on dokument, mis kinnitab, et kliendi tellimus on tehtud ja erisoovid arvesse võetud. Kinnituskirja saadetakse tavaliselt elektronpostiga (vahel veel ka faksiga). Majutusettevõtetel on soovitatav sellisteks puhkudeks välja töötada oma standardsed dokumendipõhjad, kuhu sisestatakse konkreetselt kliendi andmed. Kinnituskirja pealdiseks

peab olema “kinnituskiri” või “tellimuse kinnitus” ning seal peavad sisalduma ka saatja andmed.

Tuleb meeles pidada, et tellimuse kinnitusega tehtud kokkulepe on seaduslikult siduv mõlemale poolele. Kui kumbki soovib tellimust muuta või tühistada, võib seda teha ainult mõlema poole nõusolekul. Kui üks nendest pole muudatustega rahul, võib kahju saanud pool taotleda kompensatsiooni. Nt kui klient ei teavita majutusettevõtet tellimuse tühistamisest, võib viimane leppetrahvina esitada arve saamata jäänud tulude eest või vastava summa kinni pidada kliendi ettemaksust. Kui majutusettevõtte tühistab tellimuse ilma klienti sellest teavitamata, peab majutusettevõtte otsima kliendile alternatiivse majutuskoha, mis vastaks samale tasemele (või oleks parem), ning majutusettevõtte kohustus on kõigi majutuskoha vahetusega kaasnevate lisakulutuste kompenseerimine kliendile.

Tellimuse **tühistamine** (*amendment/cancellation of a reservation*) dokumenteerimine ja korrektne protseduurireeglite järgimine on niisama oluline kui tellimuse vastuvõtmine. Tellimuse tühistamisel tuleb küsida:

- külalise nime;
- vajadusel aadressi;
- tubade arvu;
- eeldatud saabumis- ja lahkumispäeva;
- inimese nime, kes tellimuse tühistas.

Lisaks märgitakse üles, kes töötajatest tühistamise vastu võttis ja mis kuupäeval seda tehti. Tühistamised on soovitatav teha kirjalikult, et paberkanal/elektroonilise dokumendina säiliks muudatuste tegemist põhjendavad alusmaterjalid. Probleemide tekkides on tühistamise dokumentide abil võimalik fakte kontrollida. Kõik elektronposti vahendusel tehtud tellimused ja kinnitused on võrdsed paberil tehtuga, kuid ka neid tuleb arvutifailina või väljaprintidult säilitada.

Külastaja, kes tühistab oma toa, on majutusettevõtte jaoks niisama oluline klient kui tellimuse tegija. Tellimusest loobumise teatamisel saab majutusettevõtte sama toa müüa mõnele teisele külastajale. Külastajal võib juba tühistamise hetkel olla vajadus uue tellimuse tegemiseks ning tühistaja viisakast teenindamisest sõltub selle konkreetse kliendi majutusettevõtte valik järgmise külastuse ajaks.

Kui majutusettevõtte teenustele on soovijaid rohkem kui majutusettevõtte hetkel suudab pakkuda, võib koostada **ootelehe** (*tentative list/waitlist*) või ootenimekirja nendest klientidest, kes n-ö jäävad ootama praeguste klientide tellimuste tühistamist. Kliendi nõusolekul kantakse ta ootelehele, võetakse tema andmed – nimi, telefoninumber, tubade soov. Kui sobivad toad, konverentsisaalid või muu soovitatav teenus vabaneb, teatatakse sellest kõigepealt ootelehel olevale kliendile ja alles seejärel pannakse need avalikku müüki.

Sageli satuvad rühmakliendid ootelehele, kui mitme reisigrupi viibimiskuupäevad osaliselt kattuvad. Üldjuhul saavad ootelehele paigutatud kliendid vajaliku teenuse, sest mida lähemale jõuab grupi saabumiskuupäev, seda tihedamini korrigeeritakse saabujate arvu. Enamasti saabujate arv väheneb, mitte ei suurene. Seetõttu võibki eelkõige hotellides sageli kohata ootelehel olevaid tellimusi, sest hotell püüab kõrghooajal maksimaalset tulu teenida. Ooteleht on ületellimuste legaalne vorm, sest tellimuse tegija teab, et tellimuse tegemise hetkel ei saa tema soove täies mahus täita.

Viimane samm tellimisprotsessis on tellimuse dokumentide koostamine. Tellimuse aruanded on üks tüüp aruandeid, mida koostatakse nii juhtkonnale kui ka teistele osakondadele/töötajatele, sest nendes aruannetes sisalduv info aitab maksimeerida teenuste müüki. Osa aruandeid koostatakse päeva kaupa (saabumiste ja lahkumiste lehed, mis on olulised vastuvõtu- ja majapidamisosakonna töö sujuvaks korraldamiseks), osa aruandeid koostatakse nädala või kuu kaupa (külastajate statistika, tubade hõive, mitteilmunute ja juhukülastajate arvud jne).

Et ei ole olemas kahte täpselt ühesugust majutusettevõtet, on ka kasutatavate süsteemide variatsioone arvukalt. Need kohanduvad majutusettevõtte spetsiifiliste vajaduste, töötajate oskuste, kogemustega ning loomulikult toimub ajapikku ka teatud mugandumine. See tähendab seda, et erinevad aruanded koondatakse üheks, vähesel määral muutuvad nende ülesehitus, sisu jne. Peamine on aga see, et ettevõttes oleks selge ülevaade toimuvast ning kogu info oleks mingil viisil talletatud ja kiiresti ülesleitav.

7 Majutuse ületellimuste tegemine

Ületellimuste (*overbooking*) kasutamist majutusettevõtetes põhjendatakse külastajate ebakorrekse käitumisviisiga. Mitteilmunud, pidevalt viimasel minutil tühistavad ja planeeritud lühemalt viibivad külastajad panevad eelkõige hotelle tegema ületellimusi, mis on tüüpiline transiit- ja kesklinna hotellidele, kus mitteilmunute, tühistamiste ja hiliste saabumiste osakaal on suurem kui teistes majutusasutustes.

Ületellimine toimub siis, kui majutusettevõte võtab vastu rohkem tellimusi, kui tal on vabu tube. Hotellimajanduses on see muutunud tavapäraseks müügistrateegiaks, sest nii on võimalik saavutada maksimaalne tubade täitumus. Nt kui hotelli tehakse suur rühmatellimus järgmise aasta augustikuusse, on üsna tõenäoline, et grupi saabumiskuupäeva lähenedes soovib reisibüroo oluliselt vähendada tellitud tubade arvu. Ületellimuse tegemine aitab hotellil vähendada mittesaabunute ja tühistatud rühmaliikmete tõttu tulu kaotamist.

Sellise müügistrateegia kasutamisel on aga ka tumedam külg. Ületellimustega võivad hotellid tekitada tõsist kahju oma heale mainele. Kui tellimuse teinud klient leiab saabudes, et tema jaoks ei ole vaba tuba, kahaneb külastaja usaldus hotelli vastu ja ta võib edaspidi vältida selle majutusasutuse teenuste kasutamist. Iga hotell, mis planeerib tubade ülemüüki, peab seda tegema teadlikult ning töötama välja täpsed standardid, kuidas vastuvõtutöötajad ülemügisituatsioonides käituma peavad. Selleks, et välja töötada ületellimuste vastuvõtmise mahtusid, on vaja kõiki andmeid eelnevate perioodide mitteilmunute, garanteeritud ja garanteerimata tellimuste, tühistamiste ning varasemate lahkumiste protsentide kohta. Selle põhjal saab välja arvutada ülemüügi kriitilise piiri, mille ületamine mõjub üldjuhul hotelli mainet kahjustavalt.

Mitterealiseeruvate tellimuste protsenti arvutatakse sellise valemi järgi: perioodi (päev, nädal, kuu) mitteilmunute, tühistajate ning varasemate lahkujate arvud liidetakse ning jagatakse tellimuste koguarvuga. Tulemusena saadakse keskmine tubade arv, mis üldjuhul tühjaks jäävad. Kui näiteks perioodi 200 tellimuse kohta on mitteilmunute arv 11, tühistamisi kolm ja hotellist planeeritud varem lahkujaid kaks, siis võib eeldada, et 8% tellimuste üldarvust jääb realiseerimata. Arvutuskäik oleks järgmine:

$$11 + 3 + 2 = 16;$$

$$16 : 200 = 0,08 \text{ ehk } 8\%.$$

Seetõttu võtavadki ettevõtted maksimaalse täitumuse saavutamiseks vastu kaheksa protsendi ulatuses ületellimusi.

Mida väiksem on majutusettevõtte, seda keerukam on teha ületellimusi! Kui puhkemaja praktiseerib garanteerimata tellimuste tegemist ja võtab piirkonna suursündmuse ajaks vastu kaks üheaegselt tellimust (ühele kliendile teeb näiteks eelmise aasta kogemusele toetudes ületellimuse kartuses, et äkki esimene klient jääb tulemata), siis võib väga kergesti juhtuda, et mõlemad kliendid siiski saabuvad. Ja võib aimata, mis siis juhtuma hakkab...

Selliste olukordade vältimiseks on igal juhul soovitav kehtestada tellimuse jõustumiseks kas osalist või täisettevõtet, mitte teha ületellimust ja riskida halva kuulsuse saamisega.

8 Kasutatud allikad

Viin, T. Hotelli vastuvõtt. Tartu Ülikooli Kirjastus, 2005.

Viin, T.; Villig, R. Hotellimajanduse alused. Kirjastus Argo, 2010.