JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة متقدمة في إدارة السياحة والضيافة

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة متقدمة في إدارة السياحة والضيافة

إدارة السياحة والضيافة في مستواها المتقدم دورة تدريبية مدتها أسبوعين لمديري الفنادق العامين ومديري الوجهات وتنفيذيي السياحة، يبني فيها المشاركون خطة أعمال فندقية لعامين تربط استراتيجية الوجهة بإدارة العائد وتجربة النزيل. فالملاك والمستثمرون والمسافرون باتوا يحكمون على الفندق والوجهة بالأدلة نفسها، مما يتطلب من القيادات رؤية موحدة للطلب والتسعير والنتائج المعلنة. تقدم هذه الدورة جوبيتر برايم للتدريب.

لماذا تهم إدارة السياحة والضيافة الآن

تعيد ثلاث قوى تشكيل إدارة السياحة والضيافة اليوم. فالمسافر يحجز عبر قنوات متعددة ويقارن القيمة في ثوان، فتقترب قرارات التسعير من لحظة الطلب. ويتوقع الملاك ومديرو الأصول تقارير فندقية بلغة موحدة تسمح بمقارنة فندق بآخر. وتتنافس الوجهات على الفعاليات والرحلات الجوية والاستثمار، فيرتبط مصير الفندق بمكانه الأوسع. القيادات التي تربط هذه القوى تحمي الهامش والسمعة، ومن يتجاهلها يطارد الإشغال بأي سعر. وتستند الدورة إلى النظام الموحد لحسابات صناعة الإقامة USALI في تقارير الأقسام، وإلى ممارسات إدارة الإيرادات الفندقية المعتمدة.

المستفيدون من إدارة السياحة والضيافة

- قيادات تتحمل مسؤولية الربح والخسارة الكاملة لفندق أو منتجع
- قيادات ترسم عرض الوجهة للزوار وتقويم فعالياتها وشراكاتها
- قيادات تحدد التسعير والتوزيع واستراتيجية القنوات عبر عدة فنادق
- قيادات تملك معايير تجربة النزيل وتطبيق هوية العلامة
- قيادات ترفع النتائج إلى الملاك ومجالس الإدارة والمستثمرين

تحقق اللجان التنفيذية للفندق الواحد، أو فرق المجموعات الفندقية مع مديرها التجاري، أكبر فائدة حين يحضر عدد من أعضائها معا ويعودون بخطة مشتركة.

قدرات إدارة السياحة والضيافة

يغادر المشاركون قادرين على ربط نمط الطلب في الوجهة بالسعر والتكلفة ووعد الخدمة، ثم الدفاع عن هذا الربط أمام الملاك.

- تقييم محركات الطلب في الوجهة ومزيج الشرائح — قرارات التموضع في اللجنة التنفيذية
- تصميم استراتيجية تسعير وتوزيع حسب الشريحة والقناة — المدير التجاري
- حساب العائد لكل غرفة متاحة وإجمالي الربح التشغيلي لكل غرفة ونسبة التدفق من قوائم USALI — الملاك ومديرو الأصول
- بناء رحلة نزيل تتضمن معايير معالجة الإخفاق في الخدمة — قيادات العلامة والتشغيل
- موازنة المشاريع الرأسمالية مقابل أدلة السوق — موافقات الاستثمار في مجلس الإدارة
- عرض خطة لعامين بمعالم قابلة للقياس — رؤساء الأقسام والشركاء

مصطلحات إدارة السياحة والضيافة الأساسية

- العائد لكل غرفة متاحة RevPAR — إيراد الغرف مقسوما على الغرف المتاحة، ويبين كفاءة تحويل المخزون الفندقي إلى دخل.
- إجمالي الربح التشغيلي لكل غرفة GOPPAR — مقياس لكفاءة التشغيل يتجاوز حجم المبيعات وحده.
- USALI — النظام الموحد لحسابات صناعة الإقامة، وهو صيغة مشتركة لقوائم الأقسام الفندقية.
- تحليل الإزاحة — اختبار يبين هل يحقق قبول حجز جماعي دخلا أعلى من حجوزات الأفراد التي يزيحها.
- الطاقة الاستيعابية للوجهة — مستوى استخدام الزوار الذي يتحمله المكان قبل أن تتراجع التجربة أو البيئة.
- نسبة التدفق — حصة الزيادة في الإيراد التي تصل فعلا إلى إجمالي الربح التشغيلي.

إدارة السياحة والضيافة يوما بيوم

اليوم 1: سياق الوجهة وقوى السوق

- نموذج دورة حياة الوجهة — موقع المكان في مسار نموه
- تحديد ملامح شرائح الزوار — المسافرون الذين يصنعون القيمة طوال العام
- منحنيات الموسمية — عروض المواسم الانتقالية وإيقاع التوظيف
- اختيار المجموعة التنافسية — مقارنات عادلة لأداء الفندق
- خريطة الوصول والرحلات الجوية — شراكات تفتح أسواق مصدر جديدة

اليوم 2: نماذج أعمال الضيافة

- أدوار المالك والمشغل والعلامة — من يقرر السعر والتكلفة والمعايير
- عقود الإدارة والامتياز التجاري — الرسوم والضوابط وبنود الأداء
- منظور إدارة الأصول — عوائد المالك مقابل أهداف المشغل
- صيغ المنتجعات والمشاريع متعددة الاستخدام — إيرادات تتجاوز الغرف
- نماذج المساكن ذات العلامة والشقق المخدومة — ملاءمة الإقامات الطويلة

اليوم 3: قراءة الأداء الفندقي من خلال USALI

- قوائم الأقسام وفق USALI — تقارير قابلة للمقارنة بين الفنادق
- النفقات التشغيلية غير الموزعة — مواضع تآكل الهامش في النفقات العامة
- اختبارات GOPPAR ونسبة التدفق — جودة نمو الإيرادات
- نسب تكلفة العمالة حسب القسم — خيارات الجدولة والإنتاجية
- حزمة تقارير المالك — تفسيرات للانحرافات يمكن الدفاع عنها

اليوم 4: التنبؤ بالطلب وإدارة العائد

- تقارير وتيرة الحجز والالتقاط — إشارات مبكرة لتحريك الأسعار
- التنبؤ بالطلب غير المقيد — الشهية الحقيقية للسوق خارج حدود الطاقة
- ضوابط مدة الإقامة — حماية ليالي الذروة
- نماذج الحجز الزائد — الموازنة بين خطر تحويل النزيل والغرف الشاغرة
- تحليل إزاحة المجموعات — قبول طلبات الكتل أو رفضها

اليوم 5: استراتيجية التسعير والتوزيع

- حواجز الأسعار وسلالم التسعير — قيمة الشريحة دون تآكل السعر
- تحليل تكلفة القنوات — صافي الإيراد حسب مصدر الحجز
- استراتيجية الحجز المباشر — برامج الولاء والموقع الإلكتروني والحجز الهاتفي
- عقود الشركات والجملة — انضباط الأسعار المتفاوض عليها
- إدارة الإيرادات الكلية — تسعير السبا والمطاعم وقاعات الاجتماعات

اليوم 6: تصميم تجربة النزيل

- رسم رحلة النزيل — اللحظات التي تشكل درجات التقييم
- المخطط الهيكلي للخدمة — التسليم بين الواجهة والخدمات الخلفية
- بروتوكولات معالجة الإخفاق في الخدمة — تمكين الموظفين من حل الشكاوى
- تحليل السمعة الإلكترونية — تحويل محاور التقييمات إلى إجراءات
- التخصيص عبر ملفات النزلاء — استخدام مسؤول للتفضيلات

اليوم 7: الأغذية والمشروبات والإيرادات المساندة

- مصفوفة هندسة القوائم — النجوم والألغاز وخيارات الهامش
- ثقافة سلامة الغذاء المبنية على HACCP — مخاطر المطبخ وحماية العلامة
- عائد الولائم والمؤتمرات — قيمة المساحة لكل متر مربع
- حزم التجارب ومنافذ البيع — إيرادات من الثقافة المحلية
- مراجعة مفاهيم المنافذ — الإبقاء على المنفذ أو تأجيره أو إعادة تموضعه

اليوم 8: الاستدامة وشراكات الوجهة

- مؤشرات كثافة استهلاك الطاقة والمياه — التكلفة وتوقعات النزلاء
- تتبع النفايات وهدر الطعام — ممارسات المطبخ والتدبير الفندقي
- التوريد من الموردين المحليين — منفعة المجتمع وأصالة العرض
- شراكات منظمات إدارة الوجهات — الحملات المشتركة
- تقويم الفعاليات والمهرجانات — ملء فترات الطلب المنخفض

اليوم 9: القرارات الرأسمالية والقيادة

- منطق دراسة جدوى فندق — اختبارات الطلب والسعر والعائد
- حالات التجديد وإعادة التموضع — التوقيت مقابل دورة السوق
- تخطيط مسار المواهب — التعاقب على المناصب الفندقية الرئيسية
- إيقاع اللجنة التنفيذية — المراجعات اليومية والأسبوعية والشهرية
- أدلة الأزمات واستمرارية الأعمال — الأحداث الصحية والمناخية والأمنية

اليوم 10: ممارسة خطة الأعمال الفندقية لعامين

- تطبيق ملامح الشرائح على توقعات الطلب لعامين
- تطبيق مستهدفات USALI على موازنات الأقسام
- تطبيق استراتيجية التسعير على تقويم القنوات والأسعار
- تطبيق معايير رحلة النزيل على معالم الخدمة
- استكمال خطة الأعمال الفندقية لعامين لمراجعة المالك

تطبيق إدارة السياحة والضيافة بعد الدورة

- قيادة مراجعة شهرية لنسبة التدفق وفق USALI مع رؤساء الأقسام والاتفاق على إجراءين لتحسين الهامش
- إجراء اختبار إزاحة على طلبات المجموعات الثلاثة التالية ومشاركة القرارات مع فريق المبيعات

أسئلة حول إدارة السياحة والضيافة

ما إدارة السياحة والضيافة المتقدمة ولماذا تهم الآن؟

هي ممارسة قيادية تربط طلب الوجهة والتسعير وتجربة النزيل والنتائج المعلنة في خطة واحدة. وتهم الآن لأن المسافرين يقارنون القيمة فورا والملاك يتوقعون تقارير قابلة للمقارنة، فتحتاج القيادات إلى قرارات متماسكة تجاريا ومع النزلاء.

ما الأدوار الأكثر استفادة من تدريب إدارة السياحة والضيافة؟

يستفيد أكثر مديرو الفنادق العامون وقيادات المجموعات التجارية ومديرو المنتجعات والوجهات. وتستفيد أنت إن كنت تجيب أمام الملاك أو مجلس الإدارة عن الربح أو استراتيجية الأسعار أو نمو الزوار وتحتاج رؤية متماسكة عبر الأقسام.

كيف تختلف إدارة السياحة والضيافة المتقدمة عن دورة إيرادات الفنادق؟

تركز دورة الإيرادات على أدوات التسعير لوظيفة واحدة. أما هذه الدورة فتضع التسعير بجانب استراتيجية الوجهة وتقارير USALI وتجربة النزيل والإيرادات المساندة والقرارات الرأسمالية، فترى أثر كل خيار في عوائد المالك والمكان الأوسع.

ماذا تعود به من تدريب إدارة السياحة والضيافة؟

تعود بخطة أعمال منظمة تغطي توقعات الطلب والموازنات وتقويم الأسعار ومعالم الخدمة. وتمنح لجنتك التنفيذية مستهدفات مشتركة وأساسا واضحا للحوار مع الملاك والشركاء.

إدارة السياحة والضيافة: الطريق إلى الأمام

توجه خطة الأعمال الفندقية لعامين أولا الموازنة السنوية وتقويم الأسعار المتفق عليهما مع الملاك. ويستخدمها المديرون العامون والقيادات التجارية ورؤساء الأقسام لمواءمة الخيارات اليومية مع المستهدفات الأبعد. وبعد ربعها الأول، تستحق افتراضات مزيج الشرائح والإزاحة مراجعة جديدة، لأن فعاليات الوجهة وتكاليف القنوات تتغير أسرع مما تتوقعه معظم الخطط.