

Professione Sogni

Il corso Hotel Front Office Management rappresenta il più completo e facile percorso di formazione del mondo del ricevimento alberghiero e in generale del ricettivo, potendo apprendere tecniche comportamentali, di vendita, di leadership, fiscali e di controllo di budget per il perfetto Front Office Manager

Prezzo € 105

La durata del corso è fissata in 50 gg, entro cui bisogna sostenere l'esame finale (online).

E' comunque possibile ripetere l'esame, se l'esito è negativo.

Superando l'esame, si riceve direttamente a casa il diploma di Hotel Front Office Management

Corso Hotel Front Office Management

Il corso si propone diversi obiettivi, che si possono sintetizzare come segue:

- conoscere il mondo del turismo, attori e statistiche, le peculiarità del prodotto turistico, le DMO;
- conoscere l'industria ricettiva e alberghiera secondo le diverse tipologie previste dalla legislazione italiana, l'autorizzazione d'esercizio e sanitaria, il vincolo di destinazione, metodi di classificazione internazionale;
- capire la struttura organizzativa di un albergo nazionale e internazionale, sapere leggere e capire l'organigramma d'impresa, conoscere tutti i compiti e responsabilità del Front Office;
- capire il ruolo del Front Office, conoscere tutte le procedure comportamentali standard internazionali dalla vendita della camera, all'arrivo dell'ospite, al suo soggiorno, fino alla sua partenza; gestione dell'overbooking;
- capire il mercato e la segmentazione dei clienti, gestire la procedura di check-in e check-out per individuali e gruppi, conoscere la legge sulla privacy, conoscere i principali contratti di fornitura turistici (allotment, vuoto per pieno);
- conoscere le principali tecniche di leadership e di management del personale, del tempo, dei problemi; tecniche di project oriented management, diagramma di Gantt e CPA Analysis;
- avere le principali conoscenze di revenue management alberghiero e l'applicazione delle formule di revenue per il forecast;
- capire e sapere applicare le tecniche motivazionali e di upselling nella vendita di camere, capire il linguaggio del corpo, sapere gestire le lamentele e le obiezioni;
- conoscere a livello generale il reparto camere e i rapporti con il Front Office alberghiero;

Professione Sogni

Il corso Hotel Front Office Management rappresenta il più completo e facile percorso di formazione del mondo del ricevimento alberghiero e in generale del ricettivo, potendo apprendere tecniche comportamentali, di vendita, di leadership, fiscali e di controllo di budget per il perfetto Front Office Manager

Prezzo € 105

La durata del corso è fissata in 50 gg, entro cui bisogna sostenere l'esame finale (online).

E' comunque possibile ripetere l'esame, se l'esito è negativo.

Superando l'esame, si riceve direttamente a casa il diploma in Hotel Front Office Management

Corso Hotel Front Office Management

- conoscere il sistema tributario, cosa è l'IVA e la sua gestione nelle fatture, i bolli, le note di credito e debito, gestione dell'IVA nelle commissioni per le agenzie di viaggi;
- conoscere i centri di analisi finanziaria di un albergo e i centri di responsabilità, la Balanced Scorecard, classificazione analitica dei costi, il direct costing e il breck even point, il budget della Room Division, l'Activity Based Costing;
- conoscenza basilare di alcune schermate del gestionale alberghiero Micros Opera.

Caratteristiche che rendono unico questo corso:

- un manuale pdf per te con più di 170 pagine studio + audio guida mp3 di 6 ore per sempre, realizzati per essere il migliore strumento didattico e far assimilare la materia con facilità e precisione;
- più di 300 domande di valutazione online per avere la certezza di capire e assimilare ogni singolo aspetto della materia.

Corso Hotel Front Office Management Programma del corso

Il turismo, natura e caratteristiche. Chi è il turista e chi non lo è da punto di vista tecnico. L'OMT, gli escursionisti e le diverse forme di viaggio.

Diversificazione dei servizi turistici, ricettivismo e tour packaging. Il mercato turistico, la domanda turistica, caratteristiche e elementi del prodotto turistico. Statistiche del mercato turistico in Italia e nel mondo. Individuazione delle imprese turistiche italiane. La destinazione turistica e risorse turistiche, caratteristiche principali. Le DMO nel turismo. I fornitori delle strutture ricettive: dalle adv alle compagnie aeree.

L'industria alberghiera e le tipologie di ricettivo secondo la legislazione italiana sul turismo. Caratteristiche del ricettivo: vincolo di destinazione, autorizzazioni d'esercizio, metodi di classificazione nazionali e internazionali, forme di associazionismo tra imprese ricettive, management contract. L'agriturismo come ricettivo speciale.

L'assetto organizzativo aziendale del personale: dimensione verticale e orizzontale del lavoro. Capire e leggere l'organigramma, strutture organizzative semplici, funzionali, divisionali.

L'organizzazione del personale alberghiero, compiti e responsabilità delle divisioni e reparti. Il Front Office come centro gestionale centrale: analisi dei compiti e responsabilità di tutte le figure di reparto.

Il Front Office Management: introduzione al reparto e procedure standard internazionali di comportamento dalla vendita al ricevimento e alla gestione dell'ospite. La domanda di mercato per il ricettivo: corporate, MICE, gruppi, leisure. La room forecast e l'overbooking: analisi e gestione. L'arte di ricevere l'ospite: procedure standard di check-in per individuali e gruppi, la registrazione delle presenze, legge sulla privacy, documento di viaggio, il voucher. Diritti e doveri dell'albergatore verso l'ospite secondo la legge italiana. Il check-out. La caparra. I contratti di fornitura: allotment e vuoto per pieno.

Tecniche di management: pianificare, sapere prendere decisioni, problem solving, time management, diagramma di Gantt e CPA.

Introduzione al Revenue Management alberghiero: cosa è il revenue e capire l'importanza delle proiezioni di vendita. La formula Hubbart, classi tariffarie, legge sui prezzi nel settore ricettivo italiano. Introduzione alle formule di revenue management alberghiero: l'occupancy, l'ADR, il RevPAR. Capire le somiglianze tra revenue e yield.

Tecniche di promozione dei servizi alberghieri alla vendita e agli ospiti. Le teorie motivazionali: Maslow, Mayo, Herzberg. Capire l'importanza dell'upselling e gestire un acquisto da parte del cliente, chiudere l'affare, sapere leggere il linguaggio del corpo, come vendere via telefono. Gestire le lamentele e le obiezioni di clienti e ospiti.

Introduzione al reparto camere alberghiero: uno sguardo sulla natura del reparto e sulle metodologie gestionali.

Il sistema tributario italiano: principi base costituzionali, i tributi, tasse e imposte. L'IVA: caratteristiche e condizioni di applicazione, IVA imponibile, non imponibile, esente, esclusa. La fattura e i registri IVA. Note di credito e debito, i bolli, le commissioni per le agenzie di viaggi.

Il controllo gestionale, analisi dei centri di responsabilità, di costo, di ricavo. Cosa è la Balanced Scorecard. Contabilità dei costi: tipologie di costi. Il Break Even Point. Il budget della Room Division. L'Activity Based Costing applicato all'albergo.

Introduzione al PMS Opera.

