

Algemene informatie over de hotelindustrie

Wat is de hotelindustrie?

De hotelindustrie hoort bij de dienstensector. Dat betekent dat hotels vooral diensten leveren, zoals overnachtingen voor mensen die op reis zijn. Dit kunnen toeristen zijn, maar ook mensen die voor hun werk reizen. Er zijn verschillende soorten plekken die deze overnachtingen aanbieden, dit noemen we ook wel accommodaties. Het kunnen hotels, motels, hostels, bed & breakfasts, maar ook pensions zijn.

Wat is kenmerkend voor de hotelindustrie?

Soorten hotels

Allereerst zijn er allerlei verschillende soorten hotels. Dat verschil kan bijvoorbeeld de prijs zijn die ze voor een overnachting vragen, je hebt bijvoorbeeld budgethotels maar ook luxe vijfsterrenhotels. De prijs hangt onder andere af van de faciliteiten en de service die het hotel aan zijn gasten biedt. Heeft het hotel bijvoorbeeld een zwembad of misschien wel een wellness? Of is er een gym voor de gasten? Bieden ze alleen een simpel ontbijt aan of kun je binnen de muren van het hotel dineren in een restaurant met een Michelin ster? Check je online in of is er een conciërge die de gast allerlei tips geeft over wat er te doen is in de stad?

Vervolgens kan een hotel zich op verschillende soorten gasten richten. Sommige hotels richten zich op toeristen, andere op zakelijke reizigers. Dan kunnen hotels zich nog op groepen richten en/of op individuele gasten. Tot slot zijn er ook hotels die focussen op het organiseren van vergaderingen, events en/of conferenties. Allerelei combinaties zijn ook mogelijk, bijvoorbeeld een hotel dat zich richt op groepen zakelijke reizigers die conferenties bezoeken.

Toerisme en hotels horen bij elkaar

Als mensen reizen hebben ze vaak een plek nodig om te slapen. Hotels spelen hier een belangrijke rol in en zorgen ook voor werkgelegenheid.

Net zoals in de rest van onze maatschappij maken hotels gebruik van technologie. Gasten boeken vaak online, via de website van het hotel zelf of via bijvoorbeeld Booking.com. Hotels gebruiken apps en systemen om het verblijf van de gast zo prettig mogelijk te maken.

Hotel Management School Maastricht

Daarnaast zijn mensen steeds op zoek naar nieuwe, bijzondere of duurzame ervaringen zoals een eco-hotel of een verblijf in een oud klooster.

Of mensen op reis gaan hangt af van de economie. Gaat het goed met de economie? Dan reizen mensen meer. In slechte tijden boeken ze minder vaak een hotel. Ook de seizoenen zijn belangrijk, als mensen vakantie hebben willen ze vaak naar een plek waar het mooi weer is. Bij het plannen van hun reis houden ze rekening met het orkaan- of regenseizoen.

Hoe is een hotel georganiseerd?

Een hotel bestaat uit verschillende afdelingen. Samen zorgen deze ervoor dat gasten een goed verblijf hebben. Dit zijn de belangrijkste afdelingen:

1. Front Office

- > *Receptie*: Regelt het inchecken, uitchecken en beantwoordt vragen van gasten.
- > *Conciërge*: Helpt gasten met bijvoorbeeld taxi's, uitstapjes of restauranttips.

2. Housekeeping (schoonmaak)

- > Maakt kamers en gemeenschappelijke ruimtes schoon.
- > Houdt de voorraad schoonmaakspullen bij.

3. Food & Beverage (eten en drinken)

- > *Restaurant*: Biedt ontbijt, lunch en/of diner aan.
- > *Roomservice*: Brengt eten en drinken naar de kamer.
- > *Bar*: Verkoopt drankjes en snacks.

4. Maintenance (onderhoud)

- > Zorgt dat alles in het hotel werkt (bijvoorbeeld de airco, verwarming).
- > Voert reparaties uit als iets kapot is.

5. Sales & Marketing (verkoop & marketing)

- > Promoot het hotel via bijvoorbeeld social media.
- > Werkt samen met bedrijven voor vergaderingen of evenementen.
- > Houdt zich bezig met revenue management door te sturen op een zo optimaal mogelijke bezetting en prijzen.

6. Human Resources (personeelszaken)

- > Neemt mensen aan en regelt opleidingen.
- > Let op de regels rondom werk en personeel.

Hotel Management School Maastricht

7. Financiën

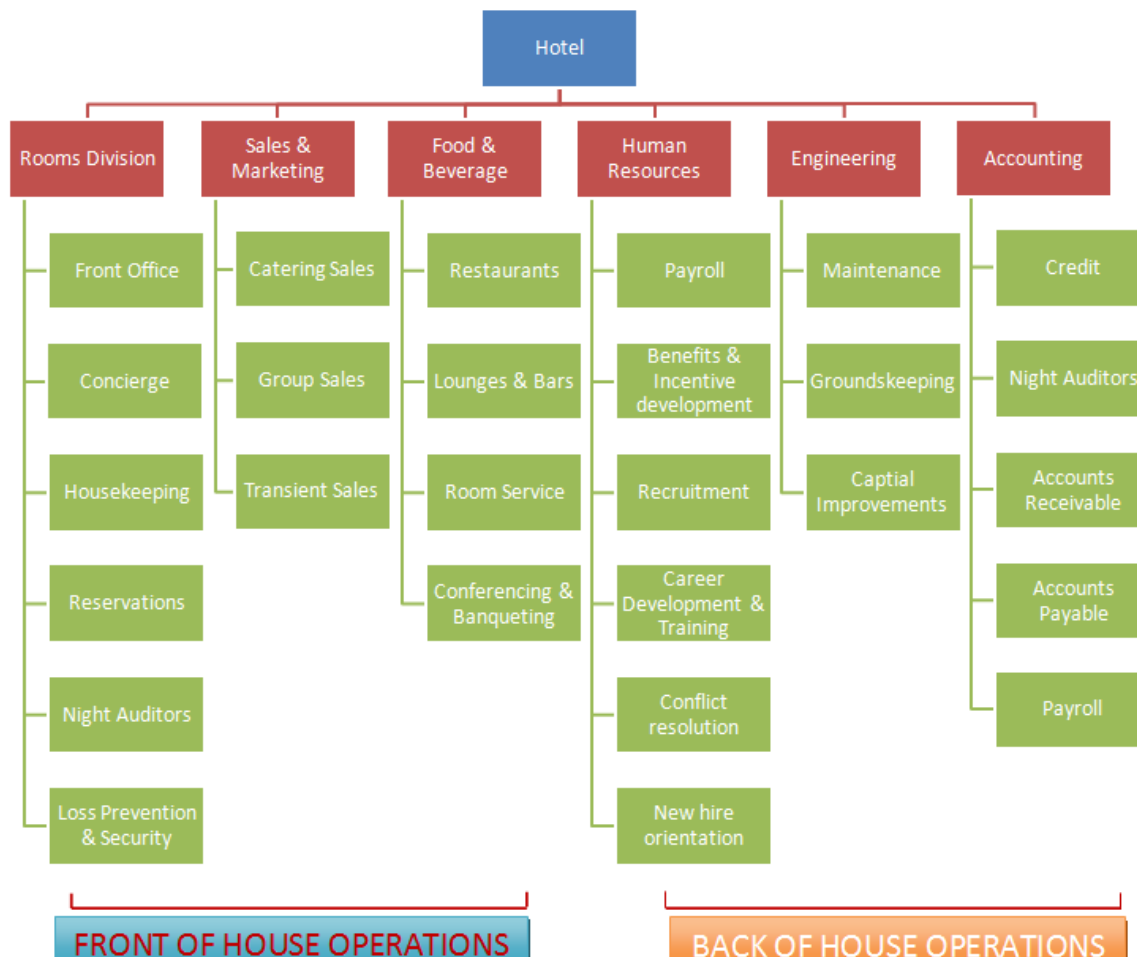
- > Houdt geldzaken bij, zoals de begroting en werkelijke inkomsten en uitgaven van het hotel.

8. Beveiliging

- > Zorgt dat gasten en personeel veilig zijn.

9. Overige services

- > Wellness
- > Gym
- > Golf
- > Casino



Hotel Management School Maastricht

Hoe wordt een hotel geleid?

Het bedrijf of de persoon die een hotel leidt (dit noemen we het hotelmanagement) is vaak iemand anders dan de eigenaar van het gebouw (dit kan ook weer een persoon of een bedrijf zijn) en kan ook weer een ander bedrijf zijn dan het bedrijf dat eigenaar is van het merk van het hotel. Dit maakt het best ingewikkeld.

Maar in dit hoofdstuk kijken we naar het hotelmanagement. Het doel van hotelmanagement is dat het hotel winst maakt, tevreden gasten heeft én goed voor het personeel zorgt. Sommige hotels willen daarnaast ook een positieve invloed hebben op de omgeving, zoals op het milieu of de mensen die rondom het hotel wonen en werken. Uiteindelijk gaat het erom dat het hotel kan blijven bestaan en daarom moet het deze doelen bereiken.

Hiervoor is een hotel op een bepaalde manier georganiseerd, dit noemen we de organisatiestructuur. Er zijn verschillende manieren om een hotel te organiseren. Een manier die veel mensen kennen is de piramidevorm. De directeur staat bovenaan en bepaalt wat de mensen die er werken moeten doen om het doel van het hotel te bereiken. Daaronder zitten dan de afdelingshoofden, en onder hen de medewerkers. Maar tegenwoordig zie je ook dat personeel op meerdere afdelingen werkt en meer inspraak heeft in de besluiten die door de afdelingshoofden en directeur genomen worden.

De mensen die in een hotel werken maken gebruik van allerlei informatiesystemen. Een belangrijk systeem is het Property Management Systeem (PMS). Dit is een systeem waarmee hotels de reserveringen, betalingen en kamerindelingen regelen. Ook is er een kassasysteem (Point of Sales, POS) en een systeem waarin alle gegevens over de gasten vastgelegd worden (Customer Relationship Management, CRM).

Goed personeel is belangrijk voor een hotel. Daarom zorgt het management dat het personeel zich verder kan ontwikkelen door het volgen van cursussen of trainingen op het werk. Ook zorgt het voor een fijne werksfeer en dat er volgens de regels gewerkt wordt.

Uiteindelijk draait alles om tevreden gasten. Gasten hebben een goede ervaring in het hotel als ze goed geholpen worden door het personeel, doordat ze bijvoorbeeld snel en makkelijk kunnen boeken en eventuele problemen snel en goed worden opgelost. Maar ook het gebouw, de faciliteiten in het gebouw (denk aan een comfortabel bed en een fijne douche) en de kwaliteit van het eten en drinken hebben invloed op de gastervaring. Alles moet goed en veilig werken in een hotel. Dat zorgt voor comfort én veiligheid voor de gasten.

Hotel Management School Maastricht

Hotels willen graag nieuwe gasten aantrekken en vaste klanten behouden. Ze doen dat via reclame, acties of sociale media. Het management probeert zoveel mogelijk kamers, eten, drinken en andere diensten te verkopen aan gasten voor een zo goed mogelijke prijs op dat moment, dit noemen we revenue management.

Om te kunnen blijven bestaan en het geld dat in het hotel gestoken is terug te verdienen, moeten hotels winst maken. Ze houden daarom hun uitgaven en inkomsten goed bij.

Het merk (brand) van een hotel

Branding gaat over hoe een hotel zich presenteert naar buiten toe. Denk aan de naam, het logo en vooral het gevoel dat gasten bij het hotel krijgen.

In de hotelindustrie zijn er een aantal grote brands, dit noemen we ook wel hotelketens. De grootste hotelketens ter wereld zijn onder andere Marriott, Hilton, IHG, Accor en Wyndham. Er zijn ook grote hotelketens in Nederland, zoals Van der Valk en Fletcher. Hotels kunnen zich bij zo'n keten aansluiten en gebruik maken van de sterke kanten van deze keten. Marriott heeft bijvoorbeeld een succesvol beloningsprogramma voor haar vaste klanten, waarbij deze allerlei voordelen krijgen als ze regelmatig bij één van hun hotels boeken. Als je als hotel bij de Marriott brand aansluit, krijg je daardoor waarschijnlijk veel gasten die van dit programma gebruik maken.

Top 10 Most Valuable Hotel Brands 2024



Hotel Management School Maastricht

Door een sterk merk kiezen gasten eerder voor een bepaald hotel en valt het hotel dus op ten opzichte van zijn concurrenten. Als gasten een goede ervaring hebben gehad bij het hotel komen ze sneller terug, op deze manier krijgt het hotel vaste klanten die het merk herkennen. Bij dit merk verwachten gasten dan een bepaalde kwaliteit. Ze willen dat hun verwachting, de belofte die het merk uitstraalt, wordt waargemaakt; pas dan zijn ze tevreden. Het is nog beter als gasten een ervaring hebben die beter is dan ze verwacht hadden.

Op een gegeven moment kan het zo zijn dat gasten een emotionele band krijgen met een hotelmerk. Het merk is meer geworden dan alleen de naam. Het merk kan dan staan voor bepaalde waarden, zoals duurzaamheid of gastvrijheid.

Een bekend merk kan geld verdienen met bijvoorbeeld samenwerkingen, evenementen of producten.

Tot slot is het belangrijk dat een hotel ook online zichtbaar is. In deze tijd is een goede website en sociale media heel belangrijk. Daar helpt een sterk merk bij.

Uitdagingen voor hotels

Wat zijn nu problemen en uitdaging waar hotels mee te maken hebben?

1. Goed personeel vinden

Het is soms moeilijk om mensen te vinden die goed werk leveren en willen blijven. Eén van de problemen is dat in de hotelindustrie ook buiten kantooruren gewerkt wordt, niet iedereen wil werken op momenten dat andere mensen vrij zijn.

2. Schoonmaak

Gasten verwachten dat alles schoon is. Dat vraagt veel aandacht en planning.

3. Betalingen regelen

Hotels moeten veel verschillende betaalmethoden accepteren én alles veilig houden.

4. Online beoordelingen

Veel mensen kiezen een hotel op basis van reviews. Hotels moeten dus hun reputatie goed in de gaten houden en proberen bij te sturen.

5. Dagelijkse organisatie

Alles moet goed verlopen, van reservering tot ontbijt. Daar zijn goede systemen voor nodig.

6. Veeleisende gasten

Gasten willen steeds meer luxe en gemak. Daar moet een hotel op inspelen.

Hotel Management School Maastricht

7. Technologie bijhouden

Denk aan contactloos inchecken of digitale kamersleutels. Hotels moeten hierin blijven investeren.

8. Duurzaamheid

Steeds meer mensen willen verblijven in een duurzaam hotel dat een positieve bijdrage levert aan onze maatschappij, zowel qua omgeving als op sociaal gebied.

Trends in de hotelindustrie

Er zijn allerlei ontwikkelingen in de wereld en ook mensen veranderen in wat ze willen. Daar moeten hotels op inspelen als ze willen blijven bestaan.

We noemen hier een aantal trends in de hotelindustrie.

1. Meer technologie

Veel hotels gebruiken apps en systemen voor check-in, als sleutel voor de hotelkamer en klantenservice, maar de technologische ontwikkelingen gaan verder dan dit. Denk bijvoorbeeld eens aan de mogelijkheden die Artificial Intelligence biedt.

2. Persoonlijke service

Gasten willen persoonlijke aandacht, bijvoorbeeld een kamer met hun favoriete kussen of een speciaal welkomstgeschenk. Maar ook hierin kan een hotel verder gaan door een unieke persoonlijke ervaring voor een gast te organiseren, bijvoorbeeld een backstage ticket voor een concert.

3. Duurzaam ondernemen

Steeds meer hotels letten op het milieu: minder plastic, zonne-energie en lokale producten. Dit zijn mooie eerste stappen, maar hoe zouden hotels nog meer het verschil kunnen maken? Bijvoorbeeld door mensen die moeilijk werk vinden een kans te geven.

4. Gezondheid en wellness

Spa's, fitnessruimtes, yoga en gezond eten worden steeds populairder in hotels.

5. Lokaal en authentiek

Gasten willen de lokale cultuur beleven. Hotels werken daarom vaak samen met lokale ondernemers. Een volgende stap zou kunnen zijn om ook samen te werken met de lokale bevolking en als hotel iets voor hen terug te doen.

6. Hygiëne en veiligheid

Sinds corona zijn schone kamers en veilige diensten extra belangrijk geworden.

7. Langer verblijven en werken

Mensen combineren vakantie met werk (workation). Hotels bieden daarom werkplekken aan. Denk hierbij ook aan de zogenaamde 'digital nomads', mensen die lange tijd werken op mooie plekken over de hele wereld.