

HANDLINGSPLAN
for
”Analyse af receptionistens ændrede rolle
og deraf afledte kompetencebehov”

Projektnummer: 139060
Projektpulje: AMU7681 Udvikling af Analyser AMU 2017

December 2017

Indholdsfortegnelse

Projektets formål.....	2
Efteruddannelsesudvalgets handlingsplan.....	3
Resultater fra analysen.....	3
Uddannelsesdækning af de nye afdækkede kompetencebehov	4
Revision af FKB.....	6
Udvikling af nye uddannelser	6
Gennemførelse af handlingsplan	7
Formidling af analysens resultater.....	7

Projektets formål

To tidligere analyser har vist, at medarbejderne i receptionen fortrinsvis er ufaglærte medarbejdere eller medarbejdere med anden faglig baggrund i en tværgående funktion. Opgaver og funktioner i receptionen variere kraftigt i forhold til virksomhedstype og størrelse, herunder omfang og niveau for de enkelte opgaver - fx er booking og check-in i receptionen på kroen eller på campingpladsen meget forskellig fra booking og check-in på high-end hoteller. Den teknologiske, samfunds- og branchemæssige udvikling inden for området stiller nye krav til medarbejdernes kompetencer og til fleksibilitet, herunder kompetence til egen faglig udvikling inden for området, der følger arbejdsmarkedets krav.

Analysen har kortlagt dels spredningen af virksomheder i beskæftigelsesområdet, herunder beskrive typer af virksomheder, medarbejdere og arbejdsfunktioner i receptionen. Derudover har undersøgelsen afdækket de kompetencer, som medarbejderne skal have i jobfunktionen, herunder hvilke kompetencebehov, der kan dækkes af arbejdsmarkedsuddannelserne inden for jobområdet, og hvilke udviklingstiltag udvalget skal foretage, for at dække behovet for kompetenceudvikling for medarbejderne i beskæftigelsesområdet.

Efteruddannelsesudvalgets handlingsplan

På baggrund af analysen, ”Analyse af receptionistens ændrede rolle og deraf afledte kompetencebehov”, er nedenstående handlingsplan udarbejdet til beskrivelse af, hvilke tiltag, der vil blive iværksat for at imødekomme analysens resultater.

Den teknologiske, samfunds- og branchemæssige udvikling inden for området stiller nye krav til receptionistens kompetencer og til fleksibilitet. Formålet med analysen er at afdække det aktuelle behov for kompetencer for medarbejderne i receptionen. Undersøgelsen har kortlagt virksomhedstyperne i beskæftigelsesområdet samt medarbejdere og arbejdsfunktioner i receptionen. Handlingsplanen omfatter udvikling af nye eller revision af eksisterende arbejdsmarkedsuddannelser til de afdækkede kompetencebehov, som ikke er uddannelsesdækket inden for FKB 2279 Reception, servering og service

Resultater fra analysen

Analysens resultater fra den kvantitative del af undersøgelsen viser, at:

- Der er 2407 medarbejdere, der er registreret til at arbejde som receptionister
- 96 % af receptionisterne arbejder typisk på hoteller og konferencecentre
- 70 % af receptionisterne arbejder i virksomheder med minimum 31 ansatte
- 50 % af receptionisterne arbejder i hovedstaden og 21 % i Syddanmark
- Der er ca. 2/3 kvinder – de fleste er under 35 år
- Der er ca. 2/3 fastansatte
- 28 % er uddannet receptionist eller inden for andre relaterede fag som serviceøkonom eller tjener

Analysen har afdækket følgende tendenser i forhold til receptionistens arbejdsopgaver:

Digitalisering: Sociale medier og digitale bookingplatforme skaber nye arbejdsopgaver, hvor en stor del af gæstedialogen foregår via bookingplatforme mv. Den digitale kommunikation med gæster fylder stadig mere for flere receptionister. De skal kunne aflæse og forstå gæstens behov allerede i mailkorrespondancen eller over telefonen.

Automatisering fylder meget lidt, men forventningen er, at der kan komme mere i fremtiden.

Enkelte af virksomhederne har eksperimenteret med automatisering, men er endt med at droppe det, da gæsterne ikke har været interesseret i det.

Gæsteoplevelser fylder stadig mere. Gæsterne har forventninger til og stiller krav til den gode oplevelse, den ekstraordinære eller anderledes oplevelse. Receptionisten er en nøglefigur i forhold til at sikre gæsternes gode oplevelser, hvilket ofte begynder allerede i en telefonsamtalen eller over en mailkorrespondance.

Det personlige møde med gæsten med fokus på værtsskab og oplevelse er fremtrædende blandt virksomhederne. Receptionisten er primært i personlige dialog og relation med gæsterne og virksomhederne oplever en stigende efterspørgsel efter personlig dialog, vejledning og rådgivning.

Uddannelsesdækning af de nye afdækkede kompetencebehov

Analysen har afdækket følgende nye eller øgede krav til medarbejdernes kompetencer

Drift og optimering ved hjælp af sociale medier og bookingportaler

Virksomhederne oplever et behov for, at deres receptionister kan optimere drift og omsætning ved at bruge sociale medier samt omdømmeplatforme og bookingportaler. Receptionisterne skal have viden om, hvordan de kan bruge de digitale platforme til at skabe bedre forretning og de skal have erfaring med konkret at bruge digitale platforme i deres arbejde.

Kompetencebehovet er til dels uddannelsesdækket gennem:

48325 Forretningsforståelse og nøgletal i IT systemer, 2 dage

40906 Revenue Management, 2 dage

45900 Data- og bookingsystemer i receptionen, 2 dage

Rapporten angiver følgende kompetencer til at supplere ovenstående mål:

- Deltageren har kendskab og viden om økonomien bag bookingplatforme.
- Deltageren har viden om optimering af bookingplatforme med henblik på at få bedre økonomi i forretningen.
- Viden om drift og optimering af sociale medier og bookingplatforme.
- Introduktion til brug af sociale medier.
- Viden om deleøkonomi.

Kompetencerne ses dækket af nedenstående kurser ved tilkobling fra andre Efteruddannelsesudvalg:

40995 Nye kunder via viral markedsføring, 2 dage.

Deltageren kan med udgangspunkt i virksomhedens e-strategi (markedsføringsstrategi på Internettet) anvende viral markedsføring til at styrke virksomhedens online markedsføringsindsats. Deltageren kan anvende forskellige virale markedsføringsmedier og -kanaler, herunder sociale netværk, nichesites, communities, blogs mm., og kan vurdere hvilke og hvornår de skal bringes i spil i forhold til virksomhedens ønskede målgruppe. Deltageren kan bistå ved udarbejdelsen af en markedsføringskampagne og kan placere/uploade den i de relevante medier.

47562 Valg af markedsføringskanal, 2 dage.

Deltageren kan, via viden om segmentering som værktøj til målgruppeudvælgelse samt viden om forskellige online og offline markedsføringskanaler, herunder sociale medier og internetbaserede netværk, vurdere og udvælge den mest relevante markedsføringskanal til en udvalgt målgruppe. Deltageren kan deltage i arbejdet med at iværksætte en markedsføringskampagne i forskellige markedsføringskanaler, fx med input til opsætning af annoncer, valg af søgeord, mv.

44319 Økonomistyring i virksomheder, 4 dage.

Deltageren kan udarbejde et internt regnskab for forskellige virksomhedsformer. Deltageren kan på baggrund af udarbejdet internt regnskab udarbejde forskellige analyser samt rapporter, der viser virksomhedens udvikling og kan desuden fortolke de enkelte analyser. Deltageren kan selvstændigt udarbejde et simpelt budget samt forstå sammenhængen mellem de enkelte budgetelementer og foretage følsomhedsanalyser. Endelig kan deltageren til brug for en beslutningsprocessen som styringsredskab udarbejde forskellige rapporter og analyser på opstillede budgetter.

Online kommunikation og dialog med gæster

Virksomhederne oplever et behov for, at deres receptionister kan kommunikere med gæsterne online. At kommunikationen med gæsterne foregår online stiller nye krav til en ensartet og tydelig kommunikation og dialog, som er anderledes end den personlige dialog på stedet. Receptionisterne skal have viden om, hvordan de kommunikerer med gæster på de forskellige digitale platforme og fora og hvilke forventninger kunden har ifht. Tone og svartid

Kompetencebehovet er til dels uddannelsesdækket gennem egne kurser:

- 48587 Branchekommunikation på hotel og restaurant, 2 dage
- 47869 Branchekorrespondance i receptionen, 2 dage
- 45900 Data- og bookingsystemer i receptionen, 2 dage

Endvidere er kompetencebehovet dels dækket gennem følgende delkompetencer:

- ”Deltageren kan udarbejde retningslinjer for håndtering af konfliktsituationer i den digitale gæstebetjeningen - fx ved håndtering af kritik på sociale medier eller klager” (48433 Rundt om konflikter med gæsten 2)
- ”Deltageren kan opsætte regler og retningslinjer for medarbejderes kommunikation på virksomhedens sociale medier” (48590 Trivsel og sikkerhed på hotel og restaurant - 2)

Rapporten angiver følgende kompetencer til at supplere ovenstående mål:

- Deltageren har viden om brugen af omdømmekommunikation.
- Deltageren kan aflæse gæstens behov på basis af den skriftlige dialog og agere på baggrund af den.

Kompetencerne kan dækkes af nedenstående kurser ved tilkobling fra andre Efteruddannelsesudvalg:

47343 Kundeloyalitet med sociale medier i detailhandlen, 2 dage.

Deltageren opnår kendskab til og kan anvende sociale medieplatforme med afsæt i detailhandelsvirksomhedens målsætning til at fastholde og udbygge kundeloyalitet. Deltageren er bevidst om brugeradfærd på de sociale medier. Deltageren kan anvende konkrete teknikker til dialog med butikkens kunder via forskellige sociale medier, fx teknikker der støtter op om kundernes kommunikation om produkterne, eller som involverer kunderne i udvikling af nye produkter. Deltageren har forståelse for detailhandelsvirksomhedens koncept med henblik på vedligeholdelse af kundeloyalitet.

Co-creation af oplevelser og møder mellem mennesker

Virksomhederne oplever et behov for at deres receptionister, kan skabe oplevelser og møder med udgangspunkt i gæsten. Receptionisterne skal have redskaber, så de kan skabe små og store øjeblikke og oplevelser. I en digital tid har gæsterne samtidig et stigende behov for personlige øjeblikke og møder mellem mennesker som modspil. Et behov som receptionisterne skal være med til at imødekomme.

Kompetencebehovet er uddannelsesdækket gennem egne kurser:

- 48009 Receptionens innovative serviceydelser
- 40909 Skab serviceoplevelser sammen med gæsten

Gæstens univers af oplevelser og touch points

Virksomhederne oplever et behov for, at deres receptionister har viden om gæsternes brugerrejse og touch points og hvordan receptionisten kan være med til at skabe ikke bare een, men mange oplevelser helt fra den indledende kontakt (før opholdet), men også når gæsten er rejst igen (efter opholdet). Receptionisterne skal vide, hvor mange touch points gæsterne har med receptionen under hele brugerrejsen og de skal have konkrete redskaber til, hvordan de kan skabe mange små oplevelser som led i den samlede brugerrejse.

Kompetencebehovet er ikke uddannelsesdækket gennem eksisterende kurser i AMU

Revision af FKB

Undersøgelsen har kortlægning samt medarbejdere og arbejdsfunktioner i receptionen af beskæftigelsesområdet viser, at der er brug for en revision af FKB 2279 reception, servering og service - med henblik på opdatering af beskæftigelsesområdet i forhold til beskrivelsen af fordelingen af medarbejdere og jobfunktioner inden for jobområdet i relation til reception samt arbejdspladser.

I forhold til de afdækkede behov for kompetencer i udførelse af arbejdet viser analysen behov for opdatering af FKB'ens tilhørende arbejdsmarkedsrelevante kompetencer "Reception" og "Kommunikation i gæstebetjeningen" i forhold til øget krav til kompetencer i relation til digitaliseringen og skabelse af oplevelser sammen med gæsten. Der skal opdateres for krav til medarbejdernes kompetencer inden for;

- drift og omsætning ved brug af sociale medier, omdømmeplatforme og bookingportaler,
- online gæstebetjening og brug af sociale medier,
- Co-creation af oplevelser og møder mellem mennesker samt
- det strategiske arbejde med at skabe gæsteoplevelser for den enkelte gæst gennem hele gæstens brugerrejse ved brug af touch points.

Udvikling af nye uddannelser

Der er behov for udvikling af følgende AMU-kurser:

Arbejdstitel: Strategien bag gæstens samlede oplevelser

Der er behov for, at medarbejderen kan indsamle viden om gæsternes brugerrejse og touch points, og hvordan receptionisten kan være med til at skabe mange af gæstens oplevelser fra første kontakt til når efter gæstens ophold. Medarbejderen skal kunne indsamle gæsternes touch points under hele gæstens brugerrejsen, og de skal have konkrete redskaber til, hvordan de kan skabe mange små oplevelser som led i den samlede brugerrejse. Endvidere skal medarbejderen have kompetencer til at arbejde strategisk med gæstens touch points både før, under og efter oplevelsen.

Kurset forventes have en varighed på 2 dage.

Gennemførelse af handlingsplan

Efteruddannelsesudvalget for Køkken, Hotel, Restaurant, Bager, Konditor og Kødbranchen forventer at kunne gennemføre handlingsplanen i løbet af 2019 i forbindelse med Forhåndsansøgningen 2019

Formidling af analysens resultater

Analysen vil blive formidlet via Efteruddannelsesudvalgets hjemmeside www.khru.dk til organisationer, virksomheder, skoler m.fl. Endvidere vil analysen blive formidlet til organisationer repræsenteret i Efteruddannelsesudvalget og udbudsgodkendte skoler i udvalgets nyhedsbreve om nye AMU-uddannelser, inspirationsmaterialer mm

Køkken-, Hotel- og Restaurantfagenes Uddannelsessekretariatet
14. december 2017