

# job READY

2023-1-IS01-KA220-VET-000158090

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ JOBREADY

ΕΝΟΤΗΤΑ 6

Επαγγελματική επικοινωνία στον  
τομέα της φιλοξενίας

This Project has been funded with support from the European Commission.

This publication only reflects the views of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which be made of the information contained therein.



Co-funded by  
the European Union



## Ενότητα 6: Επαγγελματική επικοινωνία στον τομέα της φιλοξενίας

### I. Επισκόπηση ενότητας

Σε αυτή την ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι εισάγονται σε βασικά στοιχεία επαγγελματικής επικοινωνίας που μπορεί να χρειαστούν όταν εργάζονται στον κλάδο της φιλοξενίας. Μαθαίνουν φράσεις και ορολογία που χρησιμοποιούνται στον κλάδο της φιλοξενίας, εξασκούν την προφορική και γραπτή επικοινωνία που μπορεί να έχουν με τους επισκέπτες σε επαγγελματικό επίπεδο σε διάφορες θέσεις της οντότητας φιλοξενίας τους. Αυτό περιλαμβάνει επίσης γνώσεις σχετικά με τις διαπολιτισμικές και διαγενεακές πρακτικές επικοινωνίας που αποτελούν σημαντικά στοιχεία για την «απευθυνόμενη» σε επισκέπτες με διαφορετικό πολιτισμικό, εθνικό και ή θρησκευτικό υπόβαθρο. Καλύπτει επίσης την κατανόηση της στοχευμένης επικοινωνίας προς ευάλωτους επισκέπτες και εμφανίζει διαφορετικά προφίλ επισκεπτών, ενεργή ακρόαση, άμεση και ακριβή απάντηση που δίνει εργαλεία και τεχνικές, συμπεριλαμβανομένης της σύγχρονης τεχνολογίας υποστήριξης επικοινωνίας (όπως διαδικτυακή προώθηση μέσω social media, αλληλογραφία μέσω email στον κατάλληλο τόνο, τηλεφωνικές απαντήσεις σε κρατήσεις ή παράπονα).

Επιχειρηματική Επικοινωνία		Διάρκεια (Ωρες)
<b>Μάθηση βασισμένη στην τάξη</b>	Παράδοση περιεχομένου	15
	Ατομική Εργασία	4
	Αξιολόγηση	1
<b>Θεωρητική και Πρακτική Μάθηση</b>		Πρακτικές που εφαρμόζονται σε περιβάλλον ΕΕΚ που προσομοιώνει πραγματικές καταστάσεις

## II. Επισκόπηση Μαθησιακών Μονάδων

Μαθησιακές Μονάδες	Διάρκεια (Ώρες)
<b>LU6.1</b> –Σχετικά με τη σημασία της επαγγελματικής επικοινωνίας στον κλάδο της φιλοξενίας	1
<b>LU6.2</b> –Σύγχρονα κανάλια και μέσα επικοινωνίας για τον κλάδο, συμπεριλαμβανομένων των νέων τεχνολογιών	3
<b>LU6.3</b> –Καλές πρακτικές στην επικοινωνία με τους πελάτες	3
<b>LU6.4</b> –Διαπολιτισμική και επικοινωνία μεταξύ των γενεών και η επίδραση άλλων προφίλ επισκεπτών στην επικοινωνία	3
<b>LU6,5</b> –Ο ρόλος της επικοινωνίας στο μάρκετινγκ των υπηρεσιών φιλοξενίας	3
<b>LU6.6</b> –Επαγγελματικές επικοινωνιακές δεξιότητες για αλληλεπίδραση με συναδέλφους και προϊσταμένους	2

## 1. Μαθησιακή Ενότητα 6.1: Σχετικά με τη σημασία της επαγγελματικής επικοινωνίας στον κλάδο της φιλοξενίας

### • Περιγραφή Μαθησιακής Ενότητας

Αυτή η ενότητα εστιάζει στη σημασία και την αναγκαιότητα της άριστης επικοινωνίας στον κλάδο της φιλοξενίας με τους επισκέπτες, καθώς και στην «αμφίδρομη επικοινωνία». Είναι ένα είδος εισαγωγής στο θέμα σε αυτόν τον συγκεκριμένο κλάδο.

### • Μαθησιακά Αποτελέσματα και Στόχοι

Μαθησιακά Αποτελέσματα	Μαθησιακοί Στόχοι	Διάρκεια (Ώρες)
LO6.1 Προσδιορίστε τη σημασία της επαγγελματικής επικοινωνίας στον κλάδο της φιλοξενίας	6.1.1 Επαγγελματική επικοινωνία στη φιλοξενία 6.1.2 Αμφίδρομη επικοινωνία στη φιλοξενία	1

### • Μαθησιακό Αποτέλεσμα 6.1 - Δραστηριότητες και Φύλλα Αναφοράς

- LO6.1 Προσδιορίστε τη σημασία της επαγγελματικής επικοινωνίας στον κλάδο της φιλοξενίας.

Μαθησιακός στόχος	6.1.1 Επαγγελματική επικοινωνία στη φιλοξενία
-------------------	---

Εστιάζοντας σε αποτελεσματικές στρατηγικές επικοινωνίας στον τομέα της φιλοξενίας, οι μαθητές μπορούν να αποκτήσουν γνώσεις σχετικά με τις διάφορες πτυχές της διαχείρισης της επικοινωνίας και τον αντίκτυπό της στη συνολική ικανοποίηση των επισκεπτών και την επιχειρηματική επιτυχία. (Βλ. φύλλο αναφοράς 6.1.1.α)

Επαγγελματισμός και εθιμοτυπία στην επικοινωνία φιλοξενίας: ακολουθώντας μια εθιμοτυπία επικοινωνίας κατάλληλη για τη φιλοξενία μπορεί να δώσει στους μαθητές τη νοοτροπία που απαιτείται για την αποτελεσματική επικοινωνία. Βλέπε φύλλο αναφοράς 6.1.1.β).

**Φύλλο αναφοράς 6.1.1.α: Αποτελεσματικές στρατηγικές επικοινωνίας στη φιλοξενία**

**Η σημασία της επικοινωνίας στη φιλοξενία:** Η αποτελεσματική επικοινωνία είναι ένα σημαντικό στοιχείο για την παροχή εξαιρετικών εμπειριών επισκεπτών και τη διατήρηση μιας θετικής φήμης.

**Στρατηγικές εσωτερικής επικοινωνίας:** Η προώθηση της σαφούς και αποτελεσματικής επικοινωνίας μεταξύ των μελών του προσωπικού περιλαμβάνει την εφαρμογή τακτικών συναντήσεων, ψηφιακών πλατφορμών και πρωτοκόλλων επικοινωνίας που πρέπει να ακολουθηθούν.

**Στρατηγικές εξωτερικής επικοινωνίας:** Η αλληλεπίδραση με τους επισκέπτες, η διαχείριση σχολίων και η αποτελεσματική επικοινωνία θα πρέπει να λάβουν υπόψη διάφορα κανάλια, όπως προσωπικές επαφές, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ιστότοπους και email.

**Επικοινωνιακός Σχεδιασμός Κρίσης:** Είναι σημαντικό να υπάρχει ένα σχέδιο επικοινωνίας για την αντιμετώπιση κρίσεων για τον χειρισμό απροσδόκητων καταστάσεων, τη διατήρηση της διαφάνειας και τον μετριασμό πιθανής ζημιάς στη φήμη.

**Φύλλο αναφοράς 6.1.1.β: Επαγγελματισμός και εθιμοτυπία στην επικοινωνία της φιλοξενίας**

**Η σημασία του επαγγελματισμού και της εθιμοτυπίας στην επικοινωνία της φιλοξενίας:** Η διατήρηση του επαγγελματισμού και η άσκηση της εθιμοτυπίας στην επικοινωνία είναι σημαντική για τη δημιουργία θετικής εντύπωσης στους επισκέπτες και τη βελτίωση της συνολικής εμπειρίας του επισκέπτη.

**Εθιμοτυπία λεκτικής επικοινωνίας:** Αυτό περιλαμβάνει τη χρήση κατάλληλης γλώσσας, τόνου και ομιλίας καθαρά και ευγενικά όταν αλληλεπιδράτε με καλεσμένους και συναδέλφους.

**Εθιμοτυπία μη λεκτικής επικοινωνίας:** Τα μη λεκτικά στοιχεία, όπως η γλώσσα του σώματος, η οπτική επαφή και οι εκφράσεις του προσώπου, είναι σημαντικά ως στοιχεία μη λεκτικής επικοινωνίας για τη μετάδοση του επαγγελματισμού και τη δημιουργία μιας φιλόξενης ατμόσφαιρας σε χώρους φιλοξενίας.

**Εθιμοτυπία γραπτής επικοινωνίας:** καλύπτει την εθιμοτυπία αλληλογραφίας, την αλληλογραφία επισκεπτών και τη διατήρηση ενός επαγγελματικού τόνου σε γραπτό υλικό όπως μενού, πινακίδες και διαφημιστικό υλικό.

**Πολιτισμική ευαισθησία και ποικιλομορφία:** Ο σεβασμός των πολιτιστικών διαφορών και η προώθηση της συμμετοχής στην επικοινωνία φιλοξενίας μπορεί να βοηθήσει να διασφαλιστεί ότι όλοι οι επισκέπτες αισθάνονται εκτίμηση και σεβασμό.

**Αντιμέτωπιση δύσκολων καταστάσεων με χάρη:** επίλυση συγκρούσεων με διπλωματικό τρόπο και διατήρηση του επαγγελματισμού σε δύσκολες καταστάσεις και πρόκληση αλληλεπιδράσεων με επισκέπτες ή συναδέλφους.

**Μαθησιακός  
στόχος****6.1.2 Αμφίδρομη επικοινωνία στη φιλοξενία**

Η αμφίδρομη επικοινωνία στη φιλοξενία αναφέρεται στην ανταλλαγή πληροφοριών, ιδεών και ανατροφοδότησης μεταξύ παρόχων φιλοξενίας (π.χ. προσωπικό ξενοδοχείου, διακομιστές εστιατορίων, ξεναγοί) και επισκέπτες με αμοιβαίο, διαδραστικό τρόπο. Αυτή η μορφή επικοινωνίας περιλαμβάνει και τα δύο μέρη να συμμετέχουν ενεργά στο διάλογο, με κάθε πλευρά να ακούει, να ανταποκρίνεται και να εμπλέκεται με την άλλη για να εξασφαλίσει αποτελεσματική επικοινωνία και κατανόηση.

Στο πλαίσιο του κλάδου της φιλοξενίας, η αμφίδρομη επικοινωνία διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο στη διευκόλυνση των θετικών εμπειριών των επισκεπτών, στη δημιουργία σχέσεων με τους πελάτες και στην άμεση και αποτελεσματική αντιμετώπιση των αναγκών και των ανησυχιών των επισκεπτών. Υπάρχουν τυπικές βασικές πτυχές της αποτελεσματικής αμφίδρομης επικοινωνίας στη φιλοξενία που πρέπει να θυμάστε. (Βλέπε φύλλο αναφοράς 6.1.2)

### **Φύλλο αναφοράς 6.1.2: Βασικές πτυχές της αμφίδρομης επικοινωνίας στη φιλοξενία**

**Ενεργή ακρόαση:** Οι πάροχοι φιλοξενίας πρέπει να ακούν ενεργά τις ερωτήσεις, τα σχόλια και τα αιτήματα των επισκεπτών για να επιδείξουν προσοχή και να διασφαλίσουν ότι οι επισκέπτες αισθάνονται ότι τους ακούνε και τους εκτιμούν. Ακούγοντας προσεκτικά και με ενσυναίσθηση, το προσωπικό της φιλοξενίας μπορεί να κατανοήσει καλύτερα τις ανάγκες των επισκεπτών και να προσαρμόσει ανάλογα τις απαντήσεις και τις υπηρεσίες τους.

**Σαφής και διαφανής επικοινωνία:** Εφαρμόστε ανοιχτή, ειλικρινή και ανταποκρινόμενη επικοινωνία, παρέχοντας ακριβείς πληροφορίες σχετικά με τις υπηρεσίες, τις ανέσεις, τις τιμές, τις πολιτικές και τυχόν σχετικές ενημερώσεις, για να διασφαλίσετε ότι οι επισκέπτες είναι καλά ενημερωμένοι και μπορούν να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις.

**Σχόλια και δέσμευση:** Η ενθάρρυνση των επισκεπτών να παρέχουν σχόλια σχετικά με τις εμπειρίες τους και η ενεργή συμμετοχή με τα σχόλια, τις προτάσεις και τις ανησυχίες τους είναι απαραίτητη για την ενίσχυση της ικανοποίησης των επισκεπτών. Μπορείτε να αναζητήσετε σχόλια μέσω ερευνών, καρτών σχολίων, διαδικτυακών κριτικών και προσωπικών αλληλεπιδράσεων.

**Επίλυση προβλήματος:** Η αμφίδρομη επικοινωνία είναι ζωτικής σημασίας για την αποτελεσματική και αποδοτική αντιμετώπιση των παραπόνων, των ζητημάτων και των συγκρούσεων των επισκεπτών. Επιτρέποντας στους επισκέπτες να εκφράσουν τις ανησυχίες τους και παρέχοντας έγκαιρες και ικανοποιητικές λύσεις, οι πάροχοι φιλοξενίας μπορούν να μετριάσουν τις αρνητικές εμπειρίες, να διατηρήσουν την αφοσίωση των επισκεπτών και να ενισχύσουν τη συνολική ικανοποίηση των επισκεπτών.

**Εξατομίκευση και εξατομίκευση:** Η αμφίδρομη επικοινωνία σας επιτρέπει να εξατομικεύσετε και να προσαρμόσετε τις εμπειρίες των επισκεπτών με βάση τις ατομικές προτιμήσεις, τα ειδικά αιτήματα και τα σχόλια. Σας βοηθά να κατανοήσετε τις ανάγκες τους, ώστε να μπορείτε να παρέχετε εξατομικευμένες υπηρεσίες που ξεπερνούν τις προσδοκίες των επισκεπτών.



## 2. Μαθησιακή Ενότητα 6.2: Σύγχρονα κανάλια και μέσα επικοινωνίας για τον κλάδο, συμπεριλαμβανομένης της νέας τεχνολογίας

### • Περιγραφή Μαθησιακής Ενότητας

Η επικοινωνία μπορεί να χρησιμοποιεί διαφορετικά κανάλια και μέσα. Οι εκπαιδευόμενοι στον τομέα της φιλοξενίας θα πρέπει να μάθουν σε αυτήν την ενότητα ποια κανάλια/τύποι επικοινωνίας χρησιμοποιούνται συνήθως στον τομέα τους για ποιο σκοπό ή/και στόχους, και να ευαισθητοποιηθούν σε πιθανά εμπόδια επικοινωνίας στον κλάδο της φιλοξενίας.

### • Μαθησιακά Αποτελέσματα και Στόχοι

Μαθησιακά Αποτελέσματα	Μαθησιακοί Στόχοι	Διάρκεια (Ώρες)
LO6.2 Ονομάστε κανάλια και μέσα επικοινωνίας στη σύγχρονη βιομηχανία φιλοξενίας	<p>6.2.1 Κανάλια επικοινωνίας: λεκτική, μη λεκτική, παραλεκτική και γραπτή επικοινωνία</p> <p>6.2.2 Αποτελεσματικά απλά μέσα ψηφιακής επικοινωνίας για επικοινωνία</p> <p>6.2.3 Τυπικά εμπόδια επικοινωνίας στον κλάδο της φιλοξενίας</p>	3

### • Μαθησιακό Αποτέλεσμα 6.2 - Δραστηριότητες και Φύλλα Αναφοράς

- LO6.2 Ονομάστε κανάλια και μέσα επικοινωνίας στη σύγχρονη βιομηχανία φιλοξενίας

Μαθησιακός στόχος	6.2.1 Κανάλια επικοινωνίας: λεκτική/μη λεκτική και παραλεκτική, γραπτή επικοινωνία
-------------------	--

Τα κανάλια επικοινωνίας και τα μέσα επικοινωνίας είναι δύο σχετικές έννοιες που αναφέρονται σε διαφορετικές πτυχές της διαδικασίας επικοινωνίας. (Βλ. φύλλο αναφοράς 6.2.1.α)

Η σαφής και αποτελεσματική γραπτή επικοινωνία είναι ζωτικής σημασίας για τη διατήρηση της λειτουργικής αποτελεσματικότητας και της ποιότητας των υπηρεσιών. Οι αποτελεσματικές δεξιότητες γραπτής επικοινωνίας είναι απαραίτητες στη σύγχρονη φιλοξενία για

τη μετάδοση πληροφοριών, τη δημιουργία σχέσεων, τη διαχείριση των εμπειριών των επισκεπτών και την προώθηση της επιχειρηματικής επιτυχίας. Οι επαγγελματίες της φιλοξενίας θα πρέπει να δίνουν προτεραιότητα στη σαφήνεια, τον επαγγελματισμό και την πελατοκεντρικότητα στις γραπτές επικοινωνίες τους για να ενισχύσουν την ικανοποίηση των επισκεπτών. Ωστόσο, αυτό ισχύει και για τη λεκτική επικοινωνία και σημαντικά στοιχεία μη λεκτικής επικοινωνίας όπως η γλώσσα του σώματος, οι χειρονομίες, οι εκφράσεις του προσώπου, η οπτική επαφή και ο τόνος της φωνής παίζουν καθοριστικό ρόλο στη μετάδοση μηνυμάτων και στη δημιουργία μιας θετικής εμπειρίας επισκέπτη. (Βλ. φύλλο αναφοράς 6.2.1.β).

#### **Φύλλο αναφοράς 6.2.1.α: Σχετικά με τα κανάλια και τα μέσα επικοινωνίας**

**Κανάλι Επικοινωνίας:** Ένα κανάλι επικοινωνίας είναι το μονοπάτι ή το μέσο μέσω του οποίου μεταδίδεται ένα μήνυμα από τον αποστολέα στον δέκτη. Αναφέρεται στη συγκεκριμένη μέθοδο ή διαδρομή που χρησιμοποιείται για την παράδοση πληροφοριών, όπως αλληλεπιδράσεις πρόσωπο με πρόσωπο, τηλεφωνικές κλήσεις, email, μηνύματα κειμένου, πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης, τηλεδιάσκεψη, γραπτά σημειώματα κ.λπ. Τα κανάλια επικοινωνίας μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε προφορικά ( προφορικά), μη λεκτικά (γλώσσα σώματος, χειρονομίες) και γραπτά (με βάση κείμενο) κανάλια. Η επιλογή ενός καναλιού επικοινωνίας εξαρτάται από παράγοντες όπως η φύση του μηνύματος, οι προτιμήσεις του αποστολέα και του παραλήπτη, ο επείγων χαρακτήρας της επικοινωνίας, η προσβασιμότητα της τεχνολογίας και η ανάγκη για εμπιστευτικότητα.

**Μέσα επικοινωνίας:** Τα μέσα επικοινωνίας αναφέρονται στα εργαλεία, τις συσκευές, τις τεχνολογίες ή τους φυσικούς πόρους που χρησιμοποιούνται για τη διευκόλυνση της επικοινωνίας μέσω ενός επιλεγμένου καναλιού. Τα μέσα επικοινωνίας μπορεί να περιλαμβάνουν smartphone, σταθερά τηλέφωνα, υπολογιστές, tablet, φαξ, ταχυδρομείο, εφαρμογές ανταλλαγής μηνυμάτων, λογισμικό τηλεδιάσκεψης, συστήματα δημόσιων διευθύνσεων, έντυπο υλικό και άλλα. Τα μέσα επικοινωνίας επιτρέπουν τη μετάδοση και λήψη μηνυμάτων εντός του επιλεγμένου καναλιού και διαδραματίζουν ζωτικό ρόλο στη διευκόλυνση της αποτελεσματικής επικοινωνίας μεταξύ ατόμων ή ομάδων.

### Φύλλο Αναφοράς 6.2.1.β: Η έννοια πίσω από τα βασικά κανάλια επικοινωνίας

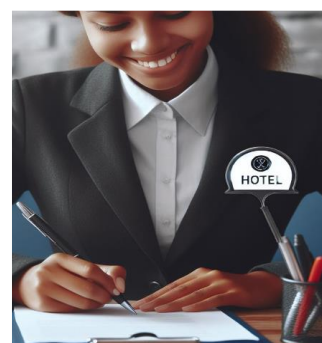
**Προφορική επικοινωνία:** Η λεκτική επικοινωνία αναφέρεται στη χρήση λέξεων, προφορικών ή γραπτών, για τη μετάδοση ενός μηνύματος ή μιας πληροφορίας. Περιλαμβάνει την ανταλλαγή ιδεών, σκέψεων και συναισθημάτων μέσω της γλώσσας, είτε σε συνομιλίες πρόσωπο με πρόσωπο, τηλεφωνικές κλήσεις, email, παρουσιάσεις ή οποιαδήποτε άλλη μορφή λεκτικής αλληλεπίδρασης.

**Μη λεκτική επικοινωνία:** Η μη λεκτική επικοινωνία είναι η μετάδοση μηνυμάτων ή πληροφοριών με άλλα μέσα εκτός από τις λέξεις. Περιλαμβάνει τη γλώσσα του σώματος, τις χειρονομίες, τις εκφράσεις του προσώπου, την οπτική επαφή, τη στάση του σώματος, τον τόνο της φωνής και άλλες μη λεκτικές ενδείξεις που μεταφέρουν συναισθήματα, στάσεις και προθέσεις. Μπορεί να επηρεάσει σημαντικά τον τρόπο με τον οποίο ερμηνεύεται ένα μήνυμα και μπορεί να συμπληρώσει ή να έρχεται σε αντίθεση με τη λεκτική επικοινωνία.

**Παραλεκτική επικοινωνία:** Η παραλεκτική επικοινωνία αναφέρεται στις φωνητικές πτυχές της λεκτικής επικοινωνίας που είναι ξεχωριστές από τις πραγματικές λέξεις που εκφωνούνται. Περιλαμβάνει στοιχεία όπως τον τόνο της φωνής, τον τόνο, την ένταση, τον τονισμό, τις παύσεις και τον ρυθμό ομιλίας, τα οποία μπορούν να επηρεάσουν το νόημα και τον αντίκτυπο ενός μηνύματος. Οι παραλεκτικές ενδείξεις παρέχουν πρόσθετο πλαίσιο και συναίσθημα στη λεκτική επικοινωνία, βοηθώντας στη μετάδοση αποχρώσεων και στην ενίσχυση του επιδιωκόμενου μηνύματος.

**Γραπτή επικοινωνία στη φιλοξενία:** περιλαμβάνει επιστολές επισκεπτών και σημειώσεις καλωσορίσματος ή επιχειρησιακά έγγραφα όπως εγχειρίδια και αναφορές, ενώ οι σύγχρονοι οργανισμοί φιλοξενίας μετατοπίζουν το υλικό μάρκετινγκ σε διαδικτυακή επικοινωνία, καθώς και email, ιστοσελίδες και αναρτήσεις μέσω κοινωνικής δικτύωσης, για παράδειγμα.

*Εικόνα που δημιουργήθηκε από το Bing AI Image Generator*



### **Ατομική Εργασία 1: Εισαγωγή στην έννοια της μη λεκτικής επικοινωνίας και τη σημασία της σε χώρους φιλοξενίας**

**Υλικά:** χαρτί, στυλό ή υπολογιστή, tablet ή κινητό τηλέφωνο για να αποκτήσετε πρόσβαση στα παραδείγματα, να σημειώσετε ευρήματα και να κρατήσετε σημειώσεις.

#### **Εντολή:**

*Βήμα 1:* Δώστε παραδείγματα για το πώς οι μη λεκτικές ενδείξεις μπορούν να επηρεάσουν την εμπιστοσύνη των επισκεπτών, την άνεση και τη συνολική αντίληψη για την ποιότητα της υπηρεσίας. Μπορείτε να τα μοιράσετε στην τάξη ή να δώσετε την περιγραφή της κατάστασης ως ψηφιακό κείμενο.

*Ακολουθεί ένα παράδειγμα για αρχή, το οποίο μπορεί να συντομευτεί σε οποιοδήποτε από τα εξεταζόμενα τμήματα φιλοξενίας, αλλά δίνει, συνολικά, μια καλή εικόνα του ταξιδιού του επισκέπτη και της εμπειρίας επικοινωνίας σε ένα ξενοδοχείο:*

#### **Εισαγωγή:**

Στην πρωτεύουσα της Αυστρίας, το Bristol Hotel είναι γνωστό για την πολυτέλεια και τη φιλοξενία του. Με τους πλούσιους εσωτερικούς χώρους, την άψογη εξυπηρέτηση και την εκπληκτική θέα στον ορίζοντα της πόλης, το ξενοδοχείο έχει κερδίσει τη φήμη για την παροχή εξαιρετικών εμπειριών στους επισκέπτες. Ωστόσο, κάτω από το μεγαλείο κρύβεται ένα μυστικό όπλο που ξεχωρίζει το Μπρίστολ από τους ανταγωνιστές του: η δύναμη της μη λεκτικής επικοινωνίας.

#### **Ρύθμιση του σκηνικού:**

Καθώς πλησιάζει η πολυάσχολη περίοδος των διακοπών του ξενοδοχείου, το προσωπικό του Bristol προετοιμάζεται για μια εισροή υψηλών επισκεπτών, συμπεριλαμβανομένων διασημοτήτων, μεγιστάνες των επιχειρήσεων και ξένων αξιωματούχων. Ανάμεσά τους είναι ο κ. David Chen, ένας διάσημος διεθνής επιχειρηματίας, γνωστός για το απαιτητικό γούστο του και τα απαιτητικά πρότυπα στο ξενοδοχείο.

#### **Η άφιξη:**

Ένα τραγανό πρωινό του Δεκεμβρίου, ο κύριος Τσεν φτάνει στο Μπρίστολ, τον οποίο υποδέχεται ο θυρωρός του ξενοδοχείου, Άνταμ. Με ένα ζεστό χαμόγελο και μια σίγουρη χειραψία, ο Άνταμ καλωσορίζει τον κύριο Τσεν και τον συνοδεύει στο λόμπι. Καθώς περπατούν, ο Άνταμ αντικατοπτρίζει διακριτικά τον χαλαρό βηματισμό του κ. Τσεν και διατηρεί οπτική επαφή, αποπνέοντας επαγγελματισμό και προσοχή.

#### **Check-in:**

Στη ρεσεψιόν, η ρεσεψιονίστ Niki αναλαμβάνει, καθοδηγώντας απρόσκοπτα τον κύριο Chen στη διαδικασία του check-in. Παρά το πολυσύχναστο λόμπι γεμάτο καλεσμένους, η Νίκη διατηρεί μια ήρεμη και συγκρατημένη συμπεριφορά, μιλώντας απαλά και καθαρά καθώς εξηγεί τις ανέσεις και τις υπηρεσίες που διαθέτει ο κύριος Τσεν. Το φιλικό της χαμόγελο και η ανοιχτή στάση της μεταδίδουν ζεστασιά και ειλικρίνεια, χαλαρώνοντας αμέσως τον κύριο Τσεν.

**Ανάθεση δωματίου:**

Καθώς ο κύριος Τσεν συνοδεύεται στην πολυτελή σουίτα του στον τελευταίο όροφο, συνοδεύεται από τον καμπαναριό Σάιμον. Ο Σάιμον μεταφέρει τις αποσκευές του κυρίου Τσεν με ευκολία, περνώντας αβίαστα στους διαδρόμους και τα ασανσέρ του ξενοδοχείου. Παρά τη σωματική καταπόνηση, ο Miguel παραμένει έτοιμος και γυαλισμένος, με τον σίγουρο βηματισμό του και τη με σεβασμό συμπεριφορά του να αντανακλούν τη δέσμευση του ξενοδοχείου για αριστεία στην εξυπηρέτηση.

**Γευστική εμπειρία:**

Εκείνο το βράδυ, ο κ. Τσεν δειπνεί στο βραβευμένο με αστέρι Michelin εστιατόριο του ξενοδοχείου, όπου τον παρακολουθεί ο διακομιστής Ρόμπερτ. Με άψογο χρονοδιάγραμμα και χάρη, ο Robert προβλέπει τις ανάγκες του κ. Chen, προσφέροντας προτάσεις μενού και συνδυασμούς κρασιών με ένα γνήσιο χαμόγελο. Το προσεκτικό του βλέμμα και τα διακριτικά νεύματα έγκρισης σηματοδοτούν την εμπιστοσύνη του κυρίου Τσεν στην τεχνογνωσία της, ενισχύοντας τη θετική του εντύπωση για το εστιατόριο και το ξενοδοχείο συνολικά.

**Τα επακόλουθα:**

Καθώς ο κ. Τσεν ολοκληρώνει τη διαμονή του στο Μπρίστολ, αναλογίζεται την εμπειρία του με μια αίσθηση ικανοποίησης και θαυμασμού. Ενώ οι ανέσεις και οι υπηρεσίες του ξενοδοχείου ήταν αναμφίβολα κορυφαίες, ήταν οι μη λεκτικές ενδείξεις που εξέθεσε το προσωπικό που του άφησαν μόνιμο αντίκτυπο. Από το φιλόξενο χαμόγελο του θυρωρού μέχρι τις προσεκτικές χειρονομίες του διακομιστή, κάθε αλληλεπίδραση συνέβαλε στην εμπιστοσύνη, την άνεση και τη συνολική αντίληψη του κ. Chen για την ποιότητα των υπηρεσιών του ξενοδοχείου.

**Σύναψη:**

Στον ανταγωνιστικό κόσμο της φιλοξενίας, το Bristol ξεχωρίζει όχι μόνο για τα πολυτελή καταλύματα και τις εξαιρετικές επιλογές φαγητού, αλλά και για την ακλόνητη δέσμευση του προσωπικού του στην αριστεία στη μη λεκτική επικοινωνία. Αναγνωρίζοντας τη δύναμη των μη λεκτικών ενδείξεων που επηρεάζουν την εμπιστοσύνη των επισκεπτών, την άνεση και την αντίληψη της ποιότητας των υπηρεσιών, το ξενοδοχείο έχει θέσει ένα νέο πρότυπο για εμπειρίες φιλοξενίας που αφήνουν μια μόνιμη εντύπωση ακόμη και στους πιο απαιτητικούς επισκέπτες, όπως ο κ. Chen.

*Βήμα 2:* Οι μαθητές θα πρέπει να βρουν και να σημειώσουν στο παράδειγμα τα μη λεκτικά σημάδια για να τα θυμούνται και να κατανοήσουν καλύτερα σε ποια κατάσταση θα μπορούσαν να εμφανιστούν ή να εφαρμοστούν.

**Εκτιμώμενη διάρκεια:** 15-20 λεπτά

**Μαθησιακός  
στόχος****6.2.2 Αποτελεσματικά απλά μέσα ψηφιακής  
επικοινωνίας σε σύγχρονους φορείς φιλοξενίας**

Ενώ τα μέσα ψηφιακής επικοινωνίας περιλαμβάνουν τις ευρείες κατηγορίες καναλιών επικοινωνίας που χρησιμοποιούνται ψηφιακά, τα ψηφιακά εργαλεία επικοινωνίας είναι οι συγκεκριμένες τεχνολογίες ή εφαρμογές που επιτρέπουν και ενισχύουν την ψηφιακή επικοινωνία με αυτά τα μέσα. Τα αποτελεσματικά εργαλεία ψηφιακής επικοινωνίας ανθίζουν (βλ. φύλλα αναφοράς 6.2.2.β και 6.2.2.γ) και τα άτομα και οι οργανισμοί έχουν διαφορετικές προτιμήσεις για τη χρήση του ενός ή του άλλου για τη βελτίωση της συνεργασίας, τον εξορθολογισμό των διαδικασιών επικοινωνίας και τη διατήρηση αποτελεσματικών και παραγωγικών αλληλεπιδράσεων στον σημερινό ψηφιακό κόσμο. Η προτίμηση για εργαλεία ψηφιακής επικοινωνίας μπορεί να διαφέρει ανάλογα με τις μεμονωμένες ανάγκες, προτιμήσεις και συγκεκριμένες περιπτώσεις χρήσης. (Βλέπε φύλλα αναφοράς 6.2.2.α και 6.2.2.β).

Εικόνα που δημιουργήθηκε  
από το Bing AI Image  
Generator

### Φύλλο αναφοράς 6.2.2.α: Αποτελεσματικά απλά μέσα ψηφιακής επικοινωνίας και παραδείγματα εργαλείων

**E-mail:** Το email παραμένει ένα από τα πιο ευρέως χρησιμοποιούμενα και αποτελεσματικά εργαλεία ψηφιακής επικοινωνίας για την αποστολή μηνυμάτων, εγγράφων και ενημερώσεων. Επιτρέπει την επίσημη και

ασύγχρονη επικοινωνία, καθιστώντας την κατάλληλη για επαγγελματικές ανταλλαγές.

**Μέσα κοινωνικής δικτύωσης:** Οι πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι, για παράδειγμα, το Facebook, το Twitter, το LinkedIn, το TikTok και το Instagram, τα οποία θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για την αλληλεπίδραση με ένα ευρύτερο κοινό, την κοινή χρήση ενημερώσεων και την προώθηση προϊόντων ή υπηρεσιών.

**Εφαρμογές για κινητά:** Οι εφαρμογές για φορητές συσκευές που έχουν σχεδιαστεί για επικοινωνία, όπως το WhatsApp, το Telegram ή το Viber, παρέχουν άμεσα μηνύματα. Παρέχουν επίσης φωνητικές κλήσεις και βιντεοκλήσεις εν κινήσει, παρόμοια με πλατφόρμες όπως το Slack, το Microsoft Teams, το Zoom, το Webex ή το GoToWebinar, που χρησιμοποιούνται επίσης για τηλεδιάσκεψη. Η χρήση τους μπορεί να περιορίζεται μάλλον στην επικοινωνία του προσωπικού ή στην επικοινωνία με νεότερους επισκέπτες.



**Φύλλο Αναφοράς 6.2.2.β: Βασικές εκτιμήσεις για τα σύγχρονα ψηφιακά μέσα επικοινωνίας**

**Πλατφόρμες κριτικής** (TripAdvisor, Google Reviews, Booking.com και παρόμοια) :

**Κοινό-στόχος:** Σημαντικό για όλα τα τμήματα πελατών, ιδιαίτερα εκείνα που αναζητούν καταλύματα ή εμπειρίες.

**Κατάσταση:** Απαραίτητο για την παρακολούθηση και την ανταπόκριση στα σχόλια των επισκεπτών, τη διαχείριση της φήμης και την προβολή θετικών εμπειριών σε πιθανούς επισκέπτες.

**Ιστοσελίδα της εταιρείας** (Δυνατότητα ζωντανής συνομιλίας, ιστολόγια) :

**Κοινό-στόχος:** Απευθύνει έκκληση στους επισκέπτες που επισκέπτονται τον ιστότοπο για κράτηση ή πληροφορίες.

**Κατάσταση:** Αποτελεσματικό για την παροχή βοήθειας σε πραγματικό χρόνο, την απάντηση σε ερωτήματα, τον χειρισμό των λεπτομερειών κράτησης και την υποστήριξη των επισκεπτών κατά τη διαδικασία κράτησης.

**E-mail:**

**Κοινό-στόχος:** Κατάλληλο για όλα τα τμήματα πελατών, ειδικά για εξατομικευμένες προσφορές, επιβεβαιώσεις κρατήσεων και ενημερωτικά δελτία.

**Κατάσταση:** Αποτελεσματικό για την αποστολή επιβεβαιώσεων κρατήσεων, προωθητικών προσφορών, επακόλουθων επικοινωνιών και ερευνών ανατροφοδότησης.

**Εφαρμογές ανταλλαγής μηνυμάτων** (WhatsApp, Messenger και παρόμοια) :

**Κοινό-στόχος:** Βολικό για επισκέπτες που αναζητούν άμεσες απαντήσεις και εξατομικευμένες αλληλεπιδράσεις.

**Κατάσταση:** Κατάλληλο για ερωτήματα επισκεπτών σε πραγματικό χρόνο, παραγγελίες υπηρεσίας δωματίου, τροποποιήσεις κρατήσεων και παροχή εξατομικευμένων συστάσεων.



**Πλατφόρμες μέσω κοινωνικής δικτύωσης** (Facebook, Instagram, Twitter και παρόμοια):

**Κοινό-στόχος:** Ιδανικό για να προσεγγίσετε ένα ευρύτερο κοινό, ειδικά τους millennials και το Gen Z, και για την προβολή οπτικού περιεχομένου.

**Κατάσταση:** Χρήσιμο για την κοινή χρήση ενημερώσεων, την απάντηση σε ερωτήματα, την αλληλεπίδραση με τους επισκέπτες μέσω σχολίων και απευθείας μηνυμάτων και την προώθηση εποχιακών προσφορών ή εκδηλώσεων.

**Φύλλο αναφοράς 6.2.2.c: Καινοτόμες μορφές ψηφιακής επικοινωνίας**

**Vlogs (Video Blogs):** Τα βιντεολόγια είναι περιεχόμενο που βασίζεται σε βίντεο και προσφέρει έναν πιο ελκυστικό και οπτικό τρόπο κοινής χρήσης πληροφοριών, ιστοριών ή εμπειριών. Μπορούν να ενσωματώσουν στοιχεία όπως κινούμενα σχέδια, συνεντεύξεις και πλάνα από την τοποθεσία για να παρέχουν μια δυναμική και καθηλωτική εμπειρία στους θεατές.

**Microblogging:** Πλατφόρμες όπως το Twitter, το Instagram Stories ή το LinkedIn παρέχουν ευκαιρίες για συνοπτικές και σε πραγματικό χρόνο ενημερώσεις, ειδήσεις ή πληροφορίες. Επιτρέπει τη γρήγορη και συχνή επικοινωνία με το κοινό και είναι ιδιαίτερα δημοφιλής για την κοινή χρήση περιεχομένου σε μέγεθος.

**Podcasts:** Τα podcast είναι περιεχόμενο που βασίζεται σε ήχο και μπορεί εύκολα να καταναλωθεί εν κινήσει. Επιτρέπουν σε βάθος συνομιλίες, συνεντεύξεις και αφήγηση σε μια μορφή που απευθύνεται σε ακροατές που προτιμούν το ακουστικό περιεχόμενο από το γραπτό κείμενο.

**Ζωντανή ροή:** Οι πλατφόρμες ζωντανής ροής όπως το Facebook Live, το Instagram Live ή το Twitch προσφέρουν αλληλεπιδράσεις σε πραγματικό χρόνο με το κοινό. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τη ζωντανή ροή για εκκινήσεις υπηρεσιών, περιηγήσεις ή εκδρομές πίσω από τα παρασκήνια, συνεδρίες Q&A και διαδραστικές εκδηλώσεις για να δημιουργήσετε μια αίσθηση αμεσότητας και αυθεντικότητας.

**Διαδραστικό περιεχόμενο:** Το διαδραστικό περιεχόμενο, όπως έρευνες, διαδραστικά infographics, βίντεο, παρουσιάσεις ή, για παράδειγμα, κινήγι οδοκαθαριστών παρέχει μια συναρπαστική και πρακτική εμπειρία στους καλεσμένους σας. Ενθαρρύνουν την ενεργό συμμετοχή και μπορούν να σας βοηθήσουν να συγκεντρώσετε πολύτιμες γνώσεις από το κοινό τους.

### **Δραστηριότητα 6.2.2: Εκπαιδευτική άσκηση βασισμένη σε σενάρια**

Αναπτύξτε μια καλύτερη κατανόηση του πότε να χρησιμοποιείτε συγκεκριμένα εργαλεία ψηφιακής επικοινωνίας, βελτιώστε τις δεξιότητες εξυπηρέτησης πελατών και βελτιώστε την ικανότητα αποτελεσματικής επικοινωνίας με τους επισκέπτες σε διάφορες καταστάσεις.

**Υλικά:** χαρτί και στυλό

#### **Εντολή:**

*Βήμα 1:* Παρουσιάστε την ακόλουθη εργασία στους μαθητές: Δημιουργήστε μια λίστα με κοινά σενάρια εξυπηρέτησης πελατών που μπορεί να αντιμετωπίσουν οι επαγγελματίες της φιλοξενίας.

*Παραδείγματα απαντήσεων θα μπορούσαν να είναι: ο χειρισμός ενός παραπόνου επισκέπτη, η απάντηση σε ένα ερώτημα κράτησης, η κοινή χρήση προωθητικών προσφορών ή η παροχή εξατομικευμένων προτάσεων.*

*Βήμα 2:* Ζητήστε από τους μαθητές να προσδιορίσουν μια σειρά μέσω ψηφιακής επικοινωνίας που μπορούν να χρησιμοποιηθούν στον τομέα της φιλοξενίας.

*Παραδείγματα απαντήσεων θα μπορούσαν να είναι: email, πλατφόρμες μέσω κοινωνικής δικτύωσης (όπως Facebook, Instagram, Twitter), εφαρμογές ανταλλαγής μηνυμάτων (όπως WhatsApp, Messenger), πλατφόρμες κριτικών (όπως το TripAdvisor) και ο ιστότοπος της εταιρείας.*

*Βήμα 3:* Αναθέστε κάθε σενάριο σε μεμονωμένες ή μικρές ομάδες συμμετεχόντων και ζητήστε τους να προσδιορίσουν τα καταλληλότερα μέσα ψηφιακής επικοινωνίας για να αντιμετωπίσουν την κατάσταση.

Ενθαρρύνετε τους συμμετέχοντες να εξετάσουν παράγοντες όπως ο επείγων χαρακτήρας της επικοινωνίας, το επίπεδο εξατομίκευσης που απαιτείται, το κοινό-στόχος και η φύση του μηνύματος.

*Βήμα 4:* Ζητήστε από τους συμμετέχοντες να μοιραστούν το σκεπτικό τους πίσω από τις επιλογές τους και να συζητήσουν τα πλεονεκτήματα και τους περιορισμούς κάθε μέσου ψηφιακής επικοινωνίας σε διαφορετικά σενάρια. Παρέχετε σχόλια και καθοδήγηση σχετικά με τις αποφάσεις των συμμετεχόντων, επισημαίνοντας τις βέλτιστες πρακτικές και προσφέροντας προτάσεις για βελτίωση.

**Εκτιμώμενη διάρκεια:** 45 λεπτά

**Μαθησιακός  
στόχος****6.2.3 Τυπικά εμπόδια επικοινωνίας στον κλάδο  
της φιλοξενίας**

Η αντιμετώπιση των φραγμών επικοινωνίας στον κλάδο της φιλοξενίας απαιτεί προληπτικά μέτρα, όπως η παροχή γλωσσικής εκπαίδευσης, η ενασχόληση με την πολιτιστική ευαισθησία, η συνεχής εκπαίδευση επικοινωνίας, η καλλιέργεια μιας κουλτούρας ανοιχτής επικοινωνίας, η χρήση αποτελεσματικών τεχνολογικών λύσεων και η χρήση μηχανισμών ανατροφοδότησης για τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας της επικοινωνίας και της ικανοποίησης των επισκεπτών. Τα τυπικά εμπόδια επικοινωνίας περιλαμβάνονται στο φύλλο αναφοράς 6.2.3.

### **Φύλλο Αναφοράς 6.2.3: Τυπικά εμπόδια επικοινωνίας στον τομέα της φιλοξενίας**

**Γλωσσικά εμπόδια:** Στον κλάδο της φιλοξενίας, οι επισκέπτες και το προσωπικό μπορεί να προέρχονται από διαφορετικά γλωσσικά υπόβαθρα. Τα γλωσσικά εμπόδια μπορεί να οδηγήσουν σε παρεξηγήσεις, σύγχυση και δυσκολίες στην ακριβή μετάδοση πληροφοριών. Αυτό είναι ιδιαίτερα δύσκολο σε πολυπολιτισμικά περιβάλλοντα όπου το προσωπικό μπορεί να μην μιλά άπταιστα τις ίδιες γλώσσες με τους επισκέπτες.

**Πολιτιστικές διαφορές:** Οι πολιτισμικές διαφορές στα συλ επικοινωνίας, τους κανόνες και τα έθιμα μπορούν να δημιουργήσουν εμπόδια στην κατανόηση και την αλληλεπίδραση μεταξύ του προσωπικού και των επισκεπτών. Η εσφαλμένη ερμηνεία πολιτιστικών ενδείξεων, χειρονομιών ή εθίμων μπορεί να οδηγήσει σε συγκρούσεις ή παρεξηγήσεις.

**Έλλειψη εκπαίδευσης:** Η ανεπαρκής εκπαίδευση ή προσανατολισμός των μελών του προσωπικού μπορεί να εμποδίσει την αποτελεσματική επικοινωνία. Το ανεπαρκώς εκπαιδευμένο προσωπικό μπορεί να δυσκολεύεται να μεταφέρει με σαφήνεια πληροφορίες, να απαντά με ακρίβεια στις ερωτήσεις των επισκεπτών ή να χειρίζεται κατάλληλα τα παράπονα και τα σχόλια.

**Ιεραρχικές Δομές:** Οι παραδοσιακές ιεραρχικές δομές σε εγκαταστάσεις φιλοξενίας μπορεί να εμποδίσουν την ανοιχτή επικοινωνία μεταξύ διαφορετικών επιπέδων προσωπικού. Οι υπάλληλοι της πρώτης γραμμής μπορεί να αισθάνονται διστακτικοί να επικοινωνήσουν ζητήματα ή σχόλια στη διοίκηση, οδηγώντας σε αναποτελεσματικότητα και προβλήματα που δεν επιλύονται.

**Τεχνολογικές Προκλήσεις:** Η εξάρτηση από την τεχνολογία στην επικοινωνία, όπως κινητές συσκευές, συστήματα online κρατήσεων ή εφαρμογές εξυπηρέτησης επισκεπτών, μπορεί να δημιουργήσει προκλήσεις εάν τα μέλη του προσωπικού δεν είναι ικανά στη χρήση αυτών των εργαλείων αποτελεσματικά. Τεχνικά ζητήματα ή βλάβες του συστήματος μπορεί να διαταράξουν την επικοινωνία με τους επισκέπτες και να επηρεάσουν την παροχή υπηρεσιών.

**Υπερφόρτωση πληροφοριών:** Σε πολυάσχολα περιβάλλοντα φιλοξενίας, όπως ξενοδοχεία ή εστιατόρια, τα μέλη του προσωπικού ενδέχεται να αντιμετωπίσουν υπερφόρτωση πληροφοριών από πολλές πηγές, που οδηγεί σε σύγχυση, λήθη ή κακή επικοινωνία. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε σφάλματα σε παραγγελίες επισκεπτών, κρατήσεις ή υπηρεσίες.

**Μη λεκτική επικοινωνία:** Οι μη λεκτικές ενδείξεις, όπως η γλώσσα του σώματος, οι εκφράσεις του προσώπου ή οι χειρονομίες, παίζουν καθοριστικό ρόλο στην επικοινωνία. Η εσφαλμένη ερμηνεία των μη λεκτικών σημάτων ή η έλλειψη επίγνωσης των πολιτισμικών διαφορών στη μη λεκτική επικοινωνία μπορεί να δημιουργήσει εμπόδια στην αποτελεσματική αλληλεπίδραση.

**Έλλειψη μηχανισμών ανάδρασης:** Τα ανεπαρκή συστήματα συλλογής και δράσης με βάση τα σχόλια των επισκεπτών ή τις προτάσεις των εργαζομένων μπορεί να εμποδίσουν τη βελτίωση της επικοινωνίας στον κλάδο της φιλοξενίας. Η έλλειψη διαφανών καναλιών επικοινωνίας μπορεί να οδηγήσει σε άλυτα ζητήματα και δυσαρέσκεια μεταξύ των επισκεπτών και του προσωπικού.

### **Δραστηριότητα 6.2.3.α: Παράδειγμα «Εμπόδια στην Πολιτιστική Επικοινωνία στον Τομέα της Φιλοξενίας»**

**Υλικά:** χαρτί, στυλό ή υπολογιστή, tablet ή κινητό τηλέφωνο για να αποκτήσετε πρόσβαση στα παραδείγματα, να σημειώσετε ευρήματα και να κρατήσετε σημειώσεις.

#### **Εντολή:**

*Βήμα 1:* Ρωτήστε την ομάδα μαθητών χωρίς να πάτε ή να σχολιάσετε τις δηλώσεις τους εάν έχουν εμπειρίες στην επικοινωνία με άτομα από διαφορετικούς πολιτισμούς. Μπορεί επίσης να σκεφτούν τι έχουν δει στην τηλεόραση ή κατά τη διάρκεια των διακοπών.

*Βήμα 2:* Διανείμετε το παράδειγμα σεναρίου και αφήστε τους να σχηματίσουν ομάδες για να φανταστούν ποια πιθανά εμπόδια επικοινωνίας μπορεί να υπάρχουν με τους καλεσμένους από τις προτεινόμενες χώρες.

**Σενάριο:** Ένα πολυτελές ξενοδοχείο σε μια μεγάλη πόλη προσελκύει επισκέπτες από διαφορετικά πολιτιστικά υπόβαθρα. Μια μέρα, μια ομάδα ξένων επισκεπτών φτάνει στο ξενοδοχείο για ένα επιχειρηματικό συνέδριο. Οι καλεσμένοι προέρχονται από διάφορες χώρες, όπως η Ιαπωνία, η Βραζιλία, η Γαλλία και οι Ηνωμένες Πολιτείες. Κατά το check-in, ο ρεσεψιονίστ υποδέχεται τους επισκέπτες με ένα ζεστό χαμόγελο και προσφέρει μια ξενάγηση στις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου. Ωστόσο, οι πολιτισμικές διαφορές και τα εμπόδια επικοινωνίας σύντομα γίνονται εμφανή.

*Βήμα 3:* Μετά από περίπου 15 έως 20 λεπτά, συζητήστε τα αποτελέσματα σε μια ομάδα για περίπου 15 λεπτά. Βρείτε πιθανά προβλήματα παρακάτω.

#### Πιθανά προβλήματα επικοινωνίας:

- **Γλωσσικά εμπόδια:** Ο ρεσεψιονίστ, ενώ γνωρίζει καλά τα αγγλικά, αγωνίζεται να επικοινωνήσει αποτελεσματικά με επισκέπτες που μιλούν περιορισμένα αγγλικά. Οι Ιάπωνες επισκέπτες προτιμούν να επικοινωνούν στη μητρική τους γλώσσα, κάτι που οδηγεί σε παρεξηγήσεις και καθυστερήσεις στις διαδικασίες check-in.
- **Πολιτιστικοί κανόνες:** Οι Βραζιλιάνοι καλεσμένοι συνηθίζουν να αγκαλιάζουν και να φιλιούνται ως μια μορφή χαιρετισμού, η οποία μπορεί να εκληφθεί ως υπερβολικά οικεία ή ακατάλληλη από το προσωπικό από άλλο πολιτιστικό υπόβαθρο. Αυτή η έλλειψη κατανόησης των πολιτιστικών κανόνων μπορεί να οδηγήσει σε δυσφορία ή παρερμηνεία μεταξύ των επισκεπτών και του προσωπικού.

- **Μη λεκτική επικοινωνία:** Οι Γάλλοι καλεσμένοι βασίζονται σε μεγάλο βαθμό σε μη λεκτικά στοιχεία, όπως η γλώσσα του σώματος και οι εκφράσεις του προσώπου, για να μεταφέρουν τα συναισθήματα και τις προθέσεις τους. Ωστόσο, αυτές οι λεπτές αποχρώσεις μπορεί να μην γίνονται εύκολα κατανοητές από τα μέλη του προσωπικού από άλλες κουλτούρες, με αποτέλεσμα την εσφαλμένη επικοινωνία ή την παρερμηνεία των αναγκών των επισκεπτών.

- **Προσδοκίες εξυπηρέτησης:** Οι Αμερικανοί επισκέπτες, που είναι συνηθισμένοι σε γρήγορους ρυθμούς και προσεγμένες υπηρεσίες, μπορεί να αισθάνονται απογοητευμένοι από την πιο αργή και συγκρατημένη προσέγγιση του προσωπικού του ξενοδοχείου. Αυτή η ασυμφωνία στις προσδοκίες των υπηρεσιών μπορεί να οδηγήσει σε δυσαρέσκεια και αρνητικές κριτικές.

**Εκτιμώμενη διάρκεια:** 45 λεπτά

## Ατομική Εργασία 2: Πολιτιστικές διαφορές

**Υλικά:** Η/Υ/ tablet/ κινητό τηλέφωνο

Για να εμβαθύνετε τις γνώσεις σας και να μάθετε περισσότερα πολιτισμικά διαφορετικά χαρακτηριστικά επικοινωνίας, επισκεφτείτε αυτόν τον ιστότοπο: <https://www.autoeurope.com/travel-blog/european-hand-gestures-body-language-culture-crash-course/> ή <https://www.berlitz.com/blog/body-language-different-cultures-around-world>.



### 3. Μαθησιακή Ενότητα 6.3: Καλές πρακτικές επικοινωνίας με πελάτες

- *Περιγραφή Μαθησιακής Ενότητας*

Σε αυτή την ενότητα, οι συμμετέχοντες θα αποκτήσουν κάποιες θεωρητικές γνώσεις και θα έχουν την ευκαιρία να μάθουν και να βιώσουν καλές πρακτικές στην επικοινωνία με τους φιλοξενούμενους, είτε πρόκειται για γράψιμο επιστολών και email με εφαρμογή σωστής δομής, μορφοποίησης και κατάλληλου τόνου, είτε ενεργητική ακρόαση στην επικοινωνία και τηλεφωνικές κλήσεις, κρατήσεις και διεκπεραίωση ερωτήσεων επισκεπτών μέσω τηλεφώνου.

- *Μαθησιακά Αποτελέσματα και Στόχοι*

Μαθησιακά Αποτελέσματα	Μαθησιακοί Στόχοι	Διάρκεια (Ώρες)
LO6.3 Επαναλάβετε τις αρχές επικοινωνίας στον τομέα της φιλοξενίας με τους πελάτες	<p>6.3.1 Εξασκηθείτε στη γραπτή επικοινωνία με επιστολές και email σε επισκέπτες/πελάτες φιλοξενίας</p> <p>6.3.2 Ενεργητική ακρόαση στην προσωπική επικοινωνία στον κλάδο της φιλοξενίας</p> <p>6.3.3 Τεχνικές για αποτελεσματική εμπλοκή επισκεπτών</p> <p>6.3.4 Κανόνες τηλεφωνικής επικοινωνίας (εθιμοτυπία) στον τομέα της φιλοξενίας</p>	3

- *Μαθησιακό Αποτέλεσμα 6.3 - Δραστηριότητες και Φύλλα Αναφοράς*

- LO6.3 Επαναλάβετε τις αρχές επικοινωνίας στον τομέα της φιλοξενίας με τους πελάτες

Μαθησιακός στόχος	6.3.1 Εξασκηθείτε στη γραπτή επικοινωνία με επιστολές και email στους επισκέπτες/πελάτες της φιλοξενίας
-------------------	---

Ενώ η προηγούμενη γραπτή επικοινωνία ήταν ήδη ένα θέμα σε αυτήν την ενότητα, είναι καιρός να εξασκήσουμε αυτά που ειπώθηκαν και

σε συγκεκριμένες περιπτώσεις παραδειγμάτων. Στον κλάδο της φιλοξενίας, τόσο οι επιστολές όσο και τα email έχουν τα δικά τους πλεονεκτήματα και χρησιμοποιούνται σε διαφορετικά σενάρια με βάση το πλαίσιο και τον σκοπό της επικοινωνίας. (Βλέπε φύλλο αναφοράς 6.3.1.α και 6.3.1.β)

**Φύλλο αναφοράς 6.3.1.α: Θυμηθείτε τη δομή για ένα παραδοσιακό γράμμα**

**Επί κεφαλής:** Συμπεριλάβετε τα στοιχεία επικοινωνίας του αποστολέα και του παραλήπτη, την ημερομηνία και τη γραμμή θέματος.

**Χαιρετισμός:** Χαιρετίστε τον παραλήπτη ευγενικά.

**Εισαγωγή:** Συστήστε τον εαυτό σας, τον σκοπό της επιστολής και δώστε το πλαίσιο εάν είναι απαραίτητο.

**Σώμα:** Συμπεριλάβετε το κύριο μήνυμα, τυχόν σχετικές λεπτομέρειες ή πληροφορίες και συγκεκριμένα αιτήματα ή ενέργειες που απαιτούνται από τον παραλήπτη.

**Σύναψη:** Συνοψίστε τα βασικά σημεία, εκφράστε την εκτίμηση και καθορίστε τυχόν επόμενα βήματα.

**Κλείσιμο:** Εγγραφείτε με ένα επαγγελματικό κλείσιμο, όπως "Ειλικρινά" ή "Ευχαριστώ".

**Υπογραφή:** Συμπεριλάβετε το όνομα και τη θέση σας κάτω από το κλείσιμο.

**Φύλλο αναφοράς 6.3.1.β: Μερικές προτάσεις εθιμοτυπίας ειδικά για την επικοινωνία μέσω email**

**Εξατομίκευση:** Απευθυνθείτε στον επισκέπτη με το όνομά του και χρησιμοποιήστε έναν φιλικό και φιλόξενο τόνο για να κάνετε το email πιο εξατομικευμένο.

**Προθυμία:** Απαντήστε σε ερωτήσεις ή αιτήματα επισκεπτών εγκαίρως για να δείξετε ότι εκτιμάτε τον χρόνο και τις ανησυχίες τους.

**Σαφήνεια:** Αναφέρετε ξεκάθαρα πληροφορίες σχετικά με κρατήσεις, κρατήσεις, ανέσεις ή τυχόν ειδικά αιτήματα για αποφυγή παρεξηγήσεων.

**Επαγγελματικότητα:** Χρησιμοποιήστε σωστή γραμματική, ορθογραφία και στίξη για να μεταφέρετε μια επαγγελματική εικόνα του καταστήματός σας.

**Περιεκτικότητα:** Διατηρήστε τα email ξεκάθαρα και επίκαιρα, παρέχοντας τις απαραίτητες πληροφορίες χωρίς να κατακλύσετε τον επισκέπτη.

**Αντιπροσωπεία επωνυμίας:** Βεβαιωθείτε ότι τα email σας αντικατοπτρίζουν την εικόνα της επωνυμίας και τις αξίες της φιλοξενίας σας.

**Επιβεβαίωση:** Επιβεβαιώνετε πάντα τις λεπτομέρειες των κρατήσεων, των κρατήσεων ή τυχόν αλλαγών που ζητούνται από τον επισκέπτη για να αποφευχθεί η σύγχυση.

**Παρακολούθηση:** Στείλτε επακόλουθα email μετά τη διαμονή του επισκέπτη για να τον ευχαριστήσετε που επέλεξε την κατάστασή σας και να συγκεντρώσετε σχόλια για βελτίωση.

**Μυστικότητα:** Σεβαστείτε το απόρρητο και την εμπιστευτικότητα του επισκέπτη, διατηρώντας ασφαλή τυχόν προσωπικά στοιχεία και μην τα κοινοποιείτε σε τρίτους.

**Προσαρμογή:** Προσαρμόστε τα email στις προτιμήσεις των επισκεπτών και τις προηγούμενες αλληλεπιδράσεις με το κατάστημά σας για να βελτιώσετε την εμπειρία τους.

### **Δραστηριότητα 6.3.1: Επιστολή ή email;**

**Υλικά:** το flipchart και τα στυλό, ή ο λευκός πίνακας και το post-it παρέχουν δύο χρώματα) και μεμονωμένα στυλό

#### **Εντολή:**

*Βήμα 1:* Δημοσιεύστε αναρτήσεις σε περίπτωση που τις προτιμάτε από ένα flipchart. Κάθε μαθητής πρέπει να έχει 4-5 από δύο χρώματα.

*Βήμα 2:* Γράψτε στη δεξιά πλευρά πάνω από τον λευκό πίνακα "Letter" και στην αριστερή "email". Εάν χρησιμοποιείτε ένα flipchart, χρησιμοποιήστε δύο σελίδες και γράψτε στη μέση της σελίδας στο ένα "Letter" και στο άλλο "email", βάλτε τη μία στο τραπέζι στη μία άκρη του δωματίου, την άλλη σε ένα τραπέζι στην άλλη άκρη της αίθουσας, ώστε οι μαθητές να μπορούν να μετακινούνται από το ένα στο άλλο και να απλώνονται στην αίθουσα.

*Βήμα 3:* Ζητήστε από τους μαθητές να σκεφτούν πότε να χρησιμοποιούν μάλλον το ένα και πότε το άλλο. Θα χρησιμοποιούν (καθορίζουν ποιο) ένα χρώμα για τα γράμματα και θα το δημοσιεύουν εκεί και το άλλο για τα email και θα το δημοσιεύουν κάτω από τις αντίστοιχες γραμμές στον λευκό πίνακα. Σε περίπτωση που προτιμάτε το flipchart, θα πρέπει απλώς να το γράψουν στην αντίστοιχη σελίδα.

*Βήμα 4:* Μετά από 10 λεπτά. Θα συγκεντρωθούν γύρω από το αποτέλεσμα.

*Βήμα 5:* Ζητήστε τους να δομήσουν τα αποτελέσματα μετακινώντας ό,τι είναι παρόμοιο στο post-it μέσα σε μία σελίδα μαζί, βρίσκοντας τη δική τους σειρά. ή χρησιμοποιώντας διαφορετικά χρώματα στυλό τοποθετώντας κύκλους γύρω από το κείμενο στα flipcharts. Ανάλογα με τον αριθμό των δηλώσεων, θα πρέπει να κλείσουν τη δραστηριότητα μέσα σε 5-10 λεπτά.

*Βήμα 6:* Συζητήστε μαζί τους σε περίπου 15 λεπτά τι πιστεύουν για το αποτέλεσμα και δείτε μαζί τους τι μπορεί να λείπει ή όχι μια καλή πρακτική τελικά. (Παραδείγματα δηλώσεων περιλαμβάνονται σε αυτή τη δραστηριότητα)

*Βήμα 7:* Χρησιμοποιήστε την ευκαιρία να τους υπενθυμίσετε επίσης συγκεκριμένα παραδείγματα επιστολών/ email μαζί τους. (Παραδείγματα δηλώσεων περιλαμβάνονται σε αυτή τη δραστηριότητα)

**Οι δηλώσεις θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν τα ακόλουθα****Για γράμματα:**

1. **Επισημότητα:** Γράμματα συνήθως θεωρούνται πιο επίσημα από τα email και χρησιμοποιούνται συχνά για επίσημη επικοινωνία και τεκμηρίωση στον κλάδο της φιλοξενίας.
2. **Απτή:** Οι επιστολές παρέχουν ένα φυσικό, από έγγραφο που μπορεί να διατηρηθεί για αρχεία ή ως ενθύμιο από παραλήπτη.
3. **Προσωπική πινελιά:** Τα χειρόγραφα γράμματα ή τα τυπωμένα γράμματα σε επιστολόχαρτα μπορούν να προσθέσουν μια προσωπική πινελιά και να μεταδώσουν μια αίσθηση σημασίας στον παραλήπτη.
4. **Πιο αργός χρόνος απόκρισης:** Λόγω της φυσικής διαδικασίας παράδοσης, η επανάληψη των επιστολών ενδέχεται να καθυστερήσει περισσότερο τον παραλήπτη και λάβετε απάντηση σε σύγκριση με τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου

**Για email:**

1. **Ταχύτητα:** Τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου είναι άμεσα και επιτρέπουν γρήγορη επικοινωνία, καθιστώντας τα ιδανικά για θέματα ευαίσθητα στον χρόνο ή επείγοντα αιτήματα στον κλάδο της φιλοξενίας.
2. **Οικονομικά:** Η αποστολή email είναι ένας οικονομικά αποδοτικός τρόπος επικοινωνίας με επισκέπτες, επιχειρηματικούς εταίρους ή συναδέλφους χωρίς τα έξοδα που σχετίζονται με τα ταχυδρομικά τέλη και την εκτύπωση.
3. **Διαδραστικά:** Τα email επιτρέπουν διαδραστική επικοινωνία μέσω υπερσυνδέσμων, συνημμένα, εικόνες και περιεχόμενο πολυμέσων.
4. **Προσβασιμότητα:** Η πρόσβαση στα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου είναι δυνατή από διάφορες συσκευές, γεγονός που διευκολύνει τόσο τον αποστολέα όσο και τον παραλήπτη να επικοινωνούν εν κινήσει.

Παραδείγματα για το πότε να χρησιμοποιείτε...

### Ατομική Εργασία 3: Παράδειγμα επιστολής

**Υλικά:** χαρτί, στυλό ή υπολογιστή/ tablet για να γράψετε το γράμμα.

**Εντολή:** Διαβάστε αυτό και προσδιορίστε τι είναι καλό σε αυτό και γιατί

#### Παράδειγμα επιστολής:

[Όνομα αποστολέα]

[Τίτλος αποστολέα]

[Ιδρυμα Φιλοξενίας Αποστολέα]

[Στοιχεία επικοινωνίας αποστολέα]

[Ημερομηνία]

[Όνομα παραλήπτη]

[Τίτλος παραλήπτη]

[Ιδρυμα Φιλοξενίας Παραλήπτη]

[Στοιχεία επικοινωνίας παραλήπτη]

Θέμα: Αίτημα για πρόσθετες ανέσεις για δωμάτιο επισκεπτών

Αγαπητέ [Όνομα Παραλήπτη],

Ελπίζω αυτό το γράμμα να σας βρει καλά. Είμαι ο [Your Name], ο διευθυντής της ρεσεψιόν στο [Your Hospitality Establishment]. Γράφω για να ζητήσω την προσθήκη ενός μίνι ψυγείου και επιπλέον μαξιλαριών στο δωμάτιο 302 για τον καλεσμένο μας, τον κ. Smith, ο οποίος μένει μαζί μας για την εβδομάδα.

Καθώς ο κύριος Σμιθ έχει συγκεκριμένες διατροφικές ανάγκες που απαιτούν ψύξη, η ύπαρξη ενός μίνι ψυγείου στο δωμάτιό του θα ενίσχυε σημαντικά την άνεση και την άνεσή του κατά τη διάρκεια της διαμονής του. Επιπλέον, η παροχή επιπλέον μαξιλαριών θα εξασφαλίσει ότι θα έχει μια άνετη ανάπαυση καθ' όλη τη διάρκεια της επίσκεψής του.

Παρακαλώ αυτές τις ανέσεις να προστεθούν στο δωμάτιο 302 μέχρι αύριο το πρωί. Η άμεση προσοχή σας σε αυτό το θέμα εκτιμάται ιδιαίτερα, καθώς θα συμβάλει στη συνολική ικανοποίηση και εμπειρία του κ. Smith στην κατάστασή μας.

Σας ευχαριστούμε για τη βοήθειά σας σε αυτό το θέμα. Εάν χρειάζεστε περισσότερες πληροφορίες ή διευκρινίσεις, μη διστάσετε να επικοινωνήσετε μαζί μου στο [Your Phone Number] ή [Your Email Address].

Ειλικρινά,

[Το όνομά σας]

Διευθυντής ρεσεψιόν

<b>Καλές πρακτικές:</b>	<b>Για να αποφύγετε:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Σαφής και συνοπτική επικοινωνία</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Χρησιμοποιώντας ορολογία ή τεχνική γλώσσα</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Εξατομικευμένος και ευγενικός τόνος</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Αμφισημία ή ασαφή αιτήματα</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ειδικά και εφαρμόσιμα αιτήματα</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ατυπία ή αντιεπαγγελματική γλώσσα</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Επαγγελματική μορφοποίηση και δομή s</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Παραμέληση διόρθωσης για λάθη.</li> </ul>

#### **Ατομική Εργασία 4: Συμβουλές μορφοποίησης στο διαδίκτυο**

**Υλικά:** Η/Υ/tablet/κινητό τηλέφωνο

Εάν δεν είστε τόσο έμπειροι στη μορφοποίηση ενός εγγράφου κειμένου, υπάρχουν πολλά εκπαιδευτικά βίντεο διαθέσιμα στο διαδίκτυο. Μπορείτε να βρείτε ένα παράδειγμα εδώ για να θυμάστε στη μορφοποίηση ενός τύπου εγγράφου  
 Word: <https://www.youtube.com/watch?v=Fvrtt0h84Mg>



### Ατομική Εργασία 5: Επιστολή

**Υλικά:** χαρτί, στυλό ή υπολογιστή/tablet/κινητό τηλέφωνο για να γράψετε το γράμμα

Με βάση μια συγκεκριμένη κατάσταση στον τομέα της φιλοξενίας, οι εκπαιδευόμενοι θα πρέπει να γράψουν ένα γράμμα για να απαντήσουν σε αυτήν την κατάσταση. Διανείμετε τις επιστολές σε άλλους μαθητές που θα τις αξιολογήσουν από ομοτίμους και θα γράψουν μια επιστολή απάντησης.

Παράδειγμα περιβάλλοντος:

- **Επιστολή καλωσορίσματος σε νέους επισκέπτες:** Γράψτε μια εξατομικευμένη επιστολή καλωσορίσματος σε νέους επισκέπτες που έχουν κάνει κράτηση στην πλασματική επιχείρηση φιλοξενίας σας, παρουσιάζοντας την επιχείρηση, επισημαίνοντας τις ανέσεις και παρέχοντας σημαντικές πληροφορίες για τη διαμονή τους.
- **Επιστολή συγγνώμης για θέμα υπηρεσίας:** Δημιουργήστε μια επίσημη επιστολή συγγνώμης σε έναν επισκέπτη που αντιμετώπισε ένα πρόβλημα υπηρεσιών κατά τη διάρκεια της παραμονής του στην επιχείρηση πλασματικής φιλοξενίας, αναγνωρίζοντας το πρόβλημα, εκφράζοντας τη λύπη του και προσφέροντας λύση ή αποζημίωση.
- **Ευχαριστήρια επιστολή προς τακτικούς πελάτες:** Γράψτε μια επιστολή ευγνωμοσύνης σε πιστούς πελάτες της επιχείρησης πλασματικής φιλοξενίας, ευχαριστώντας τους για τη συνεχή υποστήριξη τους, προσφέροντας ειδικές εκπτώσεις και προσκαλώντας τους να επιστρέψουν για μελλοντικές επισκέψεις.
- **Επιστολή Πρόσκλησης για Ειδική Εκδήλωση:** Δημιουργήστε μια επιστολή πρόσκλησης προς τους καλεσμένους που τους προσκαλούν σε μια ειδική εκδήλωση που διοργανώνεται από την πλασματική επιχείρηση φιλοξενίας, όπως ένα μεγάλο άνοιγμα, έναν εορτασμό επετείου ή μια θεματική εκδήλωση, περιγράφοντας τις λεπτομέρειες και τις οδηγίες RSVP.
- **Επιστολή επιβεβαίωσης για ομαδική κράτηση:** Αναπτύξτε μια επιστολή επιβεβαίωσης για μια ομαδική κράτηση στην επιχείρηση πλασματικής φιλοξενίας, με λεπτομέρειες σχετικά με τις λεπτομέρειες κράτησης, την κατανομή δωματίων, τα ειδικά αιτήματα και τυχόν πρόσθετες πληροφορίες για συγκεκριμένες ομάδες.
- **Επιστολή αιτήματος σχολίων:** Γράψτε μια επιστολή αιτήματος σχολίων σε επισκέπτες που έχουν πρόσφατα μείνει στην επιχείρηση πλασματικής φιλοξενίας, ζητώντας τη συμβολή τους σχετικά με την εμπειρία τους, τα επίπεδα ικανοποίησης, προτάσεις για βελτίωση και προσφέροντας ένα δείγμα εκτίμησης για τα σχόλιά τους.

**Μαθησιακός  
στόχος****6.3.2 Ενεργητική ακρόαση στην προσωπική  
επικοινωνία στον κλάδο της φιλοξενίας**

Η ενεργητική ακρόαση είναι ένα κρίσιμο συστατικό της αποτελεσματικής επικοινωνίας στον κλάδο της φιλοξενίας, καθώς περιλαμβάνει την πλήρη ενασχόληση με τους επισκέπτες, την κατανόηση των αναγκών τους και την επίδειξη προσοχής και ενσυναίσθησης. Μπορεί να σας βοηθήσει να κάνετε τους επισκέπτες να αισθάνονται ότι τους εκτιμούν, τους σέβονται και τους κατανοούν. Όταν οι πάροχοι φιλοξενίας ακούν ενεργά τα σχόλια και τις ανησυχίες των επισκεπτών, δείχνουν γνήσιο ενδιαφέρον για την ικανοποίηση των αναγκών των επισκεπτών και την υπέρβαση των προσδοκιών τους. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένη αφοσίωση των επισκεπτών, θετικές παραπομπές από στόμα σε στόμα και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Η γνώση ορισμένων βασικών τεχνικών μπορεί να βοηθήσει στην επίδειξη προσοχής και ενσυναίσθησης, οδηγώντας σε πιο ουσιαστική και αποτελεσματική επικοινωνία με τους επισκέπτες. (Βλέπε φύλλα αναφοράς 6.3.2.α και 6.3.2.β)

**Φύλλο αναφοράς 6.3.2.α: Τεχνικές για την εξάσκηση της ενεργητικής ακρόασης κατά τη διάρκεια των αλληλεπιδράσεων με τους επισκέπτες**

**Επαφή με τα μάτια:** Η καλή οπτική επαφή μπορεί να βοηθήσει στην επίδειξη προσοχής, ενδιαφέροντος και σεβασμού προς τον ομιλητή.

**Παράφραση των δηλώσεων των προσκεκλημένων και υποβολή διευκρινιστικών ερωτήσεων:** Η περίληψη και η αναδιατύπωση των όσων είπε ο ομιλητής με δικά σας λόγια επιβεβαιώνει την κατανόηση των λέξεων του ομιλητή και του παρέχει την ευκαιρία να διευκρινίσει ή να επεκτείνει τις δηλώσεις του ενώ κάνετε ερωτήσεις στον εαυτό σας βοηθά να συγκεντρώσετε περισσότερες λεπτομέρειες, να συμπληρώσετε τυχόν κενά στην κατανόησή σας, αλλά βοηθά επίσης να επιβεβαιώσετε ότι έχετε ερμηνεύσει σωστά τα λόγια του ομιλητή.

**Κουνώντας το κεφάλι σε ένδειξη αναγνώρισης και παρέχοντας κατάλληλες απαντήσεις:** Είναι σημαντικό να είστε γνήσιοι και να ταιριάζετε τον ρυθμό και την ένταση των γνέψιμών σας με το στυλ επικοινωνίας του ομιλητή. Οι απαντήσεις σας θα μπορούσαν να βοηθήσουν στην αντανάκλαση των συναισθημάτων και των συναισθημάτων αναγνωρίζοντας τα συναισθήματα του ομιλητή, οι ανοιχτές ερωτήσεις θα μπορούσαν να τον παρακινήσουν να αναπτύξουν τις σκέψεις και τα συναισθήματά του και η περίληψη βασικών σημείων μπορεί να βοηθήσει στην αποσαφήνιση τυχόν παρεξηγήσεων και στη διατήρηση της συζήτησης εστιασμένη.

**Φύλλο αναφοράς 6.3.2.β: Θέματα που πρέπει να θυμάστε στην ενεργητική ακρόαση**

**Ισορροπία:** Διατηρήστε μια ισορροπία μεταξύ της οπτικής επαφής για να δείξετε δέσμευση και του κοιτάξετε μακριά περιστασιακά για να αποφύγετε να φαίνεστε πολύ έντονες ή εκφοβιστικές. Ομοίως, χρησιμοποιήστε στρατηγικά κουνήματα για να υποστηρίξετε τον ομιλητή χωρίς να τον καταπιέζετε με συνεχείς κινήσεις.

**Πολιτιστικές διαφορές:** Προσέξτε τις πολιτισμικές διαφορές στα πρότυπα επικοινωνίας, καθώς διαφορετικοί πολιτισμοί μπορεί να έχουν διαφορετικές προσδοκίες σχετικά με την οπτική επαφή, το νεύμα για επιβεβαίωση, το χαμόγελο κ.λπ. στην επικοινωνία. Προσαρμόστε τις τεχνικές ενεργητικής ακρόασης με βάση το πολιτισμικό υπόβαθρο του ατόμου με το οποίο αλληλεπιδράτε.

**Συγχρονισμός:** Δημιουργήστε σχέσεις σε κατάλληλες στιγμές κατά τη διάρκεια της συνομιλίας, όπως όταν ο ομιλητής μοιράζεται σημαντικές λεπτομέρειες, εκφράζει συναισθήματα ή αναζητά ανατροφοδότηση. Αποφύγετε να κοιτάτε συνεχώς επίμονα, για παράδειγμα να γνέφετε υπερβολικά, καθώς αυτό μπορεί να εκληφθεί ως ενοχλητικό ή αποσπώντας την προσοχή.

**Ρεσεψιόν:** Δώστε προσοχή στην ανταπόκριση του ομιλητή στην επικοινωνία σας – εάν σας φαίνεται άβολα ή αποφεύγει, προσαρμόστε την προσέγγισή σας ανάλογα. Σεβαστείτε τα επίπεδα άνεσης του ατόμου και προσαρμόστε την επικοινωνία σας για να δημιουργήσετε ένα υποστηρικτικό και ανοιχτό περιβάλλον επικοινωνίας.

### **Δραστηριότητα 6.3.2: Ενεργητική ακρόαση για κατανόηση και ανταπόκριση στις ανάγκες των επισκεπτών**

**Υλικά:** χαρτί και στυλό

#### **Εντολή:**

*Βήμα 1:* Ενημερώστε την ομάδα μαθητών ότι πρόκειται να εξασκηθείτε στην ενεργητική ακρόαση σε ασκήσεις παιχνιδιού ρόλων και θα έχει συνεδρίες ανατροφοδότησης μετά από 20 λεπτά. για να βελτιώσετε τις δεξιότητες ενεργητικής ακρόασης, να βελτιώσετε την ικανότητα κατανόησης και ανταπόκρισης στις ανάγκες των επισκεπτών και να καλλιεργήσετε μια κουλτούρα προσεκτικής παροχής υπηρεσιών.

*Βήμα 2:* Ανάλογα με το μέγεθος της ομάδας, προσπαθήστε να χωρίσετε την ομάδα σε ζευγάρια των τεσσάρων, δίνοντας σε δύο τον ρόλο του παρατηρητή και σε δύο τους ρόλους ηθοποιού. Ο ένας είναι μέλος του προσωπικού φιλοξενίας και έχει έναν παρατηρητή, ο άλλος είναι ο επισκέπτης και έχει τον δεύτερο παρατηρητή.

*Βήμα 3:* Πείτε στους παρατηρητές να δώσουν προσοχή σε λεκτικά, μη λεκτικά και παραλεκτικά στοιχεία εκτός από στοιχεία ενεργητικής ακρόασης των ενεργών συνομηλίκων τους, κρατώντας σημειώσεις μεμονωμένα.

*Βήμα 4:* Δώστε τις κάρτες κατάστασης στους άλλους δύο και δώστε τους 5 λεπτά. να προετοιμαστούν πριν ξεκινήσουν με το παιχνίδι ρόλων.

*Βήμα 5:* Μετά από 15 λεπτά, σταματήστε το παιχνίδι ρόλων και αφήστε τους παρατηρητές να πουν την άποψή τους για συγκεκριμένα στοιχεία ενεργητικής ακρόασης που παρατήρησαν – καλά και όχι τόσο καλά. Δώστε στην ομάδα άλλα 15 λεπτά για να συζητήσουν τα αποτελέσματα.

#### *Κάρτα κατάστασης: διακομιστής*

Είστε διακομιστής σε ένα πολυσύχναστο εστιατόριο και έχετε ενημερωθεί ότι ένας από τους καλεσμένους σας έχει σοβαρή αλλεργία στα θαλασσινά. Καθώς πλησιάζετε στο τραπέζι για να παραλάβετε την παραγγελία του, ο επισκέπτης εκφράζει την ανησυχία του για πιθανή διασταυρούμενη μόλυνση και ζητά συστάσεις για ασφαλείς επιλογές χωρίς θαλασσινά στο μενού.

Το καθήκον σας είναι να ακούτε ενεργά τις ανησυχίες των επισκεπτών, να αναγνωρίζετε τους διατροφικούς περιορισμούς τους και να παρέχετε εξατομικευμένες συστάσεις, διασφαλίζοντας παράλληλα ότι οι ανάγκες τους ικανοποιούνται με κατανόηση και επαγγελματισμό.

Εξασκηθείτε στην ενεργητική ακρόαση επιδεικνύοντας ενσυναίσθηση, προσοχή και εξειδίκευση στην αντιμετώπιση των ειδικών διατροφικών αναγκών του επισκέπτη, διατηρώντας παράλληλα μια θετική και φιλόξενη σχέση καθ' όλη τη διάρκεια της αλληλεπίδρασης.

*Κάρτα κατάστασης: επισκέπτης*

Είστε μια αναζήτηση και είστε εμφανώς ανήσυχοι για την αλλεργία σας στα θαλασσινά. Αναζητάτε σιγουριά και καθοδήγηση στην επιλογή ενός ασφαλούς και απολαυστικού γεύματος με θαλασσινά.

**Εκτιμώμενη διάρκεια:** 50-60 λεπτά

**Ατομική Εργασία 6: Αναστοχασμός παρακολούθησης με βάση τη δραστηριότητα Ενεργητικής ακρόασης**

**Υλικά:** χαρτί, στυλό ή υπολογιστή/ tablet/ κινητό τηλέφωνο για να καταγράψετε μερικές στρατηγικές σχετικά με τον τρόπο βελτίωσης της απόδοσης του ατόμου.

Για τους ηθοποιούς, μπορούν να λάβουν ως βάση την παρεχόμενη ανατροφοδότηση και συμβολή. Οι παρατηρητές θα πρέπει να σκεφτούν μια παρόμοια κατάσταση και να αναλογιστούν τις καλές και όχι τόσο καλές πτυχές των δεξιοτήτων τους ενεργητικής ακρόασης.

Θα μπορούσαν να κρατήσουν σημειώσεις σε δύο στήλες: η πρώτη για τα στοιχεία που θα ήθελαν να βελτιώσουν, η άλλη για τις στρατηγικές πώς να τα βελτιώσουν.

Μπορείτε να διαβάσετε περισσότερα για αυτό το θέμα εδώ: <https://instituteod.com/active-listening-why-difficult/> και <https://www.bhf.org.uk/information-support/heart-matters-magazine/wellbeing/how-> να μιλήσουμε για τα προβλήματα υγείας/ενεργητική ακρόαση

Μαθησιακός  
στόχος

6.3.3 Τεχνικές για αποτελεσματική εμπλοκή επισκεπτών

Εφαρμόζοντας τεχνικές για αποτελεσματική αφοσίωση των επισκεπτών, οι επιχειρήσεις φιλοξενίας μπορούν να δημιουργήσουν ουσιαστικές συνδέσεις, να αυξήσουν την ικανοποίηση των επισκεπτών. Είναι σημαντικό να παραμείνετε ανταποκρινόμενοι και προσβάσιμοι σε πολλές πλατφόρμες για να διασφαλίσετε την απρόσκοπτη επικοινωνία, αλλά και να δεσμεύσετε τους χρήστες σε επικοινωνίες, όπως να τους προσφέρετε να μοιράζονται περιεχόμενο που δημιουργείται από τους χρήστες, μαρτυρίες. Αυτό μπορεί να δημιουργήσει αξιοπιστία, να

αυξήσει την εμπιστοσύνη και να προσελκύσει νέους επισκέπτες. (Βλ. φύλλο αναφοράς 6.3.3.α)

Εφαρμόζοντας αυτές τις στρατηγικές και αντιμετωπίζοντας πιθανούς παράγοντες κινδύνου, οι επιχειρήσεις φιλοξενίας μπορούν να προσκαλέσουν αποτελεσματικά τους επισκέπτες να μοιραστούν το UGC, να διαχειριστούν την ποιότητα και την ανταπόκριση και να αξιοποιήσουν το περιεχόμενο που δημιουργείται από επισκέπτες για να βελτιώσουν τη φήμη τους στο διαδίκτυο και να αλληλεπιδράσουν με το κοινό τους.

**Φύλλο Αναφοράς 6.3.3.α: Τεχνικές που σχετίζονται με την επικοινωνία για αποτελεσματική εμπλοκή των επισκεπτών**

**Κανάλια Επικοινωνίας:** ένας συνδυασμός ψηφιακών καναλιών επικοινωνίας, όπως email, social media, SMS και εφαρμογές για κινητά, μπορεί να βοηθήσει στην αλληλεπίδραση με τους επισκέπτες πριν, κατά τη διάρκεια και μετά τη διαμονή τους

**Εξατομίκευση:** εξατομικευμένες αλληλεπιδράσεις, συμπεριλαμβανομένης της προσαρμοσμένης επικοινωνίας και προτάσεων, με βάση τις προτιμήσεις, τα ενδιαφέροντα και την προηγούμενη συμπεριφορά των επισκεπτών.

**Εκδήλωση και Βιωματικό Μάρκετινγκ:** ειδικές εκδηλώσεις, εργαστήρια και εμπειρίες που προσελκύουν τους επισκέπτες σε βαθύτερο επίπεδο συμβάλλουν στη δημιουργία αξέχαστων στιγμών.

**Κοινωνική απόδειξη και περιεχόμενο που δημιουργείται από τον χρήστη:** Ενθαρρύνετε τους επισκέπτες να μοιραστούν τις εμπειρίες τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, στις πλατφόρμες κριτικών και στα ταξιδιωτικά ιστολόγια.

**Δραστηριότητα 6.3.3: Ενθάρρυνση UGC (Περιεχόμενο που δημιουργείται από τον χρήστη)**

**Υλικά:** χαρτί και στυλό

**Εντολή:**

*Βήμα 1:* Προσκαλέστε την ομάδα μαθητών να μπει σε ζευγάρι των τριών.

*Βήμα 2:* Δώστε τους κάθε 15 λεπτά για να κρατήσουν σημειώσεις για (σοβαρές) στρατηγικές που μπορούν να αναπτύξουν για να ενθαρρύνουν τους επισκέπτες να μοιράζονται περιεχόμενο που δημιουργείται από τους χρήστες.

*Βήμα 3:* Ζητήστε από κάθε ομάδα να παρουσιάσει το αποτέλεσμα της σε ένα Elevator Pitch. (Παραδείγματα απαντήσεων παρατίθενται σε αυτήν τη δραστηριότητα)

*Βήμα 4:* Στο τέλος της δραστηριότητας, συζητήστε μαζί τους σε 15 λεπτά. τυχόν κινδύνους που πρέπει να γνωρίζουν (π.χ. πνευματικά δικαιώματα, προστασία της ιδιωτικής ζωής και των δεδομένων, κ.λπ.)

**Παραδείγματα απαντήσεων θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν τα ακόλουθα:**

**Εκτελέστε διαγωνισμούς και καμπάνιες:** Διοργανώστε διαγωνισμούς UGC, προκλήσεις ή καμπάνιες που ενθαρρύνουν τους επισκέπτες να μοιραστούν τις φωτογραφίες, τα βίντεο και τις ιστορίες τους που σχετίζονται με την εμπειρία τους στην επιχείρησή σας. Προσφέρετε κίνητρα, βραβεία ή αποκλειστικά προνόμια για να παρακινήσετε τη συμμετοχή.

**Δημιουργία στιγμών με δυνατότητα κοινής χρήσης:** Σχεδιάστε φωτογενείς χώρους, εμπειρίες και ανέσεις που είναι οπτικά ελκυστικές και άξιες για κοινή χρήση. Ενθαρρύνετε τους επισκέπτες να απαθανατίσουν και να μοιραστούν τις στιγμές τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, επισημαίνοντας μοναδικές λειτουργίες ή ρυθμίσεις.

**Προβάλετε το UGC στα κανάλια μάρκετινγκ:** Προβάλετε φωτογραφίες επισκεπτών, κριτικές και μαρτυρίες στον ιστότοπό σας, στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και στο υλικό μάρκετινγκ. Επισημάνετε το UGC που καταγράφει την ουσία της επωνυμίας σας και έχει απήχηση στο κοινό-στόχο σας.

**Κοινή χρήση λαβών μέσω κοινωνικής δικτύωσης:** Εμφανίστε τις λαβές των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, τα hashtags και τα μηνύματα κοινής χρήσης σε όλη την ιδιοκτησία σας και σε διαφημιστικό υλικό. Ενθαρρύνετε τους επισκέπτες να προσθέσουν ετικέτα στην επιχείρησή σας στις αναρτήσεις τους και να ασχοληθούν με το περιεχόμενό σας.

**Εκτιμώμενη διάρκεια:** 45 λεπτά



### Φύλλο αναφοράς 6.3.3.β: Κίνδυνοι και μέτρα για τον περιορισμό των αρνητικών επιπτώσεων

#### Οι παράγοντες κινδύνου που σχετίζονται με την κοινή χρήση UGC περιλαμβάνουν

**Αρνητικές κριτικές:** Οι αρνητικές κριτικές ή τα παράπονα ενδέχεται να βλάψουν τη φήμη σας εάν αφεθούν χωρίς αντιμετώπιση ή κακή διαχείριση. Απαντήστε έγκαιρα και επαγγελματικά στην αρνητική UGC για να μετριαστεί ο αντίκτυπος στην επιχείρησή σας.

**Ακατάλληλο περιεχόμενο:** Οι επισκέπτες ενδέχεται να μοιραστούν ακατάλληλο ή προσβλητικό περιεχόμενο που θα μπορούσε να βλάψει την εικόνα της επωνυμίας σας. Παρακολουθήστε τακτικά τα κανάλια UGC και μετριάστε το περιεχόμενο για να αποτρέψετε το ακατάλληλο υλικό να είναι ορατό στο κοινό.

**Έλλειψη ελέγχου:** Οι επιχειρήσεις ενδέχεται να αντιμετωπίσουν προκλήσεις στον έλεγχο της αφήγησης και των μηνυμάτων όταν οι επισκέπτες μοιράζονται το UGC. Παρέχετε κατευθυντήριες γραμμές, πολιτικές και εκπαίδευση στο προσωπικό για τη διαχείριση του UGC αποτελεσματικά και τη διατήρηση της συνέπειας της επωνυμίας.

#### Μέτρα για την αποφυγή ή τον περιορισμό των αρνητικών επιπτώσεων

Παρακολουθήστε τακτικά το UGC στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, στις πλατφόρμες κριτικών και σε άλλα κανάλια για να διασφαλίσετε την ποιότητα και τη συνάφεια του περιεχομένου. Καταργήστε το ακατάλληλο ή ανεπιθύμητο περιεχόμενο, προωθώντας παράλληλα γνήσιες και εντυπωσιακές συνεισφορές επισκεπτών.

Αναγνωρίστε και αλληλεπιδράστε με τους επισκέπτες που μοιράζονται το UGC κάνοντας like, σχολιασμό και κοινοποίηση των αναρτήσεών τους. Δείξτε εκτίμηση για τη συνεισφορά τους και ενθαρρύνετε την περαιτέρω αλληλεπίδραση μέσω ουσιαστικών απαντήσεων.

Εάν λάβετε αρνητικό UGC, χειριστείτε το έγκαιρα και επαγγελματικά. Απαντήστε ιδιωτικά – δημόσια μόνο με την υποστήριξη των προϊσταμένων σας – για να αντιμετωπίσετε τις ανησυχίες του επισκέπτη, να προσφέρετε λύσεις ή να ζητήσετε συγγνώμη και να δείξετε δέσμευση για επίλυση προβλημάτων και βελτίωση των υπηρεσιών.

**Μαθησιακός  
στόχος****6.3.4 Κανόνες τηλεφωνικής επικοινωνίας  
(εθιμοτυπία) στον τομέα της φιλοξενίας**

Η αποτελεσματική επικοινωνία μέσω τηλεφώνου στον τομέα της φιλοξενίας μπορεί να έχει ορισμένες μοναδικές πτυχές σε σύγκριση με την επικοινωνία σε άλλους τομείς λόγω της ιδιαίτερης φύσης του κλάδου. Η τηλεφωνική επικοινωνία είναι σίγουρα μια κρίσιμη πτυχή της εξυπηρέτησης πελατών στον τομέα της φιλοξενίας και είναι σημαντικό να τηρούνται συγκεκριμένες οδηγίες εθιμοτυπίας για να διασφαλιστεί ο επαγγελματισμός και η αποτελεσματικότητα. Η ενεργητική ακρόαση είναι ένα βασικό στοιχείο σε όλη τη λεκτική επικοινωνία και θα πρέπει επίσης να λαμβάνεται υπόψη όταν είναι στο τηλέφωνο, αλλά σίγουρα υπάρχουν μερικοί ακόμη κανόνες που ένας μαθητής πρέπει να μπορεί να ονομάσει και να θυμάται. (Βλ. φύλλο αναφοράς 6.3.4)

#### **Φύλλο αναφοράς 6.3.4: Μερικοί κανόνες τηλεφωνικής επικοινωνίας που τηρούνται συνήθως στον κλάδο της φιλοξενίας**

**Απαντήστε αμέσως:** Απαντήστε έγκαιρα στις εισερχόμενες κλήσεις, κατά προτίμηση εντός τριών κουδουνισμάτων, για να δείξετε προσοχή και σεβασμό για την ώρα του καλούντος.

**Προσδιορίστε τον εαυτό σας και τον οργανισμό σας:** Όταν απαντάτε στο τηλέφωνο, καλωσορίστε τον καλούντα με επαγγελματικό και φιλικό τόνο, δηλώστε το όνομά σας και προσδιορίστε με σαφήνεια το ξενοδοχείο ή την κατάστασή σας για να προσφέρετε μια εξατομικευμένη και φιλόξενη εμπειρία.

**Μιλήστε καθαρά και επαγγελματικά:** Χρησιμοποιήστε καθαρό και ευγενικό τόνο φωνής, μιλήστε με μέτριο ρυθμό και αποφύγετε τη χρήση ορολογίας ή αργκό που μπορεί να μπερδέψει τον καλούντα. Διατηρήστε μια επαγγελματική συμπεριφορά σε όλη τη διάρκεια της συνομιλίας.

**Προσφέρετε βοήθεια και παρέχετε πληροφορίες:** Να είστε προσεκτικοί στις ανάγκες του καλούντος, να προσφέρετε βοήθεια ή λύσεις στα ερωτήματά του και να παρέχετε ακριβείς πληροφορίες σχετικά με τις υπηρεσίες του ξενοδοχείου, τη διαθεσιμότητα δωματίων, τις τιμές, τις ανέσεις, τις κρατήσεις και οποιεσδήποτε άλλες λεπτομέρειες ζητούνται.

**Επιβεβαίωση λεπτομερειών:** Επαναλάβετε σημαντικές πληροφορίες όπως κρατήσεις, επιβεβαιώσεις κρατήσεων, προτιμήσεις επισκεπτών και ζητούμενες υπηρεσίες για να διασφαλίσετε την ακρίβεια και να αποφύγετε παρεξηγήσεις.

**Μεταφέρετε τις κλήσεις αποτελεσματικά:** Εάν ένας καλών πρέπει να μεταφερθεί σε άλλο τμήμα ή μέλος του προσωπικού, ενημερώστε τον πριν μεταφέρετε την κλήση και παρέχετε μια σαφή εισαγωγή στη νέα επαφή για να διευκολύνετε την απρόσκοπτη μετάβαση.

**Χρησιμοποιήστε το κράτημα και τη μεταφορά με ευγένεια:** Εάν πρέπει να θέσετε έναν καλούντα σε αναμονή, ζητήστε πρώτα την άδειά του, δώστε έναν εκτιμώμενο χρόνο για την αναμονή και περιοδικά επικοινωνήστε μαζί του. Κατά τη μεταφορά μιας κλήσης, βεβαιωθείτε ότι η σύνδεση έχει δημιουργηθεί πριν την αποσύνδεση.

**Τερματίστε την κλήση επαγγελματικά:** Πριν τερματίσετε την κλήση, συνοψίστε τα βασικά σημεία, προσφέρετε πρόσθετη βοήθεια εάν χρειάζεται, ευχαριστήστε τον καλούντα που επικοινωνήσε με το ξενοδοχείο και προσκαλέστε τον να καλέσει ξανά εάν έχει περαιτέρω ερωτήσεις ή απαιτήσεις.

**Παρακολούθηση εάν είναι απαραίτητο:** Εάν υποσχεθείτε ότι θα δώσετε συνέχεια σε ένα αίτημα ή αίτημα, βεβαιωθείτε ότι το κάνετε αμέσως και παρέχετε στον καλούντα τις απαραίτητες πληροφορίες ή λύση.

**Παρακολούθηση εάν είναι απαραίτητο:** Εάν υποσχεθείτε να δώσετε συνέχεια σε ένα αίτημα ή αίτημα, βεβαιωθείτε ότι το κάνετε αμέσως και παρέχετε στον καλούντα τις απαραίτητες πληροφορίες ή λύση.



*Εικόνα που δημιουργήθηκε από το Bing AI Image Generator*

**Δραστηριότητα 6.3.4: Κουίζ τηλεφωνικής συνομιλίας**

**Εντολή:** Διαβάστε τις παρακάτω ερωτήσεις/προτάσεις και κυκλώστε τη σωστή απάντηση με το στυλό/μολύβι σας. Συζητήστε τις απαντήσεις σας με την ομάδα.

Πόσα κουδούνια πρέπει να στοχεύσετε για να απαντήσετε σε μια εισερχόμενη κλήση στον τομέα της φιλοξενίας;

- A) 5 δαχτυλίδια
- B) 3 δαχτυλίδια
- Γ) 7 δαχτυλίδια
- Δ) 10 δαχτυλίδια

Τι πρέπει να κάνετε όταν απαντάτε στο τηλέφωνο σε ξενοδοχείο ή εγκατάσταση;

- A) Μίλα δυνατά
- B) Προσδιορίστε τον εαυτό σας και τον οργανισμό σας
- Γ) Χρησιμοποιήστε γλώσσα αργκό
- Δ) Διακόψτε τον καλούντα

Ποια είναι η σημασία της ενεργητικής ακρόασης στην τηλεφωνική επικοινωνία στη φιλοξενία;

- A) Δεν είναι απαραίτητο.
- B) Βοηθά στην ακριβή κατανόηση των αναγκών του καλούντος.
- Γ) Μπορεί να είναι συντριπτικό για ορισμένους καλούντες.
- Δ) Καθυστερεί την κλήση.

Πώς πρέπει να μιλάτε στο τηλέφωνο στον τομέα της φιλοξενίας;

- A) Μίλα γρήγορα
- B) Χρησιμοποιήστε ορολογία και τεχνικούς όρους
- Γ) Μιλήστε καθαρά και επαγγελματικά
- Δ) Πολλαπλές εργασίες κατά την κλήση

**Εκτιμώμενη διάρκεια:** 15 λεπτά

Τι πρέπει να κάνετε εάν χρειαστεί να μεταφέρετε μια κλήση σε άλλο τμήμα ή μέλος του προσωπικού;

- A) Μεταφέρετε την κλήση χωρίς να ενημερώσετε τον καλούντα
- B) Ενημερώστε τον καλούντα πριν μεταφέρετε την κλήση
- Γ) Μεταφέρετε την κλήση χωρίς να πραγματοποιήσετε σύνδεση
- Δ) Αποσυνδέστε αμέσως την κλήση

Γιατί είναι σημαντικό να τερματίσετε την κλήση επαγγελματικά στον τομέα της φιλοξενίας;

- A) Δεν είναι απαραίτητο να τερματίσετε την κλήση επαγγελματικά
- B) Να παρέχει μια εξαιρετική εμπειρία επισκέπτη
- Γ) Να απογοητεύσει τον καλούντα
- Δ) Να κλείσει απότομα το τηλέφωνο

Πώς πρέπει να χειρίζεστε την αναμονή ενός καλούντος στον τομέα της φιλοξενίας;

- A) Θέστε τον καλούντα σε αναμονή χωρίς να ζητήσετε άδεια
- B) Δώστε έναν εκτιμώμενο χρόνο για την αναμονή
- Γ) Ξεχάστε τον καλούντα σε αναμονή
- Δ) Κρατήστε τον καλούντα σε αναμονή επ' αόριστον

Γιατί είναι σημαντικός ο εξατομικευμένος και φιλόξενος τόνος στην τηλεφωνική επικοινωνία στη φιλοξενία;

- A) Δεν έχει σημασία πώς μιλάς στο τηλέφωνο
- B) Να δημιουργήσει μια θετική πρώτη εντύπωση και να οικοδομήσει σχέση
- Γ) Να ενοχλήσει τον καλούντα
- Δ) Να παρέχει ανακριβείς πληροφορίες

Ποιες είναι μερικές μοναδικές πτυχές της αποτελεσματικής τηλεφωνικής επικοινωνίας στον τομέα της φιλοξενίας σε σύγκριση με άλλους τομείς;

- A) Δεν υπάρχουν διαφορές
- B) Γνώση προϊόντων και ανταλλαγή πληροφοριών
- Γ) Αποφυγή προσανατολισμού στην εξυπηρέτηση πελατών
- Δ) Χρήση πειστικών τεχνικών πωλήσεων

**Εκτιμώμενη διάρκεια: 15 λεπτά**

Πώς μπορούν οι επαγγελματίες της φιλοξενίας να χειριστούν αποτελεσματικά δύσκολες καταστάσεις στο τηλέφωνο;

- A) Πανικοβληθείτε και κλείστε την κλήση
- B) Δείξτε ενσυναίσθηση και προσφέρετε λύσεις
- Γ) Αγνοήστε τα παράπονα των επισκεπτών
- Δ) Να είστε αδιάφοροι για τις ανησυχίες των επισκεπτών

*Κλειδιά απαντήσεων:*

1. B) 3 δαχτυλίδια
2. B) Προσδιορίστε τον εαυτό σας και τον οργανισμό σας.
3. B) Βοηθά στην ακριβή κατανόηση των αναγκών του καλούντος.
4. Γ) Μιλήστε καθαρά και επαγγελματικά.
5. B) Ενημερώστε τον καλούντα πριν μεταφέρετε την κλήση.
6. B) Να παρέχει μια εξαιρετική εμπειρία επισκέπτη.
7. B) Δώστε έναν εκτιμώμενο χρόνο για την αναμονή.
8. B) Να δημιουργήσει μια θετική πρώτη εντύπωση και να οικοδομήσει σχέση.
9. B) Γνώση προϊόντων και ανταλλαγή πληροφοριών
10. B) Δείξτε ενσυναίσθηση και προσφέρετε λύσεις.

**Εκτιμώμενη διάρκεια:** 15 λεπτά

#### 4. Μαθησιακή Ενότητα 6.4: Διαπολιτισμική και επικοινωνία μεταξύ των γενεών και η επίδραση των προφίλ των επισκεπτών στην επικοινωνία

- *Περιγραφή Μαθησιακής Ενότητας*

Σε αυτή τη μαθησιακή ενότητα, οι εκπαιδευόμενοι εξοικειώνονται με τυπικές βασικές πτυχές των προφίλ επισκεπτών και παραδείγματα που χρησιμοποιούνται για την εξάσκηση διαπολιτισμικών καταστάσεων επικοινωνίας μεταξύ των γενεών, καθώς και με την ικανότητα να ανταποκρίνονται σε πτυχές ευπάθειας στην επικοινωνία.

- *Μαθησιακά Αποτελέσματα και Στόχοι*

Μαθησιακά Αποτελέσματα	Μαθησιακοί Στόχοι	Διάρκεια (Ώρες)
LO6.4: Εφαρμόστε στοχευμένη επικοινωνία σύμφωνα με το προφίλ επισκέπτη	<p>6.4.1 Κατανόηση του κοινού-στόχου και των προτιμήσεων επικοινωνίας τους πριν και κατά τη διάρκεια της διαμονής στο φορέα φιλοξενίας</p> <p>6.4.2 Εξασκηθείτε στην επικοινωνία με ποικίλες πολιτιστικές εκτιμήσεις, διαφορές γενεών, πτυχές ευπάθειας και προτιμώμενα κανάλια επικοινωνίας των επισκεπτών</p>	3

- **Μαθησιακό Αποτέλεσμα 6.4 - Δραστηριότητες και Φύλλα Αναφοράς**

- LO6.4 Εφαρμόστε στοχευμένη επικοινωνία σύμφωνα με το προφίλ επισκέπτη

Μαθησιακός στόχος	6.4.1 Κατανόηση του κοινού-στόχου και των προτιμήσεων επικοινωνίας τους πριν και κατά τη διάρκεια της διαμονής στο φορέα φιλοξενίας
-------------------	---

Για την αποτελεσματική επικοινωνία με τους επισκέπτες στον κλάδο της φιλοξενίας, είναι απαραίτητο να κατανοήσουμε τις προτιμήσεις επικοινωνίας και τυχόν πολιτισμικές αποχρώσεις του κοινού-στόχου.



Αναγνωρίζοντας το διαφορετικό υπόβαθρο και τις προσωπικές ανάγκες των επισκεπτών, οι επαγγελματίες της φιλοξενίας μπορούν να προσαρμόσουν την προσέγγισή τους για να εμπλακούν πιο ουσιαστικά. Αυτό περιλαμβάνει το να προσέχετε τα γλωσσικά εμπόδια, να προσαρμόσετε τον τόνο και την τυπικότητα, να παρέχετε σχετικές πληροφορίες και να χρησιμοποιείτε τη γλώσσα του σώματος με σεβασμό, όπως η διατήρηση θετικής οπτικής επαφής και φιλικής συμπεριφοράς. Είναι εξίσου σημαντικό να προσέχουμε τις μοναδικές ανάγκες και προτιμήσεις, για παράδειγμα, των ηλικιωμένων επισκεπτών και των επισκεπτών με αναπηρίες. (Βλέπε φύλλα αναφοράς 6.4.1.α έως 6.4.1.γ).

Για τους ηλικιωμένους επισκέπτες, αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη χρήση σαφούς, ευανάγνωστου υλικού επικοινωνίας, την ομιλία με άνετο ρυθμό και την παροχή προσβάσιμων πληροφοριών σχετικά με εγκαταστάσεις και υπηρεσίες. Όταν αλληλεπιδράτε με επισκέπτες που έχουν προβλήματα, βεβαιωθείτε ότι η επικοινωνία είναι περιεκτική και εξυπηρετική. Αυτό θα μπορούσε να περιλαμβάνει την προσφορά υλικού σε εναλλακτικές μορφές (π.χ. braille ή μεγάλα γράμματα, κύρια και συμπληρωματικά χρώματα, γραπτό κείμενο που υποστηρίζεται από γραφική αναπαράσταση) και κατανόηση των ειδικών απαιτήσεών τους. (Βλ. φύλλο αναφοράς 6.4.1.δ). Η κάλυψη των ξεχωριστών αναγκών αυτών των επισκεπτών, η οικοδόμηση πολιτιστικής συνείδησης και η προσαρμογή του στυλ επικοινωνίας συμβάλλουν τελικά σε μια πιο φιλόξενη και ευχάριστη εμπειρία για τους επισκέπτες καθ' όλη τη διάρκεια της διαμονής τους.

Εικόνα που δημιουργήθηκε από το Bing AI Image Generator



#### Φύλλο αναφοράς 6.4.1.α: Μερικοί λόγοι για διαφορές στις προτιμήσεις επικοινωνίας

Οι άνθρωποι μπορεί να έχουν διαφορετικές προτιμήσεις επικοινωνίας λόγω διαφόρων παραγόντων, όπως:

**Πολιτιστικό υπόβαθρο:** Οι διαφορετικοί δικά τους συγλ επικοινωνίας, αξίες και κανόνες που επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι αλληλεπιδρούν μεταξύ τους.

**Ηλικία και γενιά:** Άτομα από διαφορετικές ηλικιακές ομάδες ή γενιές μπορεί να έχουν διαφορετικές συνήθειες και προτιμήσεις επικοινωνίας. Οι νεότερες γενιές τείνουν να προτιμούν την ψηφιακή επικοινωνία, ενώ οι παλαιότερες μπορεί να προτιμούν τις συνομιλίες πρόσωπο με πρόσωπο ή τηλεφωνικές.

**Αισθητηριακές ικανότητες και προτιμήσεις:** Άτομα με αισθητηριακές διαταραχές ή διαφορετικές αισθητηριακές προτιμήσεις μπορεί να προτιμούν ορισμένες μεθόδους επικοινωνίας. Για παράδειγμα, ένα άτομο με προβλήματα ακοής μπορεί να προτιμά γραπτή ή οπτική επικοινωνία.

**Επαγγελματικό υπόβαθρο:** Το επάγγελμα ή το πεδίο σπουδών ενός ατόμου μπορεί να επηρεάσει το συγλ και τις προτιμήσεις επικοινωνίας του. Οι δικηγόροι ή οι συγγραφείς μπορεί να προτιμούν την ακριβή, επίσημη γλώσσα, ενώ όσοι βρίσκονται σε δημιουργικούς τομείς μπορεί να εκτιμούν την πιο άτυπη και εκφραστική επικοινωνία.

**Προσωπικές εμπειρίες:** Οι προηγούμενες εμπειρίες, τόσο θετικές όσο και αρνητικές, μπορούν να διαμορφώσουν τις επικοινωνιακές προτιμήσεις ενός ατόμου. Για παράδειγμα, κάποιος που είχε θετικές εμπειρίες με την ενεργητική ακρόαση μπορεί να εκτιμήσει αυτή την προσέγγιση περισσότερο στις αλληλεπιδράσεις του.

**Προσωπικότητα:** Τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας ενός ατόμου μπορούν να επηρεάσουν τις επικοινωνιακές του προτιμήσεις. Για παράδειγμα, οι εσωστρεφείς μπορεί να προτιμούν τη γραπτή επικοινωνία, ενώ οι εξωστρεφείς μπορεί να απολαμβάνουν τις αλληλεπιδράσεις πρόσωπο με πρόσωπο.

**Φύλλο αναφοράς 6.4.1.β: Εξατομικευμένες συμβουλές επικοινωνίας**

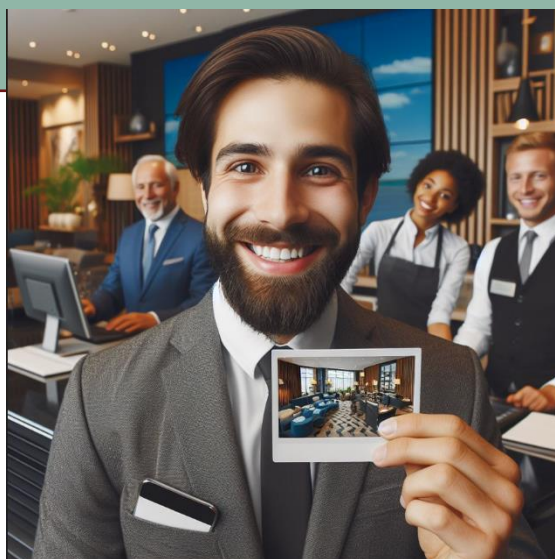
Οι άνθρωποι μπορεί να έχουν διαφορετικές προτιμήσεις επικοινωνίας λόγω διαφόρων παραγόντων, όπως:

**Πολιτισμική ευαισθησία:** Έχετε επίγνωση των πολιτισμικών διαφορών και προσαρμόστε ανάλογα το στυλ επικοινωνίας σας. Για παράδειγμα, ορισμένοι πολιτισμοί προτιμούν πιο επίσημες αλληλεπιδράσεις, ενώ άλλοι εκτιμούν μια περιστασιακή προσέγγιση. Να προσέχετε τον προσωπικό χώρο και τους πολιτισμικούς κανόνες.

**Υπομονή και Κατανόηση:** Αναγνωρίστε ότι οι επισκέπτες με αναπηρία μπορεί να έχουν μοναδικές ανάγκες ή απαιτήσεις. Μιλήστε καθαρά, αργά και με μέτρια ένταση. Κάντε υπομονή και προσφέρετε πρόσθετη βοήθεια εάν χρειαστεί. Χρησιμοποιήστε απλή, κατανοητή γλώσσα, ειδικά όταν συνομιλείτε με επισκέπτες που δεν είναι φυσικοί ομιλητές της τοπικής γλώσσας.

**Προσβάσιμη επικοινωνία:** Παρέχετε πληροφορίες σε διαφορετικές μορφές, όπως μπράιγ ή μεγάλους χαρακτήρες, για επισκέπτες με προβλήματα όρασης. Να είστε έτοιμοι να επικοινωνήσετε χρησιμοποιώντας τη νοηματική γλώσσα ή να παρέχετε βοηθήματα επικοινωνίας σε επισκέπτες με προβλήματα ακοής.

(Σημείωση: θυμηθείτε την ενεργητική ακρόαση και τη μη/παραλεκτική επικοινωνία, δείτε προηγούμενες αναφορές.)



Εικόνα που δημιουργήθηκε από το Bing AI Image Generator

**Φύλλο αναφοράς 6.4.1.c: Εισαγωγή - Πέντε Συγκεκριμένες Πολιτιστικές Θεωρήσεις ως Αφειτηρία**

Σε πολλούς πολιτισμούς της Μέσης Ανατολής, θεωρείται ασέβεια να δείχνεις τα πέλματα των ποδιών σου ή να χρησιμοποιείς το αριστερό σου χέρι για φαγητό ή χειρονομίες.

Στην Ιαπωνία, συνηθίζεται να αφήνετε μια μικρή ποσότητα φαγητού στο πιάτο σας όταν τελειώνετε ένα γεύμα, καθώς ο καθαρισμός του πιάτου σας σημαίνει ότι ο οικοδεσπότης δεν έδωσε αρκετό φαγητό.

Σε ορισμένες χώρες της Νότιας Αμερικής, δεν αναμένεται η έγκαιρη άφιξη για κοινωνικές εκδηλώσεις. Οι επισκέπτες φτάνουν συχνά με καθυστέρηση 30 λεπτών έως μία ώρα και η ακρίβεια μπορεί να θεωρηθεί ότι είναι πολύ πρόθυμη.

Σε ορισμένους αφρικανικούς πολιτισμούς, η διατήρηση της άμεσης οπτικής επαφής μπορεί να θεωρηθεί επιθετική ή συγκρουσιακή, επομένως είναι σημαντικό να προσέχετε πόση οπτική επαφή κάνετε κατά τη διάρκεια της συνομιλίας.

Σε ορισμένες χώρες της Νοτιοανατολικής Ασίας, όπως η Ταϊλάνδη, το να αγγίζετε το κεφάλι κάποιου, ειδικά χωρίς άδεια, θεωρείται ως ασέβεια, καθώς το κεφάλι θεωρείται το πιο ιερό μέρος του σώματος.

Επίσης εντός της Ευρώπης, μπορεί να βρείτε ενδιαφέρουσες διαφορετικές επικοινωνιακές συμπεριφορές, π.χ. καταφατικό νεύμα στη Βουλγαρία, προσωπική απόσταση στις συνομιλίες μεταξύ ανθρώπων από το Βορρά, φθάνοντας κατευθείαν στο θέμα σε έναν διάλογο σε ορισμένες κουλτούρες, μάλλον επισήμως απευθυνόμενοι στο άλλο άτομο ακόμη και μεταξύ γνωστών κ.λπ.

Μην σταματήσετε με αυτά, αλλά ψάξτε για περισσότερα στην πρακτική σας και κάποια έρευνα στο διαδίκτυο!

### **Ατομική Εργασία 7: Τα σημάδια των χεριών και η σημασία τους**

**Υλικά:** Η/Υ, tablet ή κινητό τηλέφωνο

Για να εμβαθύνετε τις γνώσεις σας και να μάθετε περισσότερα για τα σημάδια των χεριών και τη σημασία τους

<https://www.reisekompass.at/handzeichen-in-anderen-laendern/>, <https://www.welt.de/reise/article118369800/Das-sind-die-wichtigsten-Handzeichen-weltweit.html>

προτείνεται η χρήση του Google Translate ή παρόμοιου για άλλες γλώσσες (οι προτεινόμενοι ιστότοποι είναι στα γερμανικά).

#### **Φύλλο Αναφοράς 6.4.1.δ: Μερικές συγκεκριμένες συστάσεις για την επικοινωνία με τυφλά άτομα**

**Αναγνωρίστε τον εαυτό σας:** Όταν πλησιάζετε ένα τυφλό άτομο, παρουσιάζετε πάντα τον εαυτό σας, χρησιμοποιείτε το όνομα και τον εργασιακό σας ρόλο και απευθυνθείτε σε αυτούς με το όνομά τους όταν το γνωρίζετε. Αυτό τους βοηθά να ξέρουν ποιος τους μιλάει.

**Προσοχή στη γλώσσα:** Χρησιμοποιήστε κανονικό τόνο και ένταση όταν μιλάτε σε ένα τυφλό άτομο, αλλά αποφύγετε φράσεις όπως "Καταλαβαίνετε τι εννοώ;" ή "Κοίτα εκεί". Αντ' αυτού, χρησιμοποιήστε φράσεις όπως "Καταλαβαίνεις;" ή "Πάνω στα δεξιά σας."

**Περιγράψτε το περιβάλλον:** Προσφερθείτε να περιγράψετε το περιβάλλον, συμπεριλαμβανομένων τυχόν εμποδίων ή σημείων ενδιαφέροντος. Αυτό βοηθά τα τυφλά άτομα να χτίσουν μια νοητική εικόνα για το περιβάλλον τους.

**Βοήθεια και ανεξαρτησία:** Οι τυφλοί είναι ικανοί για πολλά πράγματα, οπότε μην κάνετε υποθέσεις σχετικά με τις ικανότητες ή τους περιορισμούς τους. Ρωτήστε αν χρειάζονται βοήθεια, αλλά μην υποθέσετε ότι χρειάζονται. Εάν αποδεχτούν την προσφορά σας, αφήστε τους να σας πάρουν το χέρι και να περπατήσουν λίγο μπροστά σας. Εάν έχουν ένα, μην αγγίζετε ή αποσπάτε την προσοχή των υπηρετικών ζώων ενώ είναι σε υπηρεσία.

Μάθετε περισσότερα για την τύφλωση και τα προβλήματα όρασης για να κατανοήσετε καλύτερα και να επικοινωνήσετε με άτομα που είναι τυφλά.

**Μαθησιακός  
στόχος**

6.4.2 Εξασκηθείτε στην επικοινωνία με ποικίλες πολιτιστικές εκτιμήσεις, διαφορές γενεών, πτυχές ευπάθειας και προτιμώμενα κανάλια επικοινωνίας των επισκεπτών.

Για να ενισχυθεί η επικοινωνία στον κλάδο της φιλοξενίας, είναι σημαντικό να προσέχουμε διάφορους παράγοντες που επηρεάζουν τις αλληλεπιδράσεις των επισκεπτών. Αυτά περιλαμβάνουν την κατανόηση πολιτιστικών αποχρώσεων, τη γεφύρωση των χασμάτων των γενεών, την αντιμετώπιση πτυχών ευπάθειας και την προσαρμογή των προτιμώμενων μεθόδων επικοινωνίας των επισκεπτών. Για να εξερευνήσετε την πολιτιστική συνείδηση και την ευαισθησία στην προσέγγισή σας σε επισκέπτες από διαφορετικά υπόβαθρα, βρείτε σε αυτήν την ενότητα ορισμένες δραστηριότητες που μπορούν να σας βοηθήσουν να παραμείνετε προσεκτικοί σε πτυχές ευπάθειας, όπως αναπηρίες ή γλωσσικά εμπόδια.

### Φύλλο αναφοράς 6.4.2: Παραδείγματα προφίλ επισκεπτών

#### Προφίλ 1: Μια νεαρή γυναίκα από την Άπω Ανατολή

Ως νεαρή γυναίκα από την Άπω Ανατολή, αυτή η επισκέπτης είναι πιθανό να εκτιμά τον σεβασμό, την ευγένεια και την τυπικότητα στις αλληλεπιδράσεις της με το προσωπικό φιλοξενίας. Μπορεί να περιμένει σαφή επικοινωνία στη μητρική της γλώσσα ή στα αγγλικά, καθώς και βοήθεια με την πλοήγηση σε άγνωστα πολιτιστικά πρότυπα. Να θυμάστε ότι σύμφωνα με ορισμένες πολιτιστικές νόρμες, οι άντρες δεν πρέπει να την πλησιάζουν απευθείας ή να είναι μόνοι μαζί της σε ένα δωμάτιο. Για να παρέχει άριστες υπηρεσίες, το προσωπικό της φιλοξενίας θα πρέπει να υιοθετήσει μια ευγενική και προσεκτική προσέγγιση, να προσφέρει καθοδήγηση σχετικά με τα τοπικά έθιμα και να αντιμετωπίζει τις προτιμήσεις του με προσοχή.



#### Προφίλ 2: Ηλικιωμένος

Ένας ηλικιωμένος άνδρας επισκέπτης μπορεί να δώσει προτεραιότητα σε ένα ήρεμο, υπομονετικό και προσεκτικό στυλ επικοινωνίας. Μπορεί να εκτιμήσει έναν πιο αργό ρυθμό συνομιλίας, καθαρή εκφώνηση και προσεκτική ακρόαση. Το προσωπικό θα πρέπει να είναι έτοιμο να ικανοποιήσει συγκεκριμένα αιτήματα που σχετίζονται με την προσβασιμότητα, την κινητικότητα ή τις διατροφικές απαιτήσεις. Το να δείξετε γνήσιο ενδιαφέρον για την άνεση και την ευημερία του θα συμβάλει σε μια θετική εμπειρία για αυτόν τον επισκέπτη.



#### Προφίλ 3: Ένα άτομο σε αναπηρικό καροτσάκι

ή ένας επισκέπτης που χρησιμοποιεί αναπηρικό καροτσάκι, η ενσυναίσθηση, η κατανόηση και η προληπτική προσέγγιση είναι ζωτικής σημασίας. Αυτός ο επισκέπτης μπορεί να χρειαστεί βοήθεια με την πλοήγηση στην εγκατάσταση, την πρόσβαση σε πληροφορίες σε εναλλακτικές μορφές ή τη λήψη προσαρμοσμένων υπηρεσιών. Το προσωπικό της φιλοξενίας θα πρέπει να επικοινωνεί με σαφήνεια και σεβασμό, να προσφέρει υποστήριξη χωρίς να είναι ενοχλητικό. Η παροχή ακριβών πληροφοριών σχετικά με τα προσβάσιμα χαρακτηριστικά, η επίδειξη υπομονής και η έκφραση προθυμίας να ικανοποιηθούν οι ανάγκες τους θα εξασφαλίσουν μια άνετη και ευχάριστη διαμονή.



Εικόνες που δημιουργήθηκαν από το

**Δραστηριότητα 6.4.2: Παραδείγματα συνομιλιών:****Υλικά:** κανένας**Εντολή:**

*Βήμα 1:* Διαβάστε τη συζήτηση και μετά συζητήστε για 10 λεπτά σε ζευγάρια εάν αυτό μετράει γενικά ως καλή πρακτική, εάν κάτι θα μπορούσε να βελτιωθεί ή πώς θα το είχατε χειριστεί.

*Βήμα 2:* Μιλήστε στην τάξη και μετά ζητήστε από τον δάσκαλο να καθοδηγήσει τη συζήτηση. Ο χρόνος θα εξαρτηθεί από το μέγεθος της ομάδας, αλλά δεν θα πρέπει να διαρκέσει περισσότερο από 15 λεπτά.

**#1: Συζήτηση μεταξύ ενός νεαρού μέλους του προσωπικού του ξενοδοχείου και μιας γυναίκας επισκέπτη από την Άπω Ανατολή****Συνομιλία στη ρεσεψιόν του ξενοδοχείου:**

Προσωπικό: Γεια σας! Check in;

Επισκέπτης: Ναι, έχω μια κράτηση με το όνομα Liu.

Προσωπικό: Cool. Χρειαζόμαστε απλώς την ταυτότητά σας και θα σας τακτοποιήσουμε.

Επισκέπτης: Ορίστε. Μπορώ να ρωτήσω αν το ξενοδοχείο παρέχει πληροφορίες για τοπικά έθιμα ή πολιτιστικές εκδηλώσεις;

Προσωπικό: Ε, όχι πραγματικά. Αλλά μπορείτε πάντα να το Google. Εδώ είναι το κλειδί σας. Απολαύστε τη διαμονή σας!

***Προτεινόμενη απάντηση για τον δάσκαλο ή εμφανίζεται στους μαθητές στο τέλος της δραστηριότητας:***

Σε αυτήν τη συνομιλία, η γλώσσα του μέλους του προσωπικού είναι πολύ άτυπη και απότομη, κάτι που μπορεί να εκληφθεί ως ασέβεια από τον επισκέπτη. Το μέλος του προσωπικού δεν αναλαμβάνει την πρωτοβουλία να απαντήσει στο ερώτημα του επισκέπτη σχετικά με τα τοπικά έθιμα και τις πολιτιστικές εκδηλώσεις. Αντίθετα, απορρίπτουν την ερώτηση και δεν παρέχουν καμία χρήσιμη πληροφορία. Μια πιο επαγγελματική προσέγγιση θα περιλάμβανε τη χρήση ευγενικής γλώσσας, την ενεργή ακρόαση των ερωτήσεων του επισκέπτη και την προσφορά καθοδήγησης ή πόρων για να βελτιώσουν την εμπειρία τους.



## #2: Συζήτηση σε ένα εστιατόριο μεταξύ ενός μέλους του προσωπικού και ενός ατόμου σε αναπηρικό καροτσάκι

**Υλικά:** κανένας

### Εντολή:

*Βήμα 1:* Πάρτε έναν νέο συνομήλικο από την ομάδα για να συνεργαστεί μαζί σας σε αυτήν την άσκηση.

*Βήμα 2:* Διαβάστε τη συζήτηση και, στη συνέχεια, συζητήστε ανά δύο εάν αυτό μετράει γενικά ως καλή πρακτική, εάν κάτι θα μπορούσε να βελτιωθεί ή πώς θα το είχατε χειριστεί. Έχετε 10 λεπτά. συνολικά για αυτό το βήμα τώρα.

*Βήμα 3:* Μιλήστε ξανά στην τάξη και μετά με τον δάσκαλο να καθοδηγεί τη συζήτηση. Ο χρόνος θα εξαρτηθεί από το μέγεθος της ομάδας, αλλά δεν θα πρέπει να διαρκέσει περισσότερο από 15 λεπτά.

### Συζήτηση στη ρεσεψιόν ενός εστιατορίου:

Προσωπικό: Καλώς ήρθατε! Έχετε κράτηση;

Επισκέπτης: Ναι, ναι. Είναι με το όνομα James. Ήθελα επίσης να ρωτήσω αν έχετε προσβάσιμες επιλογές καθισμάτων.

Προσωπικό: Φυσικά, μπορούμε να το κανονίσουμε. Μια στιγμή. [Μετά από μια σύντομη παύση], ορίστε. Θα καθίσετε στο τραπέζι 12.

Επισκέπτης: Ευχαριστώ. Θα μπορούσατε επίσης να με βοηθήσετε να κατανοήσω τις επιλογές του μενού; Έχω κάποιους διατροφικούς περιορισμούς.

Προσωπικό: Το μενού είναι αρκετά αυτονόητο. Μπορείτε απλά να το κοιτάξετε και να διαλέξετε ό,τι σας ταιριάζει. Έχουμε επίσης έναν κωδικό QR για χρήση. Απολαύστε το γεύμα σας!

### **Προτεινόμενη απάντηση για τον δάσκαλο ή εμφανίζεται στους μαθητές στο τέλος της δραστηριότητας:**

Σε αυτήν τη συνομιλία, το μέλος του προσωπικού εμφανίζεται απορριπτικό και δεν βοηθάει τις ερωτήσεις του επισκέπτη σχετικά με την προσβασιμότητα και τους διατροφικούς περιορισμούς. Δεν παρέχουν λεπτομερείς πληροφορίες ή εκφράζουν προθυμία να ικανοποιήσουν τις ανάγκες του επισκέπτη. Για να βελτιωθεί η αλληλεπίδραση, το μέλος του προσωπικού θα πρέπει να είναι πιο προσεκτικό, υπομονετικό και με ενσυναίσθηση, προσφέροντας βοήθεια με τις ρυθμίσεις θέσεων, τις επιλογές μενού και οποιεσδήποτε άλλες ανησυχίες μπορεί να έχει ο επισκέπτης.

**#3: Συζήτηση σε ξενοδοχείο με το προσωπικό καθαριότητας****Υλικά:** χαρτί και στυλό**Εντολή:**

*Βήμα 1:* Για αυτόν τον τελευταίο γύρο, πηγαίνετε στο άτομο στο αριστερό σας χέρι και εξασκηθείτε μαζί του/της στην ακόλουθη δραστηριότητα.

*Βήμα 2:* Ως τρίτη πρακτική εμπειρία, φανταστείτε μια συζήτηση ενός άλλου επισκέπτη με τον συνομήλικό σας και τυχόν αιτήματα προς το προσωπικό καθαριότητας ενός ξενοδοχείου. Χρησιμοποιήστε το τρίτο προφίλ από το φύλλο αναφοράς για τον φανταστικό σας καλεσμένο. Κρατήστε σημειώσεις για το τι μπορεί να χρειάζεται ή να θέλει αυτό το άτομο κατά τη διάρκεια των 10 λεπτών.

*Βήμα 3:* Εξασκηθείτε στη συζήτηση με τον συνομήλικό σας. Ένας από εσάς είναι μέλος του προσωπικού και ο ένας είναι επισκέπτης. Δεν έχετε σκεφτεί τι πρέπει να λέει, να κάνει το μέλος του προσωπικού ή πώς πρέπει να συμπεριφέρεται, αλλά έχετε σκεφτεί μια καλή πρακτική για να εφαρμόσετε στο στυλ επικοινωνίας σας στη συνομιλία σας, θυμηθείτε τώρα όσα έχετε ακούσει μέχρι στιγμής καλά πρακτικές.

Αλλά για να γίνει λίγο πιο περίπλοκο για αυτόν που ενεργεί ως "επισκέπτης", ο δάσκαλος θα μοιράσει σε μερικούς από τους μαθητές κάποιο υλικό για να τους δέσουν τα μάτια, σε άλλους μερικά ακουστικά και σε άλλους είτε γάντια με το ένα δάχτυλο για να τους βάλουν. κατά τη διάρκεια της δραστηριότητας.

Αφιερώστε 5 λεπτά για αυτήν την κατάσταση επικοινωνίας, ενώ ο δάσκαλος επισκέπτεται το ένα ή τα άλλα ζευγάρια για να ακούσει και να βοηθήσει με αυτό που θα μπορούσε να πάει καλύτερα.

**Εκτιμώμενη διάρκεια:** 90 λεπτά

## 5. Μαθησιακή Ενότητα 6.5: Ο Ρόλος της Επικοινωνίας στο Μάρκετινγκ των Υπηρεσιών Φιλοξενίας

### • Περιγραφή Μαθησιακής Ενότητας

Η επαγγελματική επικοινωνία μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί για την εμπορία των υπηρεσιών της οντότητας φιλοξενίας. Είναι σημαντικό να κατανοήσουμε πώς να επικοινωνούμε αποτελεσματικά για προωθητικές δραστηριότητες που μπορούν να αναδείξουν την εμπειρία του χρήστη και να παρέχουν αφηγήσεις για τα ταξίδια των χρηστών, για παράδειγμα. Οι εκπαιδευόμενοι θα εξασκηθούν επίσης να ανταποκρίνονται σε μια ποικιλία από κριτικές επισκεπτών και να τις μετατρέπουν σε μηνύματα μάρκετινγκ που είναι ωφέλιμα για τον οργανισμό φιλοξενίας τους.

### • Μαθησιακά Αποτελέσματα και Στόχοι

Μαθησιακά Αποτελέσματα	Μαθησιακοί Στόχοι	Διάρκεια (Ώρες)
LO6.5 Θυμηθείτε τον ρόλο της επικοινωνίας στο μάρκετινγκ των υπηρεσιών φιλοξενίας	<p>6.5.1 Ο ρόλος της επικοινωνίας στην αποτελεσματική προώθηση των υπηρεσιών φιλοξενίας</p> <p>6.5.2 Αφήγηση ιστοριών για τη δημιουργία πειστικών ιστοσελίδων, μέσω κοινωνικής δικτύωσης, διαφημιστικού υλικού και άλλων μέσων για συναισθηματική σύνδεση με πιθανούς επισκέπτες</p> <p>6.5.3 Εξασκηθείτε στην απάντηση στα σχόλια των επισκεπτών και στη διαχείριση διαδικτυακών κριτικών</p>	3

### • Μαθησιακό Αποτέλεσμα 6.5 - Δραστηριότητες και Φύλλα Αναφοράς

- LO6.5 Θυμηθείτε τον ρόλο της επικοινωνίας στο μάρκετινγκ των υπηρεσιών φιλοξενίας

**Μαθησιακός  
στόχος**
**6.5.1 Ο ρόλος της επικοινωνίας στην αποτελεσματική προώθηση των υπηρεσιών φιλοξενίας**

Η αποτελεσματική επικοινωνία παίζει καθοριστικό ρόλο στην προώθηση των υπηρεσιών φιλοξενίας διασφαλίζοντας ότι οι επιχειρήσεις μεταφέρουν με σαφήνεια τις υπηρεσίες τους για να αυξήσουν την προβολή, να προσελκύσουν νέους πελάτες, να ενισχύσουν την αφοσίωση των πελατών, να διαφοροποιηθούν από τους ανταγωνιστές, να προβάλουν τις μοναδικές τους προσφορές, να ενισχύσουν την αναγνωρισιμότητα της επωνυμίας και τελικά να αυξήσουν τα έσοδα και μακροπρόθεσμη επιτυχία. Σε αυτήν την ενότητα, πρέπει να σκεφτούμε πότε και πώς ένας πελάτης μπορεί να έρθει σε επαφή ή να βρει επικοινωνία σχετικά με και από την υπηρεσία φιλοξενίας. Αυτό είναι μέρος του μάρκετινγκ, το οποίο αναφέρεται στη στρατηγική διαδικασία εντοπισμού, πρόβλεψης και ικανοποίησης των αναγκών και επιθυμιών των πελατών μέσω της δημιουργίας, προώθησης και διανομής προϊόντων, υπηρεσιών και ιδεών για την επίτευξη οργανωτικών στόχων και τη δημιουργία μακροπρόθεσμων σχέσεων με τους πελάτες. Η κατανόηση και η γνώση των προτιμήσεων, των ενδιαφερόντων και των αναγκών του κοινού-στόχου για την προσαρμογή του περιεχομένου ανάλογα έχει συζητηθεί νωρίτερα. Για να ξέρετε πώς να επικοινωνείτε αποτελεσματικά για προωθητικές δραστηριότητες, είναι επίσης να εξετάσετε το "ταξίδι του χρήστη" και, στη συνέχεια, πώς να προωθήσετε καλύτερα την υπηρεσία φιλοξενίας.

### Φύλλο αναφοράς 6.5.1.α: Ταξίδι χρήστη

Ένα ταξίδι χρήστη στον κλάδο της φιλοξενίας αναφέρεται στα διάφορα στάδια που περνά ένας πελάτης όταν αλληλεπιδρά με μια επιχείρηση φιλοξενίας.

Ο πελάτης γνωρίζει την επιχείρηση φιλοξενίας μέσω μάρκετινγκ, από στόμα σε στόμα ή διαδικτυακής αναζήτησης, για παράδειγμα.

**Θεώρηση:** Ο πελάτης ερευνά και αξιολογεί την επιχείρηση, συγκρίνοντάς την με ανταγωνιστές με βάση παράγοντες όπως η τιμή, η τοποθεσία, οι ανέσεις και οι κριτικές.

**Εγγραφή:** Ο πελάτης αποφασίζει να κάνει κράτηση για διαμονή στην επιχείρηση φιλοξενίας, είτε απευθείας μέσω του ιστότοπου της επιχείρησης είτε μέσω μιας πλατφόρμας τρίτων.

**Προ-άφιξη:** Ο πελάτης λαμβάνει επιβεβαίωση και οποιεσδήποτε πρόσθετες πληροφορίες ή προσφορές για τη βελτίωση της διαμονής του, όπως επιλογές αναβάθμισης ή τοπικές συστάσεις.

**Αφιξη και διαμονή:** Ο πελάτης φτάνει στο ακίνητο, βιώνει τις υπηρεσίες και τις ανέσεις και σχηματίζει απόψεις για την επιχείρηση.

**Αναχώρηση και αναχώρηση:** Ο πελάτης ολοκληρώνει τη διαδικασία ολοκλήρωσης αγοράς, παρέχει σχόλια (εάν του ζητηθεί) και εγκαταλείπει το ακίνητο.

**Μετά τη διαμονή:** Ο πελάτης αναλογίζεται την εμπειρία του και μπορεί να αφήσει κριτικές, να συστήσει την επιχείρηση σε άλλους ή να σκεφτεί να επιστρέψει για μελλοντική διαμονή.

Εικόνα που  
δημιουργήθηκε από το  
Bing AI Image  
Generator



**Φύλλο αναφοράς 6.5.1.β: Μια ζωντανή εικόνα ενθαρρύνει συναισθηματικές συνδέσεις.**

**Ελκυστικό περιεχόμενο και εξατομικευμένες προτάσεις:** Χρησιμοποιήστε οπτικά ελκυστικά στοιχεία (συμπεριλαμβανομένων εντυπωσιακών εικόνων, βίντεο και γραφημάτων, αναπτύξτε καθηλωτικές εικονικές περιηγήσεις, προσφέρετε χρήσιμες πληροφορίες, ιδέες ή λύσεις, ενθαρρύνετε τις αλληλεπιδράσεις (π.χ. αμφίδρομη επικοινωνία, υποβολή ερωτήσεων και έναρξη δημοσκοπήσεων), αλλά να θυμάστε για να τα ευθυγραμμίσετε όλα με τις αξίες της επωνυμίας σας.

**Μαρτυρίες και κριτικές:** Μοιραστείτε τις εμπειρίες των πελατών επειδή αποτελούν πολύτιμη κοινωνική απόδειξη που χτίζει αξιοπιστία, εμπιστοσύνη και φήμη. να τις εφαρμόσετε προβάλλοντας θετικά σχόλια σε περίοπτη θέση στον ιστότοπό σας, σε υλικό μάρκετινγκ και σε πλατφόρμες μέσω κοινωνικής δικτύωσης. και ενθαρρύνετε τους ικανοποιημένους πελάτες να αφήνουν κριτικές σε δημοφιλείς ιστότοπους κριτικών όπως το TripAdvisor, το Google My Business, το Booking.com, το HRS ή άλλους ιστότοπους κρατήσεων.

**Πλατφόρμες μέσω κοινωνικής δικτύωσης:** Χρησιμοποιήστε πλατφόρμες μέσω κοινωνικής δικτύωσης για να ενισχύσετε την ταυτότητα της επωνυμίας σας και να αλληλεπιδράσετε αποτελεσματικά με το κοινό σας, διατηρώντας μια συνεπή φωνή και στυλ επωνυμίας σε όλα τα κανάλια και δημιουργήστε ένα τακτικό πρόγραμμα δημοσιεύσεων για να ενημερώνετε τους οπαδούς σας και να ενδιαφέρονται για τις υπηρεσίες φιλοξενίας σας.

**Τεχνικές αφήγησης:** Ενσωματώστε τεχνικές αφήγησης στη στρατηγική μάρκετινγκ για να δημιουργήσετε μια συναρπαστική αφήγηση γύρω από τις υπηρεσίες φιλοξενίας σας, τονίζοντας μοναδικές εμπειρίες, προκαλώντας συναισθήματα, μεταφέροντας αξίες επωνυμίας και χτίζοντας αυθεντικές συνδέσεις με το κοινό σας σε ένα βαθύτερο, πιο ελκυστικό επίπεδο. (βλ. επίσης υπό 6.5.2).

Μαθησιακός  
στόχος

6.5.2 Αφήγηση ιστοριών για τη δημιουργία πειστικών ιστοσελίδων, μέσω κοινωνικής δικτύωσης, διαφημιστικού υλικού και άλλων μέσων για συναισθηματική σύνδεση με πιθανούς επισκέπτες

Η αφήγηση είναι η τέχνη της δημιουργίας και της ανταλλαγής αφηγήσεων που εμπλέκουν, εμπνέουν και συνδέονται συναισθηματικά με το κοινό σας. Περιλαμβάνει τη δημιουργία μιας συναρπαστικής ακολουθίας γεγονότων χρησιμοποιώντας λέξεις, εικόνες ή ήχους, για την επικοινωνία ενός μηνύματος ή μιας ιδέας, συχνά ενσωματώνοντας στοιχεία όπως χαρακτήρες ή συγκεκριμένες καταστάσεις για να προκαλέσει μια έντονη συναισθηματική ανταπόκριση και να αφήσει μια μόνιμη εντύπωση στο κοινό. Το πρώτο πράγμα με το οποίο πρέπει να ξεκινήσετε εδώ είναι, φυσικά, η επιχείρηση φιλοξενίας σας, αλλά και το κοινό-στόχο που θα έπρεπε να έχετε ήδη εντοπίσει εφαρμόζοντας τη γνώση από τις προηγούμενες μονάδες. Θυμηθείτε επίσης να χρησιμοποιείτε οπτικές και αισθητηριακές λεπτομέρειες, όπως φωτογραφίες και βίντεο ή πραγματικές ιστορίες από ικανοποιημένους επισκέπτες για να χτίσετε εμπιστοσύνη και αξιοπιστία, όπως τονίστηκε στην προηγούμενη ενότητα.

**Φύλλο αναφοράς 6.5.2: Σημαντικά στοιχεία που πρέπει να ληφθούν υπόψη για τους αφηγητές**

Ισχυρή αφηγηματική δομή: Καθιερώστε μια ξεκάθαρη αρχή, μέση και τέλος, ενσωματώνοντας στοιχεία όπως χαρακτήρες (πραγματικά όπως επισκέπτες, μέλη του προσωπικού ή η επιχείρηση φιλοξενίας ή φανταστικοί). Συμπεριλάβετε συγκεκριμένες καταστάσεις (π.χ. μια πρόκληση ή ένα πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι χαρακτήρες κατά τη διάρκεια της εμπειρίας τους με την επιχείρηση φιλοξενίας). Και, παρέχετε μια λύση (δείχνοντας πώς η επιχείρησή σας στον τομέα της φιλοξενίας προχωρά πάνω και πέρα για την επίλυση του προβλήματος και τη διασφάλιση της ικανοποίησης των επισκεπτών) για να δημιουργήσετε μια συναρπαστική ιστορία.

Επισημάνετε μοναδικές εμπειρίες: Χρησιμοποιήστε ζωντανές περιγραφές και ανέκδοτα για να επιδείξετε τη χαρακτηριστική προσφορά της επιχείρησης φιλοξενίας σας (π.χ. ειδικές ανέσεις, υπηρεσίες ή εμπειρίες που ξεχωρίζουν την επιχείρησή σας από άλλους παράγοντες της αγοράς), την ατμόσφαιρα (όπως η ατμόσφαιρα και η ατμόσφαιρα της επιχείρησης, όπως η διακόσμηση, ο φωτισμός και το συνολικό περιβάλλον, που συμβάλλουν στη συνολική εμπειρία και τα συναισθήματα του επισκέπτη κατά τη διάρκεια της διαμονής τους), και τις εμπειρίες των επισκεπτών (όλες οι αλληλεπιδράσεις και οι στιγμές που έχουν οι επισκέπτες κατά τη διάρκεια της διαμονής τους, όπως η ζεστασιά του προσωπικού, η ποιότητα του φαγητού και την άνεση των καταλυμάτων).

**Συναισθήματα και παρακολούθηση αποτελεσμάτων:**

Αξιοποιήστε τα συναισθήματα του κοινού σας, όπως χαρά, ενθουσιασμό ή νοσταλγία, για να δημιουργήσετε μια βαθύτερη σύνδεση με την επωνυμία σας και να παρακολουθήσετε την απόδοση των προσπαθειών αφήγησης, να συγκεντρώσετε σχόλια από το κοινό και να προσαρμόσετε την προσέγγισή σας όπως χρειάζεται για να βελτιώσετε την αφοσίωση και τον αντίκτυπο.

**Συνοχή:** Διατηρήστε έναν σταθερό τόνο, στυλ και μήνυμα σε όλες τις προσπάθειες αφήγησης για να ενισχύσετε την ταυτότητα της επωνυμίας σας και να εδραιώσετε την αναγνώριση στο κοινό σας.

**Αυθεντικότητα και διαφάνεια:** Βεβαιωθείτε ότι η αφήγηση της ιστορίας σας είναι γνήσια, ειλικρινής και διαφανής, αντικατοπτρίζοντας τις αληθινές αξίες και τις εμπειρίες της επιχείρησης φιλοξενίας σας, για να οικοδομήσετε εμπιστοσύνη και αξιοπιστία με το κοινό σας.



Δέσμευση κοινού: Ενθαρρύνετε την αλληλεπίδραση και τη συμμετοχή από το κοινό σας, όπως μέσω διαδραστικών στοιχείων, περιεχομένου που δημιουργείται από χρήστες ή παροτρύνσεων για δράση που τους ωθούν να αλληλεπιδράσουν με την επωνυμία σας.



*Εικόνα που δημιουργήθηκε από το Bing AI  
Image Generator*

### **Δραστηριότητα 6.5.2: Παράδειγμα άσκησης αφήγησης**

**Τίτλος:** Μια γεύση της Τοσκάνης

**Υλικά:** χαρτί, στυλό και πρόσβαση στο διαδίκτυο για γραφικά

#### **Εντολή:**

*Βήμα 1:* Εισαγάγετε και εξηγήστε τις δύο πτυχές που υπάρχουν στην τεχνική αφήγησης: τις δομικές πτυχές της αφήγησης και τις μοναδικές πτυχές της επιχείρησης φιλοξενίας που συμβάλλουν στην αφήγηση και τη συνολική εμπειρία του επισκέπτη. Αφήστε τους να διαβάσουν την εισαγωγή παρακάτω και να διευκρινίσουν τυχόν ερωτήσεις.

#### **Δομικές πτυχές:**

Χαρακτήρες στο παράδειγμά μας: η Σοφία, μια καλεσμένη από τις Ηνωμένες Πολιτείες. Marco, ιδιοκτήτης ενός οικογενειακού αγροτουρισμού (δηλαδή, επίσης γνωστό ως "αγροτουρισμός" ή "φάρμα-διαμονή", που είναι ένας τύπος καταλύματος που συνδυάζει τις γεωργικές δραστηριότητες με τον τουρισμό) στην Τοσκάνη της Ιταλίας.

Σύγκρουση στο παράδειγμά μας: Η Σοφία επιθυμεί να ζήσει την αυθεντική κουζίνα της Τοσκάνης και να μάθει τοπικές τεχνικές μαγειρικής, αλλά δεν ξέρει από πού να ξεκινήσει.

#### **Αφηγηματική εμπειρία:**

Η Sophia έφτασε στο Marco's agriturismo, φωλιασμένο στους γραφικούς λόφους της Τοσκάνης, ελπίζοντας να βυθιστεί στην τοπική διατροφική κουλτούρα. Ανέφερε το ενδιαφέρον της για την κουζίνα της Τοσκάνης στον Μάρκο, ο οποίος με χαρά πρόσφερε τη βοήθειά του.

Ο Μάρκο μύησε τη Σοφία στα μαθήματα μαγειρικής τους, με επικεφαλής τη μητέρα του, μια έμπειρη μαγείρισσα που ειδικεύεται στα παραδοσιακά πιάτα της Τοσκάνης. Τις επόμενες μέρες, η Σοφία έμαθε να ετοιμάζει σπιτικά ζυμαρικά, τοπικές σπεσιαλιτέ όπως η ribollita, ακόμη και τιραμισού για επιδόρπιο.

Καθ 'όλη τη διάρκεια της παραμονής της, η Σοφία απολάμβανε τα απολαυστικά γεύματα που βοήθησε στη δημιουργία, δοκίμασε το ελαιόλαδο και το κρασί του agriturismo και δημιούργησε νέες φιλίες με τους συναδέλφους και το προσωπικό. Έφυγε με μια βαθύτερη εκτίμηση για τη μαγειρική κληρονομιά και τις αναμνήσεις της Τοσκάνης για να διαρκέσουν μια ζωή.

**Παράδειγμα ιστορίας: Με βάση την κατάσταση που παρουσιάστηκε παραπάνω, η ιστορία και τα γραφικά θα μπορούσαν να είναι τα εξής:**

Τίτλος: Sophia's Tuscan Culinary Adventure

Φωλιασμένο στους γραφικούς λόφους της Τοσκάνης, στην Ιταλία, βρίσκεται ένας μαγευτικός οικογενειακός αγροτουρισμός που προσφέρει κάτι περισσότερο από θέα που κόβει την ανάσα. Η Sophia, μια καλεσμένη από τις Ηνωμένες Πολιτείες, ανακάλυψε τη μαγεία αυτού του κρυμμένου πετραδιού κατά τη διάρκεια της πρόσφατης παραμονής της, βυθίζοντας τον εαυτό της στην πλούσια τοπική διατροφική κουλτούρα με τη βοήθεια του Marco, του ιδιοκτήτη.

Λαχταρώντας να ζήσει την αυθεντική κουζίνα της Τοσκάνης, η Σοφία μοιράστηκε το πάθος της με τον Μάρκο, ο οποίος τη μύησε με ανυπομονησία στα μαθήματα μαγειρικής τους, με επικεφαλής τη μητέρα του, μια έμπειρη μαγείρισσα που ειδικεύεται στα παραδοσιακά πιάτα της Τοσκάνης. Κατά τη διάρκεια της παραμονής της, η Σοφία έμαθε τα μυστικά της προετοιμασίας σπιτικών ζυμαρικών, τοπικών σπεσιαλιτέ όπως η ribollita, ακόμη και το παρακμιακό τιραμισού για επιδόρπιο.

Οι μέρες της Σοφίας ήταν γεμάτες με τα απολαυστικά αρώματα των φρέσκων υλικών, τη ζεστασιά των νεοανακαλυφθέντων φίλων και το γέλιο που αντηχούσε στη ζεστή κουζίνα. Καθώς δοκίμαζε τους καρπούς του κόπου της, απολαμβάνοντας τα απολαυστικά γεύματα που βοήθησε να δημιουργηθούν, ήξερε ότι είχε πέσει πάνω σε μια εμπειρία όπως καμία άλλη.

Εξερευνώντας περαιτέρω τον αγροτουρισμό, η Σοφία δοκίμασε το εκλεκτό σπιτικό ελαιόλαδο και το κρασί τους, συνδέοντας τη γη και την πλούσια κληρονομιά της. Κάθε μέρα που περνούσε, η αγάπη της για την Τοσκάνη βάθαινε και οι αναμνήσεις που ήταν χαραγμένες στην καρδιά της θα κρατούσαν μια ζωή.

Ανακαλύψτε την αυθεντική γεύση της Τοσκάνης στο οικογενειακά διοικούμενο agriturismo μας, όπου σας περιμένουν ζεστή φιλοξενία και γαστρονομικές περιπέτειες. Κλείστε τη διαμονή σας σήμερα και αφήστε τις γεύσεις της Ιταλίας να ζωντανέψουν!

#### **Προτεινόμενα οπτικά:**

- Φωτογραφίες της Σοφίας που συμμετέχει σε μαθήματα μαγειρικής, αλληλεπιδρά με τον Μάρκο και την οικογένειά του.
- Κοντινές λήψεις από τα πιάτα που παρασκευάστηκαν κατά τη διάρκεια των μαθημάτων, μαζί με εικόνες των υλικών και της διαδικασίας μαγειρέματος.
- Γραφικές εικόνες του αγροτουρισμού, του περιβάλλοντός του και των καλεσμένων που απολαμβάνουν τα γεύματά τους μαζί.

**Τα κανάλια που προτείνονται για τη δημοσίευση της ιστορίας είναι:**

- **Ιστότοπος:** Δημοσιεύτηκε σε μια ενότητα ιστολογίου ιστότοπου για να παρέχει στους πιθανούς επισκέπτες μια ελκυστική ματιά στις εμπειρίες που προσφέρει το agriturismo, συμπεριλαμβανομένης μιας παρότρυνσης για δράση που ενθαρρύνει τους αναγνώστες να κάνουν κράτηση για τη διαμονή τους και να μοιραστούν την ιστορία στις πλατφόρμες κοινωνικών μέσων.
- **Μέσα κοινωνικής δικτύωσης:** κοινοποίηση αποσπασμάτων της ιστορίας σε πλατφόρμες κοινωνικών μέσων όπως το Facebook και το Instagram, συνοδευόμενη από εντυπωσιακά γραφικά. Χρησιμοποιήστε σχετικά hashtags, όπως #TuscanCuisine, #CulinaryAdventure και #Agriturismo, για να προσεγγίσετε ένα ευρύτερο κοινό και να προσελκύσετε πιθανούς επισκέπτες.
- **Διαφημίσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης:** Δημιουργήστε σύντομο, συναρπαστικό κείμενο που υπογραμμίζει τις μοναδικές πτυχές του αγροτουρισμού και προσκαλεί τους θεατές να μάθουν περισσότερα για την ιστορία της Sophia επισκεπτόμενοι τον ιστότοπό σας. Χρησιμοποιήστε ασυνδυασμός φωτογραφιών και σύντομων βίντεο κλιπ που παρουσιάζουν δραστηριότητες μαγειρικής, το γραφικό σκηνικό του agriturismo και ικανοποιημένους επισκέπτες που απολαμβάνουν τη διαμονή τους.
- **Μπροσούρες:** Συμπεριλάβετε μια συμπυκνωμένη εκδοχή της ιστορίας, εστιάζοντας στις μοναδικές πτυχές της agriturismo και αξέχαστες εμπειρίες της Σοφίας. Χρησιμοποιήστε εικόνες υψηλής ποιότητας από το περιβάλλον του agriturismo, μαθήματα μαγειρικής, αλληλεπιδράσεις με τους επισκέπτες και τοπικό φαγητό. Επιλέξτε φωτογραφίες που προκαλούν μια αίσθηση ζεστασιάς, αυθεντικότητας και περιπέτειας.
- **Καρτ ποστάλ:** Γράψτε ένα σορτ, δελεαστικό απόσπασμα από την εμπειρία της Σοφίας που αποτυπώνει την ουσία του agriturismo και των προσφορών του. Επιλέξτε μία ή δύο εντυπωσιακές εικόνες που αναδεικνύουν την ομορφιά του agriturismo, όπως ένα εκπληκτικό τοπίο ή ένα φιλόξενο γεύμα που ετοιμάζεται κατά τη διάρκεια του μαθήματος μαγειρικής.
- **Ενημερωτικό δελτίο ηλεκτρονικού ταχυδρομείου:** Μοιραστείτε την πλήρη ιστορία ή ένα απόσπασμα για να προσελκύσετε τους συνδρομητές και να δώσετε μια ματιά στις προσφορές του agriturismo. Συμπεριλάβετε έναν σύνδεσμο προς τον ιστότοπό σας για περισσότερες πληροφορίες και επιλογές κράτησης. Ενσωματώστε εικόνες από την εμπειρία της Σοφίας στο σκηνικό του agriturismo και τα λαχταριστά πιάτα. Χρησιμοποιήστε μια οπτικά ελκυστική διάταξη για να γοητεύσετε τους αναγνώστες.

**Εργασία: Πρόσκληση για Επιχειρήσεις και Υπηρεσίες Προσωπικής Φιλοξενίας:**

Δημιουργήστε αξέχαστες εμπειρίες για τους καλεσμένους σας προσφέροντας μοναδικές, πρακτικές δραστηριότητες που προβάλλουν τους πολιτιστικούς θησαυρούς της περιοχής σας, όπως μαθήματα μαγειρικής, ξεναγήσεις ή εργαστήρια χειροτεχνίας. Αναδεικνύοντας τη ζεστασιά της τοπικής φιλοξενίας και αγκαλιάζοντας τη χαρακτηριστική γοητεία του προορισμού σας, θα αφήσετε μια μόνιμη εντύπωση και θα καλλιεργήσετε μια αίσθηση σύνδεσης που θα κάνει τους επισκέπτες να επιστρέφουν για περισσότερα.

*Βήμα 3:* Ζητήστε από κάθε ομάδα να κάνει καταϊγισμό ιδεών και να δημιουργήσει μια σύντομη ιστορία, ενσωματώνοντας τις δομικές πτυχές της αφήγησης (χαρακτήρες, σύγκρουση και επίλυση), καθώς και τονίζοντας τις ξεχωριστές προσφορές, την ατμόσφαιρα και τις εμπειρίες των επισκεπτών.

*Βήμα 4:* Σε κάθε ομάδα, ζητήστε από ένα μέλος να εξασκήσει εκ περιτροπής τις δεξιότητές του στην αφήγηση. Το ένα μέλος θα ενεργήσει ως πιθανός επισκέπτης, εκφράζοντας ενδιαφέρον για μια συγκεκριμένη εμπειρία, ενώ το άλλο θα μοιραστεί την ιστορία του, αντιμετωπίζοντας τα ενδιαφέροντα και τις ανάγκες του πιθανού επισκέπτη.

*Βήμα 5:* Ενθαρρύνετε τον «επισκέπτη» να παρέχει ανατροφοδότηση για την ιστορία και την παράδοσή της, εστιάζοντας σε στοιχεία όπως η δέσμευση, η σαφήνεια και ο συναισθηματικός αντίκτυπος. Η ομάδα μπορεί στη συνέχεια να συζητήσει τρόπους για να βελτιώσει την αφήγησή της και να βελτιώσει την επικοινωνιακή της προσέγγιση.

**Εκτιμώμενη διάρκεια:** 50-60 λεπτά

Μαθησιακός  
στόχος

6.5.3 Εξασκηθείτε στην απάντηση στα σχόλια των επισκεπτών και στη διαχείριση διαδικτυακών κριτικών

Η ανταπόκριση στα σχόλια των επισκεπτών και η διαχείριση διαδικτυακών κριτικών είναι ζωτικής σημασίας στην επιχείρηση φιλοξενίας για να διασφαλιστεί η ικανοποίηση των πελατών, η διαχείριση της φήμης και η συνεχής βελτίωση. Τα σχόλια και οι κριτικές επισκεπτών παρέχουν πολύτιμα σχόλια που μπορούν να βοηθήσουν στον εντοπισμό περιοχών προς βελτίωση, στην αντιμετώπιση

των ανησυχιών των πελατών και στην ανάδειξη θετικών εμπειριών. Απαντώντας στα σχόλια των επισκεπτών έγκαιρα και επαγγελματικά, οι επιχειρήσεις φιλοξενίας αποδεικνύουν τη δέσμευσή τους στην εξυπηρέτηση πελατών και δείχνουν ότι εκτιμούν τα σχόλια από τους επισκέπτες τους. Η διαχείριση διαδικτυακών κριτικών παίζει επίσης σημαντικό ρόλο στον επηρεασμό των αντιλήψεων και των αποφάσεων των πιθανών πελατών. Οι θετικές κριτικές μπορούν να προσελκύσουν νέους πελάτες και να χτίσουν εμπιστοσύνη, ενώ οι αρνητικές κριτικές παρέχουν μια ευκαιρία για την αντιμετώπιση προβλημάτων με διαφάνεια και την επίδειξη της ανταπόκρισης και της αφοσίωσης της επιχείρησης στην ικανοποίηση των πελατών. Συνολικά, η ενεργή συμμετοχή με σχόλια επισκεπτών και διαδικτυακές κριτικές μπορεί να βοηθήσει τις επιχειρήσεις φιλοξενίας να αποκτήσουν ισχυρή φήμη, να ενισχύσουν την αφοσίωση των πελατών και να προωθήσουν την ανάπτυξη της επιχείρησης.

#### **Φύλλο αναφοράς 6.5.3: Dos & Don'ts**

##### **Τι να κάνετε:**

Απαντήστε αμέσως στα σχόλια των επισκεπτών και στις διαδικτυακές κριτικές, ιδανικά μέσα σε 24-48 ώρες.

Εξατομικεύστε τις απαντήσεις σας απευθυνόμενοι στον επισκέπτη ονομαστικά και αναγνωρίζοντας τα συγκεκριμένα σχόλιά του.

Ευχαριστήστε τους επισκέπτες για τα σχόλιά τους, είτε θετικά είτε αρνητικά, και εκφράστε την εκτίμησή τους για τη συμβολή τους.

Ζητήστε συγγνώμη για τυχόν αρνητικές εμπειρίες ή ελλείψεις και δείξτε ενσυναίσθηση για τις ανησυχίες του επισκέπτη.

Προσφέρετε λύσεις ή τρόπους επίλυσης τυχόν ζητημάτων που εγείρονται από τους επισκέπτες και παρέχετε στοιχεία επικοινωνίας για περαιτέρω βοήθεια, εάν χρειαστεί.

Διατηρήστε έναν επαγγελματικό και ευγενικό τόνο σε όλες τις απαντήσεις, ακόμα και όταν αντιμετωπίζετε αρνητικά σχόλια.

Χρησιμοποιήστε τα σχόλια και τις κριτικές των επισκεπτών ως ευκαιρία για να δείξετε τη δέσμευσή σας για την ικανοποίηση των πελατών και την προθυμία σας να αντιμετωπίσετε τις ανησυχίες σας.

Παρακολουθήστε και παρακολουθείτε τα σχόλια των επισκεπτών με συνέπεια για να εντοπίσετε τάσεις, μοτίβα και τομείς προς βελτίωση.

### **Τι να μην κάνετε:**

Μην αγνοείτε ή παραμελείτε τα σχόλια των επισκεπτών ή τις διαδικτυακές κριτικές, καθώς αυτό θα μπορούσε να βλάψει τη φήμη σας και να αποτρέψει μελλοντικές κρατήσεις.

Μην απαντάτε αμυντικά και μην διαφωνείτε με τους καλεσμένους, ακόμα κι αν διαφωνείτε με τα σχόλιά τους.

Μην αποκαλύπτετε εμπιστευτικές ή ευαίσθητες πληροφορίες στις απαντήσεις σας για να διατηρήσετε το απόρρητο των επισκεπτών.

Μην χρησιμοποιείτε γενικές ή κλειστές απαντήσεις για κάθε σχόλιο επισκέπτη, καθώς οι εξατομικευμένες απαντήσεις είναι πιο αποτελεσματικές.

Μην διαγράφετε ή κρύβετε αρνητικές κριτικές, καθώς αυτό θα μπορούσε να θεωρηθεί ανέντιμο και να βλάψει την αξιοπιστία σας.

Μην συμμετέχετε σε έντονες συζητήσεις ή συγκρούσεις με τους επισκέπτες στο διαδίκτυο, καθώς αυτό μπορεί να επηρεάσει άσχημα την επιχείρησή σας.

Μην δίνετε υποσχέσεις ή δεσμεύσεις στις απαντήσεις σας που δεν μπορείτε να τηρήσετε.

Μην ξεχάσετε να επικοινωνήσετε με τους επισκέπτες μετά την επίλυση τυχόν ζητημάτων για να εξασφαλίσετε την ικανοποίηση και την αφοσίωσή τους.

### **Ατομική Εργασία 8: Επανεξέταση απαντήσεων**

**Υλικά:** χαρτί, στυλό ή υπολογιστή

#### **Εντολή:**

*Βήμα 1:* Βρείτε παρακάτω μερικά παραδείγματα κριτικών στα οποία μπορείτε να απαντήσετε σχολιάζοντας επαγγελματικά, αναγνωρίζοντας σχόλια και προσφέροντας λύσεις ή αναλύσεις όπου ενδείκνυται. Παρουσιάστε τους στην ομάδα.

*Βήμα 2:* Οι μαθητές μπορούν να κάνουν αυτήν την εργασία ως ατομική εργασία στο σπίτι.

### Δραστηριότητα 6.5.3: Απάντηση σε κριτικές

**Υλικά:** χαρτί και στυλό ή υπολογιστή

**Εντολή:** Διαβάστε τις παρακάτω ερωτήσεις/προτάσεις και κυκλώστε τη σωστή απάντηση με το στυλό/μολύβι σας. Συζητήστε τις απαντήσεις σας με την ομάδα.

*Βήμα 1:* Οι μαθητές μπορούν να παρουσιάσουν το αποτέλεσμα που παράγεται στο σπίτι στην ομάδα.

*Βήμα 2:* Μπορεί να επιλεγεί μία από τις κριτικές και δύο ή τρεις απαντήσεις μπορούν να συζητηθούν με ολόκληρη την ομάδα.

Είναι σημαντικό να τονιστεί κατά τη διάρκεια της συζήτησης ότι οι δύο ελάχιστα αληθινές κριτικές πρέπει να προσεγγίζονται με διακριτικότητα και διπλωματία, χωρίς να αρνούνται άμεσα την εμπειρία του επισκέπτη, αλλά να μοιράζονται την προοπτική της επιχείρησης και τη δέσμευση για την ικανοποίηση των πελατών. Ο χειρισμός των πραγματικών κριτικών με ειλικρίνεια και αποτελεσματικότητα δείχνει μια προληπτική προσέγγιση για την αντιμετώπιση των ανησυχιών των επισκεπτών και τη βελτίωση της συνολικής εμπειρίας των επισκεπτών.

**Εκτιμώμενη διάρκεια:** 30 λεπτά

Title: Οι τελευταίες σας κριτικές

- Ξενοδοχείο (Κριτική πλατφόρμας κρατήσεων):

Κριτική στο Booking.com: "Το ξενοδοχείο ήταν βρώμικο και το προσωπικό ήταν αγενές. Δεν θα έμενα ποτέ ξανά εδώ." (Σχεδόν αληθινή κριτική)

- Εστιατόριο (Κριτική Instagram):

Δημοσίευση στο Instagram: "Το χειρότερο γεύμα ποτέ στο [Restaurant Name]. Το φαγητό ήταν κρύο, η εξυπηρέτηση ήταν αργή και οι τιμές ήταν εξωφρενικές." (Σχεδόν αληθινή κριτική)

- Υπηρεσία σπα (κριτική ιστολογίου):

Κριτική ιστολογίου: "Η εμπειρία μου στο [Spa Name] ήταν τρομερή. Το μασάζ ήταν επώδυνο, οι εγκαταστάσεις ήταν βρώμικες και το προσωπικό ήταν αντιεπαγγελματικό." (True Review - χειριστείτε το σαν να ήταν αληθινό.)

- Τουριστικός Οδηγός (Facebook Review):

Κριτική στο Facebook: "Ο ξεναγός μας από το [Tour Company Name] ήταν ανίκανος και βαρετός. Νιώσαμε ότι σπαταλήσαμε τα χρήματά μας σε αυτήν την περιοδεία." (True Review - χειριστείτε το σαν να ήταν αληθινό.)



## 6. Μαθησιακή Ενότητα 6.6: Επαγγελματικές Επικοινωνιακές Δεξιότητες για Αλληλεπίδραση με Συναδέλφους και Επόπτες

### • Περιγραφή Μαθησιακής Ενότητας

Αυτή η μαθησιακή ενότητα εστιάζει στην ανάγκη για ενσυναίσθηση και επαγγελματική γλώσσα που χρησιμοποιείται μεταξύ των συναδέλφων στον τομέα της φιλοξενίας. Οι πρακτικές και οι τεχνικές για την παροχή ακριβών και έγκαιρων απαντήσεων και πληροφοριών είναι σημαντικές για τους επισκέπτες, καθώς και για τους συνομηλίκους και τους ανώτερους του κλάδου. Οι μαθητές θα εξερευνήσουν την ενεργητική ακρόαση, πρακτικές για τη διατήρηση της επαγγελματικής γλώσσας σε στρεσογόνες ή συναισθηματικές καταστάσεις με τους συναδέλφους τους, καθώς και θα εφαρμόσουν τεχνικές παροχής και λήψης ανατροφοδότησης, για παράδειγμα.

### • Μαθησιακά Αποτελέσματα και Στόχοι

Μαθησιακά Αποτελέσματα	Μαθησιακοί Στόχοι	Διάρκεια (Ώρες)
LO6.6: Εφαρμόστε επαγγελματικές δεξιότητες επικοινωνίας για αλληλεπίδραση με συναδέλφους και προϊσταμένους	<p>6.6.1 Κανόνες και τεχνικές επικοινωνίας με σεβασμό μεταξύ των συναδέλφων ανά πάσα στιγμή στην οντότητα φιλοξενίας</p> <p>6.6.2 Επαγγελματικές πρακτικές για το αίτημα για βοήθεια, ανατροφοδότηση και διατήρηση μιας θετικής κουλτούρας στο χώρο εργασίας στην οντότητα φιλοξενίας</p> <p>6.6.3 Σημασία/αναγκαιότητα παροχής έγκαιρων, ακριβών και αποτελεσματικών πληροφοριών και αναφορών κατά τις ώρες αιχμής στην οντότητα φιλοξενίας</p>	2

### • Μαθησιακό Αποτέλεσμα 6.6 - Δραστηριότητες και Φύλλα Αναφοράς

- LO6.6 Εφαρμόστε επαγγελματικές δεξιότητες επικοινωνίας για αλληλεπίδραση με συναδέλφους και προϊσταμένους

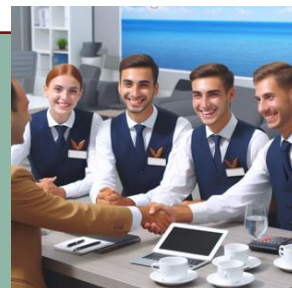
**Μαθησιακός  
στόχος**

6.6.1 Κανόνες και τεχνικές επικοινωνίας με σεβασμό μεταξύ των συναδέλφων ανεξαρτήτως χρόνου ή άλλων αγχωτικών συνθηκών στην οντότητα φιλοξενίας

Η επικοινωνία με σεβασμό προωθεί ένα θετικό εργασιακό περιβάλλον, προωθεί την ομαδική εργασία, ακόμη και ενόψει δύσκολων περιστάσεων ή χρονικών περιορισμών. Η επικοινωνία με σεβασμό μεταξύ των συναδέλφων θα πρέπει επίσης να πραγματοποιείται σε στιγμές και συνθήκες που δημιουργούν άγχος. Συγκεκριμένες οδηγίες ή αρχές που πρέπει να ακολουθείτε κατά την επικοινωνία με συναδέλφους, καθώς και τεχνικές που αναφέρονται στις μεθόδους ή τις στρατηγικές που χρησιμοποιούνται για την αποτελεσματική εφαρμογή κανόνων στην πράξη, μπορούν να σας βοηθήσουν να επικοινωνείτε με σεβασμό.

Εικόνα που δημιουργήθηκε από το Bing AI  
Image Generator

### Φύλλο Αναφοράς 6.6.1.α: Κανόνες για σεβαστή επικοινωνία μεταξύ συναδέλφων



#### Γενικοί κανόνες επικοινωνίας:

Εξασφαλίστε αποτελεσματική ροή επικοινωνίας αντιμετωπίζοντας έγκαιρα τις ανησυχίες, απαντώντας σε ερωτήσεις και παρέχοντας σχόλια. Εκφράστε σκέψεις, ιδέες και προσδοκίες με απλό τρόπο για να αποφύγετε παρεξηγήσεις, ενώ παράλληλα δίνετε πλήρη προσοχή στους συναδέλφους όταν μιλούν, κατανοώντας τις προοπτικές τους και ανταποκρίνεστε προσεκτικά.

**Επαγγελματικότητα:** Τήρηση υψηλών προτύπων συμπεριφοράς, μεταχείριση των συναδέλφων με αξιοπρέπεια και σεβασμό, αντιμετώπιση συγκρούσεων ή διαφωνιών με εποικοδομητικό και διπλωματικό τρόπο, έχοντας παράλληλα επίγνωση του προσωπικού χώρου, χρόνου και προτιμήσεων των συναδέλφων,

**Ειλικρίνεια και Διαφάνεια:** Επικοινωνήστε ανοιχτά και ειλικρινά με τους συναδέλφους σας, αποφεύγοντας τον δόλο ή τις κρυφές ατζέντες και διατηρώντας τα κατάλληλα επαγγελματικά όρια.

**Εμπιστευτικότητα:** Σεβαστείτε το απόρρητο των συναδέλφων κρατώντας τις ευαίσθητες πληροφορίες εμπιστευτικές και κοινοποιώντας τις μόνο όταν είναι απαραίτητο και κατάλληλο.

**Ενσυναίσθηση και υπομονή:** Λάβετε υπόψη τα συναισθήματα και τις εμπειρίες των συναδέλφων και να είστε δεκτικοί σε διαφορετικές απόψεις και ιδέες, ειδικά σε δύσκολες καταστάσεις. Απαντήστε με κατανόηση και συμπόνια, παραμένοντας ήρεμοι και απέχοντας από παρορμητικές ή επιθετικές αντιδράσεις.

**Θετικότητα:** Χρησιμοποιήστε λέξεις που μεταφέρουν υποστήριξη και ενθάρρυνση, δημιουργώντας ένα πιο εποικοδομητικό περιβάλλον επικοινωνίας, και επίσης χρησιμοποιήστε τη γλώσσα του σώματος και τον τόνο της φωνής για να διασφαλίσετε ότι το μήνυμά σας θα ληφθεί θετικά. Δείξτε ότι είστε ανοιχτοί σε σχόλια, νέες ιδέες και διαφορετικές απόψεις χωρίς κρίση ή αμυντικότητα.

Σημείωση: Η ενσυναίσθηση είναι η ικανότητα να κατανοούμε και να μοιραζόμαστε τα συναισθήματα των άλλων, δίνοντάς μας τη δυνατότητα να συνδεθούμε με τους ανθρώπους σε ένα βαθύτερο επίπεδο, βάζοντας τον εαυτό μας στη θέση τους και ανταποκρινόμενοι με συμπόνια και κατανόηση.

**Φύλλο Αναφοράς 6.6.1.β: Τεχνικές για επικοινωνία με σεβασμό μεταξύ συναδέλφων**

Θυμηθείτε τις λεπτομέρειες επικοινωνίας που παρουσιάζονται για καταστάσεις στις οποίες μπορεί να βρεθείτε με επισκέπτες, πελάτες ή άλλους ενδιαφερόμενους όταν επικοινωνείτε με τους συναδέλφους σας. Επιπλέον, εδώ είναι μερικά πολύ συγκεκριμένα:

**Δηλώσεις «εγώ»:** Όταν εκφράζετε τις σκέψεις ή τα συναισθήματά σας, χρησιμοποιήστε δηλώσεις «εγώ» για να αποφύγετε να κατηγορείτε ή να κάνετε υποθέσεις για άλλους. Για παράδειγμα, «Νιώθω καταπονημένος με τον τρέχοντα φόρτο εργασίας μου» αντί για «Μου δίνεις πάντα πάρα πολλή δουλειά».

**Παράφραση:** Αφού ακούσετε έναν συνάδελφο, παραφράστε το ξανά σε αυτόν για να βεβαιωθείτε ότι έχετε κατανοήσει σωστά το μήνυμά του. Αυτό δείχνει ότι ακούτε ενεργά και βοηθά στην αποφυγή παρεξηγήσεων.

**Παροχή και λήψη σχολίων:** Ενθαρρύνετε τους συναδέλφους να αισθάνονται άνετα να παρέχουν εποικοδομητικές ανατροφοδοτήσεις και προτάσεις και δείξτε εκτίμηση για τη συμβολή τους. Όταν δίνετε σχόλια, να είστε συγκεκριμένοι, επίκαιροι, με σεβασμό και να ενεργείτε. Όταν λαμβάνετε σχόλια, αναζητήστε διευκρινίσεις όταν χρειάζεται. Γενικά, παραμείνετε ανοιχτόμυαλοι και δεκτικοί σε εποικοδομητική κριτική.

**Συνοχή:** Η προσφορά υποστήριξης, η κατανομή ευθυνών και η συλλογική εργασία για να ξεπεραστούν οι προκλήσεις μπορεί να δημιουργήσει μια αίσθηση ενότητας και ομαδικής εργασίας μεταξύ των μελών της ομάδας, παρακινώντας τα άτομα σε δύσκολες καταστάσεις να εργαστούν δίπλα-δίπλα. Η παροχή βοήθειας και καθοδήγησης όταν του ζητηθεί, ακόμη και αν δεν είναι δική του ευθύνη, μπορεί να είναι ένα καλό βήμα προς ένα κοινό ομαδικό πνεύμα.

**Μαθησιακός  
στόχος**

6.6.2 Επαγγελματικές πρακτικές για το αίτημα για βοήθεια, ανατροφοδότηση και διατήρηση μιας θετικής κουλτούρας στο χώρο εργασίας στην οντότητα φιλοξενίας

Οι επαγγελματικές πρακτικές για το αίτημα βοήθειας και ανατροφοδότησης, διατηρώντας παράλληλα μια θετική κουλτούρα στο χώρο εργασίας σε μια οντότητα φιλοξενίας περιλαμβάνουν τη δημιουργία ενός περιβάλλοντος όπου ενθαρρύνεται η ανοιχτή επικοινωνία, η συνεργασία και η εποικοδομητική ανατροφοδότηση. Αυτό περιλαμβάνει την προσέγγιση των συναδέλφων ή των προϊσταμένων με σεβασμό όταν αναζητούν βοήθεια ή καθοδήγηση, την ενεργή ακρόαση των σχολίων που παρέχονται και την εφαρμογή προτεινόμενων βελτιώσεων με θετική στάση. Προτείνει να σέβεστε τον χρόνο και τις προτεραιότητες των άλλων και να ακολουθείτε τυχόν καθιερωμένα πρωτόκολλα ή διαδικασίες για την αναζήτηση βοήθειας. Επιπλέον, βασίζεται στη γνώση ποιος είναι το κατάλληλο άτομο ή μέλος της ομάδας για βοήθεια. Επομένως, είναι σημαντικό να απομνημονεύετε τα ονόματα και τα καθήκοντα των συναδέλφων στο χώρο εργασίας.

**Φύλλο αναφοράς 6.6.2.α: Κανόνες για την υποβολή σχολίων**

Να είστε συγκεκριμένοι: Δώστε συγκεκριμένα παραδείγματα ή παρατηρήσεις για να δείξετε τα σχόλιά σας. Αποφύγετε τις γενικεύσεις και να είστε ξεκάθαροι σχετικά με τη συμπεριφορά ή το θέμα που αντιμετωπίζετε.

Να είστε έγκαιρος: Δώστε ανατροφοδότηση έγκαιρα, ιδανικά αμέσως μετά την παρατηρούμενη συμπεριφορά ή κατάσταση. Αυτό βοηθά να διασφαλιστεί ότι τα σχόλια είναι συναφή και λειτουργικά.

Να είστε εποικοδομητικός: Πλαισιώστε τα σχόλιά σας με θετικό και εποικοδομητικό τρόπο, εστιάζοντας στη συμπεριφορά ή την απόδοση και όχι στα προσωπικά χαρακτηριστικά. Προσφέρετε προτάσεις για βελτίωση και να είστε υποστηρικτικοί στην προσέγγισή σας.

Να είστε αντικειμενικοί: Βασίστε τα σχόλιά σας σε γεγονότα και παρατηρήσεις και όχι σε υποθέσεις ή προσωπικές απόψεις. Αποφύγετε να φέρνετε συναισθήματα ή προκαταλήψεις στη συζήτηση ανατροφοδότησης.

Να είστε ενσυναίσθητοι: Λάβετε υπόψη την προοπτική και τα συναισθήματα του παραλήπτη κατά την παροχή σχολίων. Δείξτε ενσυναίσθηση και κατανόηση και να είστε δεκτικοί στην απάντηση ή την αντίδρασή τους.

Να είστε αμφίδρομοι: Ενθαρρύνετε έναν διάλογο προσκαλώντας τον παραλήπτη να μοιραστεί τις σκέψεις, τα συναισθήματά του και την προοπτική του σχετικά με την ανατροφοδότηση. Ακούστε ενεργά και να είστε ανοιχτοί στα σχόλιά τους επίσης.

Να είστε προσανατολισμένοι στο στόχο: Συνδέστε την ανατροφοδότηση με συγκεκριμένους στόχους ή στόχους και συζητήστε πώς ο παραλήπτης μπορεί να βελτιώσει ή να επιτύχει τα επιθυμητά αποτελέσματα. Εστιάστε στην ανάπτυξη και την ανάπτυξη παρά στην κριτική.

**Φύλλο αναφοράς 6.6.2.β: Κανόνες για τη λήψη σχολίων**

Να είστε ανοιχτόμυαλοι: Προσεγγίστε τα σχόλια με ανοιχτό μυαλό και προθυμία να ακούσετε και να μάθετε. Να είστε δεκτικοί σε διαφορετικές προοπτικές και να αποφύγετε να γίνετε αμυντικοί ή απορριπτικοί.

Να είστε ευγνώμονες: Αναγνωρίστε και εκτιμήστε τα σχόλια, αναγνωρίζοντας ότι είναι μια ευκαιρία για ανάπτυξη και βελτίωση. Εκφράστε ευγνωμοσύνη για τη συμβολή και τις πληροφορίες που μοιράζεστε.

Ζητήστε διευκρίνιση: Αναζητήστε διευκρινίσεις ή παραδείγματα εάν δεν κατανοείτε πλήρως τα σχόλια που παρέχονται. Κάντε ερωτήσεις για να κατανοήσετε καλύτερα τα σχόλια και πώς μπορείτε να αντιμετωπίσετε τυχόν τομείς προς βελτίωση.

Σκεφτείτε: Αφιερώστε χρόνο για να σκεφτείτε τα σχόλια και σκεφτείτε πώς ευθυγραμμίζεται με τους στόχους, τις αξίες και την απόδοσή σας. Σκεφτείτε τη συμπεριφορά ή τις ενέργειές σας και εντοπίστε τομείς όπου μπορείτε να κάνετε αλλαγές ή βελτιώσεις.

Μείνετε ήρεμοι: Παραμείνετε συνετοί ενώ λαμβάνετε σχόλια, ακόμα κι αν είναι κρίσιμο ή δύσκολο να το ακούσετε. Πάρτε βαθιές αναπνοές, διαχειριστείτε τα συναισθήματά σας και επικεντρωθείτε στο να ακούτε προσεκτικά.

Αναλάβετε δράση: Δεσμευτείτε να αναλάβετε δράση σχετικά με τα σχόλια που λαμβάνετε αναπτύσσοντας ένα σχέδιο βελτίωσης ή εφαρμόζοντας προτεινόμενες αλλαγές. Θέστε συγκεκριμένους στόχους και ορόσημα για την αντιμετώπιση των σχολίων.

Παρακολούθηση: Συνέχεια με το άτομο που έδωσε τα σχόλια για να μοιραστείτε την πρόοδό σας και τυχόν αλλαγές ή βελτιώσεις που έχετε κάνει. Ζητήστε ανατροφοδότηση για την πρόοδό σας και συνεχίστε τον διάλογο για συνεχή ανάπτυξη.

**Μαθησιακός  
στόχος**

6.6.3 Σημασία/αναγκαιότητα παροχής έγκαιρων, ακριβών και αποτελεσματικών πληροφοριών, αναφορών σε ώρες αιχμής στην οντότητα φιλοξενίας

Σε ένα περιβάλλον φιλοξενίας, η έγκαιρη και ακριβής επικοινωνία είναι ζωτικής σημασίας κατά τις ώρες αιχμής για τη διασφάλιση της ομαλής λειτουργίας και την παροχή εξαιρετικών υπηρεσιών στους επισκέπτες. Η παροχή πληροφοριών γρήγορα και με ακρίβεια επιτρέπει την αποτελεσματική λήψη αποφάσεων, ενισχύει την παραγωγικότητα και συμβάλλει στη διατήρηση υψηλών προτύπων ικανοποίησης των πελατών. Αυτή η προληπτική προσέγγιση βοηθά στην αποτελεσματική διαχείριση του γρήγορου περιβάλλοντος, στη βελτιστοποίηση της κατανομής των πόρων και στην έγκαιρη αντιμετώπιση τυχόν ζητημάτων, συμβάλλοντας έτσι στη συνολική επιτυχία και φήμη της οντότητας φιλοξενίας. Αυτή η ενότητα είναι να διερευνήσει όλες τις γνώσεις που αποκτήθηκαν προηγουμένως και να εφαρμόσει τις δεξιότητες στην πράξη.



### **Δραστηριότητα 6.6.3.α: Σενάριο Παιχνιδιού Ρόλων**

Για να αναπτύξουν βασικές δεξιότητες επικοινωνίας μεταξύ των συναδέλφων, αυτή η δραστηριότητα τους δίνει τη δυνατότητα να πλοηγούνται σε δύσκολες καταστάσεις και να προσφέρουν εξαιρετικές υπηρεσίες στους επισκέπτες αποτελεσματικά. Θα μπορούσε να εφαρμοστεί ως το προτεινόμενο παιχνίδι ρόλων ή σε εργασιακά σενάρια πραγματικής ζωής κατά την εξάσκηση της μάθησης με βάση την εργασία.

**Υλικά:** κανένας

#### **Εντολή:**

*Βήμα 1:* Ο δάσκαλος θα πρέπει να δημιουργήσει ένα σενάριο παιχνιδιού ρόλων όπου ένα νέο μέλος του προσωπικού αντιμετωπίζει μια δύσκολη κατάσταση σε ένα πολυσύχναστο εστιατόριο ή ξενοδοχείο, όπως η διαχείριση ενός δύσκολου παραπόνου πελάτη ή η διαχείριση πολλών παραγγελιών ταυτόχρονα.

*Βήμα 2:* Εξασκηθείτε στο να ζητάτε βοήθεια. Στο παιχνίδι ρόλων, το νέο μέλος του προσωπικού θα πρέπει να εξασκηθεί στο να ζητά βοήθεια από έναν πιο έμπειρο συνάδελφο για την επίλυση του ζητήματος. Μπορούν να χρησιμοποιήσουν φράσεις όπως "Μπορείς να με βοηθήσεις σε αυτήν την κατάσταση;" ή "Δεν είμαι σίγουρος πώς να το χειριστώ αυτό. Μπορείτε να δώσετε καθοδήγηση;"

*Βήμα 3:* Λήψη σχολίων - Μετά το σενάριο, ο δάσκαλος και ο συνάδελφος μπορούν να παρέχουν ανατροφοδότηση σχετικά με την προσέγγιση του μέλους του προσωπικού να ζητήσει βοήθεια και να συζητήσουν τρόπους βελτίωσης της επικοινωνίας και της ομαδικής εργασίας σε παρόμοιες καταστάσεις.

**Εκτιμώμενη διάρκεια:** 15-20 λεπτά

**Δραστηριότητα 6.6.3.β: Ομαδική Άσκηση Ανατροφοδότησης****Υλικό:** κόκκινη κάρτα για τον δάσκαλο**Εντολή:**

*Βήμα 1:* Κύκλος σχολίων - Σε μια ομαδική ρύθμιση, χωρίστε τους μαθητές σε ζευγάρια ή μικρές ομάδες και αναθέστε τους συγκεκριμένες εργασίες που σχετίζονται με την εξυπηρέτηση πελατών, όπως η διεκπεραίωση ερωτήσεων επισκεπτών ή η διαχείριση κρατήσεων. Δώστε τους 15 λεπτά για τη δραστηριότητα.

*Βήμα 2:* Παροχή σχολίων - Μετά την ολοκλήρωση των εργασιών, κάθε μέλος της ομάδας μπορεί να παρέχει ανατροφοδότηση στον σύντροφό του ή στα μέλη της ομάδας σχετικά με την απόδοσή του, επισημαίνοντας τα δυνατά σημεία και τους τομείς προς βελτίωση. Μπορούν να χρησιμοποιήσουν εποικοδομητικές φράσεις όπως "Εκτιμώ πώς χειριστήκατε το αίτημα του πελάτη, αλλά ίσως την επόμενη φορά θα μπορούσατε..." Χρησιμοποιήστε κόκκινες κάρτες για μη στοχευμένους τύπους σχολίων. Για κάθε άτομο, δεν πρέπει να δίνετε περισσότερο από 3 λεπτά. Θα μπορούσατε να τους βοηθήσετε να φανταστούν ότι βρίσκονται σε ένα ασανσέρ και δεν έχουν πολύ περισσότερο χρόνο για την ανατροφοδότηση.

*Βήμα 3:* Λήψη σχολίων - Τα μέλη του προσωπικού θα πρέπει να ακούν ενεργά την ανατροφοδότηση που παρέχουν οι συμμαθητές τους και να αναλογίζονται τις δικές τους επιδόσεις. Μπορούν να κάνουν διευκρινιστικές ερωτήσεις ή να ζητήσουν πρόσθετες συμβουλές για το πώς να βελτιώσουν τις δεξιότητές τους σε καθημερινά επιχειρηματικά σενάρια φιλοξενίας. Εφαρμόστε αυτό ως ατομική δραστηριότητα, δίνοντάς τους χώρο και χρόνο να περπατήσουν και να δουν τους συνομηλίκους τους. Συνολικά, ο προτεινόμενος χρόνος δεν πρέπει να υπερβαίνει τα 15 λεπτά. Βεβαιωθείτε ότι στο τέλος, κάθε άτομο μπορεί να ευχαριστήσει τους άλλους για την ανατροφοδότηση.

**Εκτιμώμενη διάρκεια:** 45 λεπτά

### **Δραστηριότητα 6.6.3.γ: Γράψτε μια ποιοτική, ακριβή αναφορά**

**Υλικά:** χαρτί και στυλό

#### **Εντολή:**

*Βήμα 1:* Επιλέξτε και παρουσιάστε μία από τις ακόλουθες καταστάσεις ή αφήστε τους μαθητές να επιλέξουν μία. Θα πρέπει να τα διαβάσουν προσεκτικά και στη συνέχεια να γράψουν μια σύντομη αναφορά εντός 15 λεπτών.

*Βήμα 2:* Συγκεντρώστε τα και δώστε σχόλια στις μεμονωμένες αναφορές την επόμενη φορά. ή αν σας απομένει, συγκρίνετε τα, ανακατέψτε τα και δώστε τα σε ομάδες των δύο για να σχολιάσουν τις αναφορές μέσα στα επόμενα 10 λεπτά. Δεν θα πρέπει να ζητάτε μόνο στυλ σχολιασμού αλλά και ακρίβεια και σωστή χρήση γραμματικής και λεξιλογίου.

**Εκτιμώμενη διάρκεια:** 30 λεπτά

#### **Κάρτες κατάστασης:**

- **Επίλυση καταγγελίας πελατών:** Σε ένα ξενοδοχείο, αντιμετωπίζετε μια κατάσταση όπου ένας επισκέπτης έχει ένα παράπονο για το δωμάτιο, την υπηρεσία ή την εμπειρία του. Αυτό το περιστατικό θα πρέπει να αναφερθεί. Ανατρέξτε σε όσα γνωρίζετε σχετικά με το πώς να χειρίζεστε αποτελεσματικά τα παράπονα πελατών, επιλύστε τα προβλήματα εγκαίρως και εξασφαλίστε την ικανοποίηση των επισκεπτών.
- **Παραβίαση της ασφάλειας των τροφίμων:** Είναι σημαντικό να ακολουθείτε τους κανονισμούς της βιομηχανίας για την πρόληψη των τροφιμογενών ασθενειών. Σε ένα εστιατόριο, παρατηρείτε παραβίαση της ασφάλειας των τροφίμων, όπως ακατάλληλο χειρισμό ή αποθήκευση τροφίμων πρακτικές ηλικίας. Αυτό το περιστατικό πρέπει να αναφερθεί.
- **Ανησυχία για την ασφάλεια:** Σε ένα νυχτερινό κέντρο διασκέδασης ή μπαρ, έχετε βιώσει μια κατάσταση όπου ένας θαμώνας γίνεται επιθετικός ή ξεκινά έναν καυγά. Αυτό το περιστατικό θα πρέπει να αναφερθεί. Σκεφτείτε πώς να εκτονώσετε τις εντάσεις, χέριτε απείθαρχους επισκέπτες και δώστε προτεραιότητα στην ασφάλεια των θαμώνων και των μελών του προσωπικού.
- **Δυσλειτουργία εξοπλισμού:** Σε ένα σπα ή μια εγκατάσταση αναψυχής, συναντάτε μια κατάσταση όπου ένας εξοπλισμός, όπως ένα τραπέζι μασάζ ή μια μηχανή γυμναστικής, δυσλειτουργεί ή σπάει/πέφτει κατά τη διάρκεια της συνεδρίας ενός πελάτη. Αυτό το περιστατικό θα πρέπει να αναφέρεται για να ανταποκρίνεται γρήγορα και αποτελεσματικά σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης

**Μπορείτε επίσης να τους παρέχετε την ακόλουθη λίστα ελέγχου για να τους βοηθήσετε να θυμούνται τις πιο σημαντικές πτυχές για τη σύνταξη τέτοιων αναφορών.**

**Λίστα ελέγχου για σύνταξη αναφοράς:**

Να είστε συνοπτικοί και σαφείς: Χρησιμοποιήστε σαφή και απλή γλώσσα για να μεταφέρετε πληροφορίες αποτελεσματικά. Αποφύγετε περιττές λεπτομέρειες ή ορολογία.

Δώστε προτεραιότητα στις βασικές πληροφορίες: Προσδιορίστε τις πιο κρίσιμες πληροφορίες που πρέπει να συμπεριληφθούν στην αναφορά. Εστιάστε σε βασικές πληροφορίες και αποτελέσματα που είναι απαραίτητα.

Χρήση δομημένης μορφής: Φανταστείτε ότι δεν έχετε συγκεκριμένες φόρμες για συμπλήρωση, αλλά πρέπει να οργανώσετε την αναφορά σε δομημένη μορφή. Χρησιμοποιήστε επικεφαλίδες, κουκκίδες και υποτίτλους για να βελτιώσετε την αναγνωσιμότητα.

Διόρθωση και αναθεώρηση: Αφιερώστε χρόνο για να διορθώσετε και να ελέγξετε την αναφορά για τυχόν σφάλματα ή ασυνέπειες πριν την υποβάλετε.

Επικοινωνήστε αποτελεσματικά: Λάβετε υπόψη το κοινό και τον σκοπό της αναφοράς όταν γράφετε. Προσαρμόστε τη γλώσσα και τον τόνο ανάλογα με την κατάσταση.

Διαχειριστείτε αποτελεσματικά το χρόνο: Αφιερώστε αρκετό χρόνο για τη σύνταξη, τη σύνταξη και την αναθεώρηση της αναφοράς, ειδικά κατά τις ώρες αιχμής. Σχεδιάστε εκ των προτέρων και αφιερώστε χρόνο για τη σύνταξη αναφορών για να αποφύγετε τη βιασύνη στη διαδικασία.

### **Σενάρια για έλεγχο ικανότητας γραφής:**

*Μια φορά μπορεί να επιλεγεί για τον έλεγχο ικανότητας – η ανάγνωση και η παροχή ενός κειμένου δεν πρέπει να διαρκεί περισσότερο από 25 λεπτά:*

#### **Σενάριο 1 (Επιστολή/Email σε φιλοξενία):**

Είστε ο υπεύθυνος σχέσεων με τους επισκέπτες σε ένα πολυτελές ξενοδοχείο και έχετε λάβει ένα παράπονο από έναν επισκέπτη σχετικά με την πρόσφατη διαμονή του. Ο επισκέπτης εκφράζει τη δυσαρέσκειά του για την υπηρεσία δωματίου και την καθαριότητα του καταλύματός τους. Γράψτε μια ευγενική και με κατανόηση απάντηση για να αντιμετωπίσετε τις ανησυχίες των επισκεπτών και να προσφέρετε μια λύση για να εξασφαλίσετε την ικανοποίησή τους.

#### **Σενάριο 2 (Έκθεση για πολιτιστικούς προβληματισμούς):**

Ως διευθυντής εκπαίδευσης σε ένα θέρετρο γνωστό για το ποικιλόμορφο εργατικό δυναμικό του, σας έχει ανατεθεί η προετοιμασία μιας έκθεσης σχετικά με τη σημασία των πολιτιστικών εκτιμήσεων στην επικοινωνία για τα μέλη του προσωπικού. Παρέχετε παραδείγματα πιθανών πολιτιστικών εμποδίων που θα μπορούσαν να προκύψουν σε ένα πολυπολιτισμικό περιβάλλον και προτείνετε στρατηγικές για να ξεπεραστούν αυτά τα εμπόδια για να εξασφαλίσετε αποτελεσματική επικοινωνία και συνεργασία μεταξύ των εργαζομένων.

#### **Σενάριο 3 (Είσοδος ιστότοπου/ιστολογίου για συναισθηματική σύνδεση):**

Είστε υπεύθυνοι να εργαστείτε για ένα boutique bed and breakfast που προσπαθεί να ανανεώσει τον ιστότοπο για να προσελκύσει περισσότερους επισκέπτες και να δημιουργήσει μια συναισθηματική σύνδεση με πιθανούς επισκέπτες. Αναπτύξτε μια πειστική ανάρτηση ιστολογίου ή περιεχόμενο ιστότοπου που αφηγείται την ιστορία

του B&B, τονίζοντας μοναδικές εμπειρίες, τοπικά αξιοθέατα και εξατομικευμένες πινακίδες που ξεχωρίζουν το κατάστημά σας από άλλα στον κλάδο. Ενσωματώστε τεχνικές αφήγησης για να προσελκύσετε τους αναγνώστες και να προκαλέσετε συναισθήματα που τους εμπνέουν να κλείσουν μια διαμονή στο κατάλυμά σας.

**Εργασίες για το σπίτι – Εργασίες συνολικής διάρκειας 4 ωρών – επισκόπηση:**

**Ατομική Εργασία 1:**Εισαγωγή στην έννοια της μη λεκτικής επικοινωνίας και η σημασία της σε χώρους φιλοξενίας

**Ατομική Εργασία 2:**Πολιτιστικές διαφορές (έρευνα)

**Ατομική Εργασία 3:**Παράδειγμα επιστολής (γραπτική άσκηση)

**Ατομική Εργασία 4:**Συμβουλές μορφοποίησης στο διαδίκτυο (έρευνα)

**Ατομική Εργασία 5:**Επιστολή (γραπτική άσκηση)

**Ατομική Εργασία 6:**Αναστοχασμός παρακολούθησης με βάση τη δραστηριότητα Ενεργητικής ακρόασης (εργασία αναστοχασμού)

**Ατομική Εργασία 7:**Τα σημάδια των χεριών και η σημασία τους (έρευνα)

**Ατομική Εργασία 8:**Έλεγχος απαντήσεων (γραπτική άσκηση)