

Tūrisma attīstības valsts aģentūra (TAVA) informē

Latvijas tūrisma pakalpojumu kvalitātes sistēma Q-Latvia

Kas ir kvalitāte tūrismā?

Vai zemo izmaksu aviokompānijas pakalpojumus varam uzskatīt par kvalitatīviem? Vai piecvaigžņu viesnīca jūras krastā ir kvalitatīvāka par brīvdienu māju laukos? Jāatzīst, ka neviens no minētajiem pakalpojumiem nav kvalitatīvāks - katram no minētajiem pakalpojumiem ir sava mērķa grupa. Līdz ar to vienīgā atbilde ir, ka klients ir tas, kurš nosaka kvalitātes līmeni. Visbiežāk konflikts rodas starp to, ka uzņēmums vai nu īsti nav definējis savu klientu vai ir pārliecināts, ka pats zina, ko vēlas klients, taču nekad viņam to nav pajautājis.

Katram klientam ir savas personīgas vēlmes. Tomēr tas, ko viens klients uzskata par labu, nenozīmē to pašu arī citam. Vēlmes ievērojami atšķiras dažādām klientu grupām. Tāpēc uzņēmumam ir jāzina, kas ir tā galvenās mērķa grupas un ko tieši tās sagaida, lai nodrošinātu tām piemērotu piedāvājumu atbilstošā kvalitātē. Viesu prasību noskaidrošana nav vienīgais kvalitātes nodrošinājuma faktors. Nedrīkst ignorēt arī citus svarīgus aspektus: uzņēmuma darbinieku un sadarbības partneru priekšstatus par to, kas ir kvalitāte, sabiedrības un apkārtējās vides prasības, skaidrus uzņēmējdarbības mērķus.

Kāpēc ieviešam kvalitātes sistēmu Latvijā?

TAVA veiktās ārvalstu tūristu aptaujas liecina, pirms došanās uz Latviju galvenie ceļojuma lēmuma ietekmētāji visbiežāk ir draugu un radu ieteikumi, pašu ceļotāju iepriekšējie apmeklējumi un informācija internetā. Parasti iesakām vai atgriežamies tajās vietās, kas mums patīk. Līdz ar to mūsu uzdevums ir panākt, ka pakalpojumi, kurus tūristi saņem Latvijā atbilst tam kvalitātes līmenim, kuru tūristi sagaida. Liela nozīme lēmuma pieņemšanā ir internetam un pēdējā laikā milzīgu popularitāti ir ieguvuši portāli, kuros tūristi pievieno atsauksmes par saviem ceļojumiem un to laikā saņemtajiem pakalpojumiem (piemēram, populārais ceļotāju portāls www.tripadvisor.com). Latvija starptautiskajā tirgū nevar konkurēt ar cenu, pasaules mēroga populāriem tūrisma objektiem vai unikāliem resursiem, bet kvalitatīvu un sava klienta vajadzībām atbilstošu pakalpojumu mēs noteikti varam sniegt. Q-Latvia mērķis ir parādīt uzņēmumiem veidus kā to izdarīt un palīdzēt šajā procesā.

Lai saprastu kādēļ ir svarīgi nodrošināt kvalitatīvu pakalpojumu, interesanti iepazīties ar secinājumiem, kas radušies pēc Lielbritānijas Klientu servisa institūta (Institute of Customer Service) veiktā uzņēmumu klientu pētījuma:

- Uzņēmumi katru gadu zaudē 20% no saviem klientiem un lielākā daļa nezina kādēļ;
- 68% no klientiem ir gatavi maksāt līdz pat 20% vairāk par izcilu servisu;
- Klienti, kas sūdzas visbiežāk, parasti ir arī maksāspējīgākie;
- Piesaistīt vienu jaunu klientu uzņēmumam maksā 10x dārgāk nekā paturēt esošo;
- Viens neapmierināts klients par savu negatīvo pieredzi izstāsta vismaz 5 citiem cilvēkiem;
- "Laba servisa" uzņēmumos klienti atgriežas par 26 reizēm vairāk nekā citos uzņēmumos;
- Palielinās nozīme cenas un saņemtā pakalpojuma attiecībai (value for money).

Kā darbosies tūrisma pakalpojumu kvalitātes sistēma Latvijā?

Kvalitātes sistēmā brīvprātīgi varēs iesaistīties jebkurš Latvijas uzņēmums, kas darbojas tūrisma pakalpojumu jomā. Mūsu mērķis ir iesaistīt Q-Latvia pēc iespējas plašāku uzņēmumu

skaitu, tādēļ meklējam iespējas, lai pakalpojums būtu pieejams arī mazajiem pakalpojumu sniedzējiem un dalības maksa būtu pēc iespējas mazāka.

Iesaistoties sistēmā uzņēmums varēs piedalīties praktiskās apmācībās par to kā nodrošināt kvalitatīvu pakalpojumu sniegšanu uzņēmumā, kā analizēt viesu sūdzības, kā noskaidrot viesu vēlmes, kā motivēt darbiniekus. Apmācību programmas būs pielāgotas arī Interneta videi un līdz ar to uzņēmums varēs nodrošināt apmācības sava uzņēmuma darbiniekiem uz vietas uzņēmumā. Apmācības paredzētas divos līmeņos – uzņēmumu vadītājiem un darbiniekiem, kas ietvers gan praktiskus piemērus un situāciju analīzi, gan testēšanas iespējas.

Iesaistoties kvalitātes sistēmā uzņēmumam būs jāparāda, ka tam ir svarīgs klientu viedoklis, ka tiek ņemtas vērā sūdzības, ka tiek uzklauts darbinieku viedoklis. Visus šos instrumentus piedāvās Q-Latvia, uzņēmumam tikai atliks tos sākt izmantot savā uzņēmumā.

Pakalpojumi tiks vērtēti ar Noslēpumainā klienta (Mystery Shopper) palīdzību. Noslēpumainais klients anonīmi apmeklēs uzņēmumu, izdarīs pirkumu un pēc noteiktiem kritērijiem vērtēs sniegto pakalpojumu. Lai nodrošinātu objektivitāti pārbaudes tiks veiktas vismaz trīs reizes. Katru reizi uzņēmuma vadībai tiks sagatavots ziņojums par pārbaudes rezultātiem – pozitīvajiem un negatīvajiem aspektiem. Tas vienlaikus būs vērtīgs informācijas avots, lai atklātu vājās vietas, saprastu kādi uzlabojumi ir nepieciešami, lai uzlabotu savu sniegumu. Jāatzīmē, ka Noslēpumainais klients vērtē pakalpojumu no klienta viedokļa un iespēju robežās iziet to pašu ceļu, ko jebkurš cits klients.

Ko dos Q-Latvia ieviešana uzņēmumam

Ieviešot kvalitātes sistēmu iegūst visa tūrisma nozare un tūristi, taču vispirms ieguvēji ir paši uzņēmumi. Pirmais un būtiskākais ieguvums jebkuram uzņēmumam ir savas darbības uzlabošana, ko nodrošinās apmācības, dažādi programmas instrumenti – viesu un darbinieku aptaujas, sūdzību vadība, Noslēpumainā klienta vizītes un ziņojumi pēc vizītēm. Iesaistīšanās Q-Latvia palielinās uzņēmuma konkurētspēju, veicinās viesu apmierinātību un atkārtotus apmeklējumus. Otrs svarīgākais ieguvums ir atbalsts marketingā. Q-Latvia logotipā ir norādīts, ka šo uzņēmumu rekomendē nacionālā tūrisma organizācija („Q-Latvia. Recommended by National Tourism Organization”), kas tūristam dod papildus uzticību. Turklāt TAVA plāno uzņēmumus, kas ieguvuši kvalitātes zīmi īpaši popularizēt un izcelt savos marketinga pasākumos un veicināt to atpazīstamību.

Un nobeigumā informācija pārdomām. TAVA ir iesaistījies ES finansētās programmas Leonardo da Vinci projektā „Kvalitātes paaugstināšana tūrismā”. Projekta partneru vizītes laikā Latvijā, kopā ar partneriem no Somijas, Igaunijas un Skotijas, veicām nelielu eksperimentu vairākos tūrisma uzņēmumos. Veicām anonīmas Noslēpumainā klienta vizītes un pēc noteiktiem kritērijiem vērtējām pakalpojumus no ārvalstu tūristu viedokļa. Galvenie secinājumi – uzņēmumi ir investējuši interjerā, skaidrās ēkās, mēbelēs, aprīkojumā, bet pietrūkst tā, kas iespējams nemaksā nemaz un kur nav vajadzīgi līdzekļi, proti, attieksmē. Kas pietrūkst? Smails un laipns sveiciens klientam ierodoties, padoms izvēloties pakalpojumu, laipna atvadīšanās un pateikšanās par pakalpojuma izmantošanu.

TAVA ieviešot Q-Latvia vēlas parādīt, kā uzņēmums ar vienkāršām metodēm var ieviest savā uzņēmumā kvalitatīvu pakalpojumu, lai katrs klients justos gaidīts un vēlētos atgriezties.

Inese Štrava, kvalitātes vadītāja
www.latviatourism.lv