

Проект «Вежливый Крым»

Миссия проекта «Вежливый Крым» - системное долгосрочное формирование имиджа Крыма как самого гостеприимного и клиентоориентированного туристического региона Российской Федерации при участии всех крымчан.

Краткосрочная задача проекта: при каждом контакте с гостем без каких-либо инструкций и правил от всей души дать гостю несколько больше, нежели он ожидает от Крыма – в любой ситуации.

Пример: турист обращается к сотруднику любого предприятия (АЗС, аптека, магазин и т.д.) с просьбой посоветовать что-либо или помочь, лучшая практика – предоставить ему настолько полезный ответ, чтобы гость захотел поделиться своими впечатлениями от отдыха в вежливом, гостеприимном Крыму со своими друзьями. Именно благодаря исключительной готовности помочь, а не высокобюджетным рекламным роликам, складывается репутация высокого сервиса.

Министерством курортов и туризма Республики Крым разработаны Методические рекомендации по организации образовательного процесса по повышению уровня сервиса и культуры обслуживания. С данными Рекомендациями можно ознакомиться на официальном сайте муниципального образования Советский район или в отделе сельского хозяйства и экономического развития администрации Советского района Республики Крым.

Также сообщаем, что в Администрации, с целью оперативного реагирования на обращения граждан, функционирует «горячая линия» - (0251) 9-15-30. Позвонить на «горячую линию» могут жители и гости муниципального образования Советский район, оставив отзывы, пожелания, замечания и комментарии о пребывании в районе, о качестве предоставленных услуг и других вопросах.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

по организации образовательного процесса по повышению уровня сервиса и культуры обслуживания.

Содержание

[Общие рекомендации](#)

[Проект «Вежливый Крым»](#)

[Полезная информация для гостей и жителей Республики Крым](#)

[Информационные поводы](#)

[Приложение 1. Пример Стандарта внешнего вида сотрудника, работающего на предприятии сферы обслуживания.](#)

Общие рекомендации

1. Настоящие методические рекомендации разработаны с целью организации образовательной части информационно-образовательного проекта «Вежливый Крым», носят рекомендательный характер по отношению к предприятиям и организациям всех форм собственности на территории Республики Крым.

2. Органам исполнительной власти Республики Крым, администрациям муниципальных образований Республики Крым необходимо организовать образовательный процесс внутри организации, а также распространить рекомендации в подведомственных учреждениях и предприятиях любой формы собственности, сотрудники которых контактируют с гостями, прибывающими в республику для отдыха, оздоровления либо с целью решения деловых задач, а также с местными жителями.

3. Руководителям предприятий рекомендуется организовать информационно-образовательный процесс, который состоит из нескольких этапов:

а. **Проинформировать сотрудников организации об информационно-образовательном проекте «Вежливый Крым»**, причинах его запуска, миссии и ценностях, краткосрочных и долгосрочных целях и этапах развития проекта на территории Республики Крым.

б. **Проинформировать сотрудников организации о полезной информации для гостей и жителей Республики Крым**, которую они могут использовать в своей работе.

Информирование сотрудников организации проводится с двумя целями:

Первая – сотрудники будут понимать важность инициативы и личного вклада каждого.

Вторая – сотрудники будут владеть полезной информацией, которой они смогут делиться с гостями и жителями Республики Крым.

в. Разработать и утвердить Стандарт внешнего вида и этики поведения, если это не было сделано в организации ранее, пропагандировать его соблюдение в организации, в том числе личным примером руководства и организовать строгий контроль за исполнением.

г. Регулярно создавать информационные поводы, связанные с деятельностью предприятия и посвященные проекту «Вежливый Крым» и предоставлять информацию (фотографии и сопроводительный текст) в управление маркетинга и развития Министерства курортов и туризма РК для использования в целях популяризации проекта, его ценностей и продвижения туристической привлекательности Крыма. Информацию необходимо присылать на электронную почту: krym.press.mkt@mail.ru

4. Образовательный процесс рекомендуется организовать следующими методами:

а. Письменное распоряжение (приказ) по организации о соблюдении разработанного в организации Стандарта внешнего вида и этики поведения.

б. Ознакомление всех сотрудников организации с разработанным Стандартом, а также презентацией проекта «Вежливый Крым», которую можно скачать по ссылке: https://yadi.sk/i/g_qa6UTTsPWgs

в. Регулярные встречи с линейными сотрудниками, организованные в зависимости от размера организации руководителями в той или иной форме с целью информирования и пропаганды ценностей проекта «Вежливый Крым», сбора положительных примеров. Встречи организуются в рамках всей организации либо структурного подразделения, сотрудники которого осуществляют коммуникацию с гостями и жителями Республики Крым.

Примечание: здесь и далее, когда мы говорим об отношении к гостям Республики Крым и важности доброжелательного и искреннего отношения к ним, мы, безусловно, подразумеваем аналогичное отношение сотрудников организаций и предприятий всех форм собственности и к жителям Республики Крым.

Проект «Вежливый Крым»

Миссия проекта «Вежливый Крым» – системное долгосрочное формирование имиджа Крыма как самого гостеприимного и клиентоориентированного туристического региона Российской Федерации при участии всех крымчан.

Сформированный на сегодняшний день негативный имидж низкого уровня сервиса, на который нередко ссылаются СМИ и гости на туристических порталах, обусловлен не столько отсутствием в Крыму ультрасовременного ремонта в наших санаториях или недостаточно современной инфраструктурой, сколько

потребительским отношением отдельных участников рынка к гостю (клиенту) исключительно как к источнику дохода.

Отличительные черты имиджа, к которому мы стремимся – искреннее гостеприимство от всего сердца в отличие от надменного, безразличного отношения либо дежурных улыбок и общепринятых фраз.

Краткосрочная задача: при каждом контакте с гостем без каких-либо инструкций и правил от всей души дать гостю несколько больше, нежели он ожидает от Крыма – в любой ситуации.

Пример: в организации работает «горячая линия» для гостей и жителей республики. Руководителю организации рекомендуется сделать так, чтобы сотрудники, отвечающие на звонки, чувствовали огромную важность своей работы и делали все возможное для того, чтобы звонящий человек получил ответ на вопрос как можно скорее. В частности, от скорости реакции на проблему туриста зависит очень важный для нас вопрос – приедет ли этот гость снова в Крым и что он расскажет о своем отдыхе десяткам других людей?

Пример: турист обращается к сотруднику любого предприятия (АЗС, аптека, магазин и т.д.) с просьбой посоветовать что-либо или помочь, лучшая практика – предоставить ему настолько полезный ответ, чтобы гость захотел поделиться своими впечатлениями от отдыха в вежливом, гостеприимном Крыму со своими друзьями. Именно благодаря исключительной готовности помочь, а не высокобюджетным рекламным роликам, складывается репутация высокого сервиса.

*В случае если сотрудник не знает, как помочь туристу со сложным вопросом, достаточно доброжелательно посоветовать позвонить на номер бесплатной горячей линии «Вежливый Крым» **0 800 100 12 20**, которая создана специально для того, чтобы отвечать на вопросы туристов и анализировать их жалобы и предложения.*

Долгосрочная задача: сделать **крымский сервис** еще более ценным, чем шаблонный и жестко стандартизированный зарубежный сервис – благодаря нашему искреннему и сердечному отношению к каждому человеку, выдающемуся желанию помочь туристу, который находится вдали от дома, ждал поездку на отдых целый год и теперь очень хочет получить самые лучшие впечатления.

Под искренним сервисом по отношению к туристам мы подразумеваем следующие черты в любой коммуникации (письменной, телефонной, при личной встрече):

1. **Искренняя забота** о каждом госте Крыма – его благополучии, безопасности, здоровье и отличном настроении во время его пребывания в Республике Крым.
2. **Неподдельное личное участие** каждого крымчанина в том, чтобы гость получил самые лучшие впечатления от отдыха в Крыму, вне зависимости от того, на сколько дней человек приехал и какую сумму принес отелю, ресторану, таксисту, продавцу и т.д.
3. **Желание поделиться нашей любовью к Крыму** с каждым, кто приедет к нам в гости. Рассказать об уникальных местах отдыха, интересных достопримечательностях, о которых – вполне возможно – гость не узнает из путеводителя.

4. **Глубокое понимание** каждого крымчанина, контактирующего с туристами, что его поведение, внешний вид и интонации – это лицо Республики, так как впечатление от отдыха складывается не только благодаря теплomu морю и увлекательным туристическим маршрутам, но не в последнюю очередь и от того, насколько искренне местные жители рады гостям.

5. **Неизменная доброжелательность и сдержанность** в любой ситуации, даже в случае конфликтной ситуации.

Полезная информация для гостей и жителей Республики Крым

Горячая линия «Вежливый Крым»: 8 800 100 12 20.

Звонок на горячую линию является бесплатным на территории Российской Федерации. Задачи горячей линии:

1. Предоставление возможности гостям оставить отзывы/пожелания/замечания и комментарии о пребывании в Крыму, которые анализируются Министерством курортов и туризма РК на ежедневной основе.
2. Предоставление актуальной информации о программе культурно-развлекательных мероприятий, интересных местах для посещения.
3. Консультирование по инфраструктурным возможностям Крыма в рамках компетенции Министерства курортов и туризма РК, предоставление номеров горячих линий компетентных ведомств и муниципалитетов.
4. Организация информационно-справочной поддержки в экстренных ситуациях.

Туристический портал «Вежливый Крым»: www.visitcrimea.guide

Минкурортов ведет и регулярно обновляет разделы: «Новости», «События», «Чем заняться?», «Что посмотреть?» и др. Особую популярность набирает среди читателей регулярная рубрика «Чем заняться на выходных», в которой редакция туристического портала дает советы, какие события стоит посетить на полуострове в будущие выходные.

Гости хотят поделиться своими исключительными впечатлениями о работе отеля, ресторана, кафе, пляжа, аптеки, такси и т.д. Или, возможно, отметить какого-то особенно искреннего и отзывчивого человека – например, экскурсовода.

Можно посоветовать гостям сделать пост в социальной сети ВКонтакте или Facebook с фотографией и хештегом #вежливыйкрым. По результатам года запланировано проведение премии «Вежливый Крым» в нескольких номинациях, решение о присуждении которой принимается, в том числе, благодаря постам гостей республики в социальных сетях.

Промо-сайт www.нашвежливыйкрым.рф

Промо-сайт будет доступен по ссылке не позднее 20 июня 2016.

На промо-сайте будут публиковаться лучшие примеры проекта «Вежливый Крым», условия присуждения премии «Вежливый Крым», а также все информационные материалы, относящиеся к проекту.

Информационные поводы

Для популяризации проекта и его ценностей будет создан промо-сайт, а также странички в социальных сетях, посвященные информационно-образовательному проекту «Вежливый Крым». Министерство курортов и туризма Республики Крым обращается к организациям и предприятиям всех форм собственности с призывом обеспечить регулярный поток информационных поводов, так или иначе пропагандирующих ценности и миссию проекта «Вежливый Крым» наглядными случаями и примерами.

Рекомендуется присылать информацию о **случаях проявления исключительного сервиса и культуры обслуживания** на территории Республики Крым, а также положительные примеры вежливости и гостеприимности крымчан, крымских организаций и предприятий всех типов собственности.

Присланная информация будет перепроверена и в случае достоверности данный случай будет максимально широко освещаться как пример для подражания.

Примеры: короткий рассказ и фотография команды отеля, которая сделала для гостя выдающийся сюрприз ко дню рождения; рассказ из практики горячей линии организации, на которую обратился человек с нестандартной и сложной проблемой и сотрудник, проявив выдающееся желание помочь звонящему, смог найти решение; рассказ и фотографии о скульпторе, который бескорыстно дарит городу удивительные инсталляции, которые украшают скверы и улицы и радуют гостей и жителей города и т.д.

Рекомендуется присылать фотографии с коротким текстовым описанием, а также контактные данные сотрудника и название организации на

электронную почту управления маркетинга и развития Министерства курортов и туризма Республики Крым: krym.press.mkt@mail.ru с пометкой «Вежливый Крым».

Рекомендуется также самостоятельно делать посты аналогичного содержания в социальных сетях от официальных страниц организаций и предприятий всех форм собственности с хештегом *#вежливыйкрым* с целью популяризации проекта и его ценностей.

Посты, которые будут сделаны гостями и жителями Республики Крым, с аналогичным хештегом и посвящены конкретным организациям и их сотрудникам будут учтены в результатах ежегодной премии «Вежливый Крым».

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Пример Стандарта внешнего вида сотрудника, работающего на предприятии сферы обслуживания (отель, санаторий, ресторан).

Регламент внешнего вида составлен на основании общепринятых мировых практик дресс-кода и внешнего вида сотрудников отеля. В процессе подготовки Стандарта внешнего вида для сотрудников предприятия иной сферы деятельности рекомендуется брать за основу принципы, приведенные ниже, дополняя либо изменяя предложенные правила исходя из реалий и сферы деятельности организации.

1. Сотрудник компании должен выглядеть аккуратно, всегда носить выданную ему униформу установленного образца, во время своей рабочей смены. Форма должна быть соответствующего размера, должна быть чистой, выглаженной, без следов износа и/или ремонта.

2. Обувь должна быть чёрного цвета или в тон костюма или униформы, с закрытым носком и пяткой.

3. Причёска должна быть выдержана в классическом стиле, волосы должны быть чистыми:
 - у женщин длинные волосы должны быть собраны назад;
 - у мужчин не должны касаться воротника рубашки;
 - если волосы окрашены – цвет волос должен быть естественным (примеры недопустимого, неестественного цвета волос: темно-синий, оранжевый, зелёный, комбинации ярких цветов).

4. Перед началом работы необходимо принимать душ, воспользоваться дезодорантом.

5. У мужчин лицо должно быть чисто выбрито, допускаются усы и бородка: усы должны быть аккуратно подстрижены, бородка: должна быть аккуратно подстрижена и иметь длину не более 3-5 мм.

6. Макияж должен быть пастельных тонов/бежевый.

7. Ногти должны быть аккуратно подстрижены (либо длина ногтей не должна превышать 5 мм).

Примечание для предприятий сферы питания:

Работникам кухни запрещаются длинные ногти (более 1мм длиной), также не допускается использование лака для ногтей.

8. Лак должен быть бесцветным или быть светлого оттенка.

9. Драгоценности, бижутерия должны быть неброскими.

10. **Именной бейдж** рекомендуется носить всем сотрудникам предприятий сферы обслуживания.

Бейдж должен находиться примерно на уровне левого нагрудного кармашка. Всегда необходимо носить именной знак на протяжении своей рабочей смены.

12. Административный персонал, работающий в организации, должен носить: мужчины – деловой костюм с галстуком; женщины – деловой костюм с брюками или юбкой (допустимая длина юбки - не более чем на ладонь выше колена).

Для административного персонала, непосредственно не задействованного в обслуживании гостей допускается стиль smart casual (распространенное понятие в типологии дресс-кода, обозначающее элегантный повседневный стиль).

Примеры стиля для женщин: слаксы, брюки или юбка с блузой, платье.

Платье должно быть однотонное, допустимы полосы/клетка/мелкий рисунок, из немнущейся ткани (хлопок, шёлк, твид, шерсть), без глубоких вырезов и оголённых плеч (допустимая длина платья/юбки – не более чем на ладонь выше колена).

Колготки должны быть телесного или чёрного цвета, без рисунка, сеточек, цветочков. Не рекомендуется носить юбки «в пол» или короткие юбки, майки, футболки, кроссовки. Джинсы должны быть без аппликаций, рисунков и вырезов. Обувь должна быть на низком каблуке или без каблука, тёмного цвета или в тон одежде.

Примеры стиля для мужчин: брюки (джинсы брючного пошива темных тонов, однотонные) и рубашка с длинным рукавом (допускается вариант без галстука), пиджак, свитер не вязанный, допускаются мокасины, обутые на носки для ношения с костюмом, ремень обязателен.

Возможна спортивная куртка (не ветровка). Обувь должна быть на низком

каблуке или без каблука, тёмного цвета или в тон одежде, джинсы должны быть без рисунков и аппликаций.

Летний вариант одежды:

Мужчины – допускаются классические брюки и рубашка с коротким рукавом и галстуком.

Женщины – допускаются классические варианты деловых брюк, юбок, блузок, платьев.

Платье должно быть однотонное, допустимы полосы/клетка/мелкий рисунок, из не мнущейся ткани (хлопок, шёлк, твид, шерсть), без глубоких вырезов и оголённых плеч (допустимая длина платья/юбки – не более чем на ладонь выше колена).

Летние туфли с закрытым носком и пяткой.

Допустимые цвета одежды для мужчин и женщин: чёрный или белый, а также – серый, бежевый, синий, коричневый и их оттенки, пастельные тона, лёгкие оттенки зелёного.

Примечание: для мужчин и женщин джинсы допускаются только по пятницам. «Рваные» джинсы недопустимы.

