

РОЛЬ ВНУТРІШНЬОГО ІМІДЖУ В ЗАКЛАДАХ ГОСТИННОСТІ

Внутрішній імідж уособлює собою психологічне сприйняття і ставлення до закладу її співробітників, власників, складових внутрішнє середовище компанії. Співробітники закладу гостинності це інформатори потенціальних клієнтів про внутрішню атмосферу. Через друзів, знайомих, випадкових співрозмовників можна дізнатися про заклад дуже багато і створити або змінити думку про нього. Саме тому внутрішній імідж є одним з найважливіших факторів, що впливають на зовнішній образ закладу. У свою чергу, зовнішній імідж, підтверджений позитивними відгуками преси, клієнтів сприяє зростанню впевненості в колективі і підвищенню якості внутрішнього іміджу закладу гостинності в цілому.

Успішність діяльності сучасних готелів та ресторанів багато в чому залежить від згуртованості персоналу, довірчих, зацікавлених відносин між керівництвом і співробітниками, від надійності вертикальних і горизонтальних зв'язків. Таким чином, піклуючись про зовнішній імідж закладу, його внутрішній імідж необхідно розглядати як важливу складову першого. Вкладати кошти в зовнішній PR і не дбати про внутрішній – марна трата фінансів.

Для здійснення завдань підтримки іміджу і його розповсюдження використовують такі засоби та канали поширення інформації, формуючі імідж компанії:

– випуск внутрішньої газети, головним завданням якої є створення в колективі почуття єдиної сім'ї, зміцнення довіри до керівництва, роз'яснення політики закладу, залучення працівників до співпраці з керівництвом,» іншими словами, інформування з метою впливу на думку колективу, який бере участь в досягненні цілей закладу;

– використання дошки оголошень, покликаної слугувати інструментом оперативного донесення інформації, довгий час який був особливо ефективним в кризових умовах, коли необхідно постійне і своєчасне інформування працівників. Сьогодні у великих підприємствах на зміну дошка оголошень прийшли корпоративні портали, корпоративні інформаційні системи, корпоративне мовлення, корпоративні сайти, корпоративні (закриті) сторінки в соціальних мережах;

– організація особистих зустрічей керівництва з співробітниками сприятливо психологічний вплив на персонал,

оскільки впливає на емоційну сторону відносин «роботодавець – працівникам». Такий емоційний зв'язок, що виникає в процесі зустрічей, допомагає керівнику заручитися підтримкою співробітників.

– проведення загальних зборів і брифінгів для безпосередньої комунікації керівників і працівників організації, для обміну інформацією, думками та ідеями слід визнати одним з найефективніших способів формування впевненості співробітників в підприємстві. Крім того, необхідно проводити і річні підсумкові збори, на яких зазвичай дякують колективу і окремим особистостям, підкреслюючи їх значимість і внесок в загальну справу, повідомляють про перспективи розвитку компанії і розповідають про те, які в зв'язку з цим зміни очікують персонал. Серед інших рекомендацій по формуванню сприятливого внутрішнього іміджу закладу варто назвати такі:

– організація заходів для спільного проведення неробочого часу, що сприяють особистісному спілкуванню між співробітниками і створенню здорового психологічного середовища на підприємстві;

– сприяння в підвищенні кваліфікації працівників, а також демонстрування потреби закладу в висококваліфікованих кадрах, стимулюючи співробітників на професійні досягненнях;

– інформування та залучення працівників, до інноваційних проєктів, надання співробітникам можливості творчої і професійної реалізації;

– систематичне надання відомостей про останні досягнення закладу і його успіхи;

– інформування працівників про історію створення закладу, стандарти, корпоративну етику та етикет.

Внутрішній імідж не менш важливий, ніж зовнішній, оскільки об'єднує колектив, дає впевненість у завтрашньому дні кожного окремого працівника, стимулюючи його тим самим до більшої мірою самоідентифікації з закладом, більш активній роботі та віддачі спільній справі, прагненню до підвищення власної кваліфікації, що в свою чергу позитивно відбивається на зовнішньому вигляді закладу гостинності, позиціонуючи її як стійку, професійну організацію, надійного роботодавця.