

Whitepaper

Güven Hissi Neden Artık Otel Markaları İçin Bir Temel Unsur Haline Geldi

www.cristalstandards.com



İçindekiler:

Giriş	3
Konuklar, otellerin sandığından daha fazlasını fark eder	3
Güvenliğin marka üzerindeki artan etkisi	4
Personel kültürü de bir güvenlik meselesidir	4
Konuk deneyimi otel kapısında sona ermez	4
Genel müdürlerin hafife aldığı 6 yaygın kör nokta	4
Otel işletmecilerinin şu anda odaklanması gerekenler	4
Birçok otelin hâlâ hafife aldığı bir rekabet avantajı	4
Intertek Cristal, daha güvenli ve güvenilir otel ortamlarını nasıl destekliyor?	5
o Operasyonel değerlendirmeler	
o Yapılandırılmış risk ve kalite sistemleri	
o Kültür ve yetkinlik geliştirme	
o Tesisin ötesine uzanan genişletilmiş gözetim	
o Veriye dayalı performans yönetimi	
o Bağımsız güvenilirlik	
Bize ulaşın	6



Uzun bir süre boyunca konaklama sektöründe güvenlik, arka planda kalan bir konu olarak ele alındı. Bu konu, mevzuata uygunluk, bakım ve risk yönetimi ile aynı kefeye konuyordu. Elbette önemliydi, ancak konuk deneyiminin bir parçası olarak nadiren tartışılıyordu;
ancak bu durum artık değişti.

2026 yılında, jeopolitik çatışmalar güvenlik hissini önemini artırdı. Konuklar artık sadece odayı, kahvaltayı ve hizmet tarzını değerlendirmiyor. Bir tesisin sakin ve iyi yönetilip yönetilmediğini de değerlendiriyorlar. Buna "güvenlik stratejisi" demiyor olabilirler, ancak bir yerin iyi yönetildiğini anlıyorlar.

Ve bu his önemlidir, çünkü insanlar sadece gece yatacak bir yer satın almazlar, aynı zamanda iç huzur da satın alırlar. Geç saatte varışta, koridorlarda yürürken, ortak alanları kullanırken, yardım isterken ve ailelerini veya eşyalarını tesisin bakımına bırakırken kendilerini rahat hissetmek isterler. Bu anlamda güvenlik artık sadece operasyonel bir gereklilik değildir; marka vaadinin bir parçasıdır.

Konuklar, otellerin sandığından daha fazlasını fark eder

Çoğu otelci, güvenlik sistemlerinin, acil durum prosedürlerinin ve özen gösterme yükümlülüğünün önemini anlar. Ancak konuklar güvenliği politika kılavuzları aracılığıyla değil, sinyaller aracılığıyla hissederler.

İyi aydınlatılmış bir giriş, düzenli ve bakımlı bir lobi, net yönlendirme levhaları ve özenli personel, bu otelin işini iyi bildiğini gösterir. Aslında bu algı, konuk henüz otele varmadan önce başlar.

Seyahat edenler kalacakları yeri seçerken, sınırlı bilgiye dayanarak bir karar verirler. Web sitesine, fotoğraflara, yorumlara ve konuma bakarlar. Otelin güvenilir olup olmadığını bilmek isterler. Çoğu durumda, güvenlik bu daha geniş sorunun içine dahil edilir. Konuklar, "Bu tesisi güvenlik konusundaki konumlandırması nedeniyle seçtim" dememeyebilirler. Daha çok, "İyi yönetiliyor gibi görünüyordu" veya "Güvenebileceğim bir yer gibi geldi" demeleri muhtemeldir.

Bu nedenle güvenlik, operasyonel bir konu olduğu kadar ticari bir konu haline de gelmiştir. Güvenli hissettiren bir otel, belirsizliği azaltır. Konaklama sektöründe ise belirsizliği azaltmak, rezervasyonlar için önemli bir faktördür.

Güvenliğin marka üzerindeki birikimli etkisi

Konuklar bir yorumda güvenliği doğrudan dile getiremeyebilir, ancak kullandıkları ifadelerin arkasında genellikle bu konu yatmaktadır. "Rahat", "iyi yönetilmiş", "güvenli", "kaotik", "yetersiz aydınlatma" veya "yardımsever olmayan personel" gibi kelimelerin tümü, tesisin güvenilir olup olmadığına dair bir hikaye anlatır.

Bir otel huzursuz hissettirdiğinde, konuklar tam olarak rahatlayamaz. Daha az harcama yapar, daha az etkileşim kurar ve geri dönme olasılıkları azalır. Ancak, bir otel sakin ve güvenilir hissettirdiğinde, diğer her şey de iyileşir. Konaklama daha kolay hissedilir ve güven hızla oluşur.

İşte bu yüzden güvenlik, ticari konuşmalardan ayrı bir konu olarak ele alınmamalıdır.





Personel kültürü de bir güvenlik meselesidir

Bu konunun çok daha fazla dikkat edilmesi gereken bir başka yönü daha var: otelin iç kültürü.

Güvenli bir işletme, personelin sorunları erken fark etmesine ve bunlara müdahale etmesine bağlıdır. Bu, ancak çalışanlar rahatça seslerini yükselttiklerinde işe yarar.

Bir oda görevlisi arızalı bir kilit fark ederse, bir resepsiyonist şüpheli bir durum fark ederse veya bir görevli müdür ortak alanda kalabalıklaşmanın arttığını görürse, bu bilginin hızlı bir şekilde iletilmesi gerekir. Personel endişelerini dile getirmekte tereddüt ederse, küçük sorunlar olması gerekenden daha uzun süre gizli kalır.

En başarılı işletmeciler, sesini yükseltmenin normal olduğu bir ortam yaratır. Personel, soru sormaya, sorunları işaret etmeye ve hataları erken bildirmemeye teşvik edilir. Yöneticiler dinler, sorunlar çözülür ve dersler paylaşılır. Sonuç, sadece daha güvenli bir işletme değil, aynı zamanda daha dayanıklı bir işletmedir.

Bu, riski azaltmaktan daha fazlasını sağlar. Hizmeti güçlendirir. Açık iletişim kuran ekipler daha hızlı tepki verir, daha iyi toparlanır ve baskıyla daha güvenli bir şekilde başa çıkar.

Konuk yolculuğu otelin kapısında bitmez

Konaklama sektöründeki en büyük kör noktalardan biri, tesis sınırlarının ötesindeki alandır.

Konuklar, oteli seyahatlerinin geri kalanından ayrı tutmazlar. Onlar için havaalanı transferi, önerilen taksi, gezi ortağı ve çevredeki alan, tüm deneyime katkıda bulunur.

Sonuçta, bir destinasyon düzeyinde güvenlik algısı bir ekosistem sonucudur. Bu, oteller ve tatil köyleri, ulaşım sağlayıcıları, destinasyon yönetim şirketleri, yerel yetkililer ve güvenlik ortakları arasındaki işbirliğine bağlıdır.

Bu ilişkilere yatırım yapan genel müdürler, tüm bölgenin güvenlik itibarını yükseltmeye yardımcı olurlar – ve konuklar rezervasyon yapacakları yeri seçerken bundan faydalanırlar.

Birçok otelin hâlâ hafife aldığı bir rekabet avantajı

Konaklama sektörü yıllardır deneyim, kişiselleştirme ve hikâye anlatımından söz ediyor; ancak konuk kendini rahat hissetmezse bunların hiçbirisi pek işe yaramaz. Güvende hissetmek, insanların rahatlamasını, ortama güvenmesini ve markadan iyi bir izlenimle ayrılmasını sağlar.

Bunu anlayan oteller, güvenlik konusunda mutlaka en çok ses çıkaranlar olmayacaktır. Onlar sadece iyi yönetilen, iyi desteklenen ve güvenilmesi kolay ortamlar yaratırlar.

Ve günümüz pazarında bu, bir otelin verebileceği en değerli marka sinyallerinden biri olabilir.



Konuklar, oteli seyahatlerinin geri kalanından ayrı tutmazlar.

Onlar için havaalanı transferi, önerilen taksi, gezi ortağı ve çevredeki alan, tüm deneyime katkıda bulunur.



Genel Müdürlerin Gözden Kaçırıldığı 6 Yaygın Kör Nokta

Güvenliğin misafir deneyiminin bir parçası olduğunu kabul etmek bir şey; bunu her temas noktasına entegre etmek ise başka bir şeydir. Aşağıdaki altı kör nokta, daha fazla dikkat gerektiren alanları ortaya koymaktadır:

1. Görünür insan varlığı yerine teknolojiye (ör. CCTV) aşırı güvenme
2. Personele yönelik taciz veya misafirin personele yönelik saldırganlığı konusunda yapılandırılmış bir yaklaşım olmaması
3. Gündüz ve gece güvenlik deneyimi arasında bir uçurum olması
4. Güvenlik kültürünüz ve standartlarınızın dışında faaliyet gösteren alt yüklenici firmalar ve dış kaynaklı ekipler
5. Üçüncü taraf ulaşım ve gezi sağlayıcıları üzerinde sınırlı denetim
6. Yerel riskler hakkında tutarsız iletişim

Bu kör noktaların her biri, bunları düzeltmek için gereken çabaya oranla, güveni önemli şekilde zedeler.

Otel işletmecilerinin şu anda odaklanması gerekenler

İşletmeciler için iyi haber şu ki, güvenlik hissini artırmak her zaman büyük bir sermaye yatırımı gerektirmiyor. Çoğu zaman, bu süreç daha keskin bir dikkat ve daha iyi bir disiplinle başlar.

1. Tesisinizi misafirin gözünden inceleyin. Gece saatlerinde misafirlerin geldiği yolu yürüyerek kontrol edin. Daha sakin saatlerde ortak alanları kontrol edin. Tabelaları, aydınlatmayı ve giriş noktalarını gözden geçirin. Kafa karıştırıcı, ihmal edilmiş veya yetersiz kalan unsurları tespit edin.
2. Sadece olayları ölçmeyin. Konuk yorumları, değerlendirme eğilimleri ve personel geri bildirimleri, ciddi bir olay ortaya çıkmadan çok önce endişeleri ortaya çıkarır.
3. Görünür yetkinliği hizmet eğitiminin bir parçası haline getirin. Konuklar, ekiplerin iletişim kurma, yanıt verme ve sakin kalma biçimlerinden güven duyar. Küçük bir soruna sakin ve net bir yanıt vermek, hızla güven oluşturabilir.
4. Personelin sesini kolayca duyurmasını sağlayın. Bu, operasyonları güçlendirmenin en basit ve en değerli yollarından biridir. Çalışanlar endişelerini erken dile getirdiğinde, oteller bu konuları misafir sorunlarına dönüşmeden çözebilir.
5. Sadece tesis içinde olanları değil, daha geniş kapsamlı bir yolculuğu gözden geçirin. Ulaşım ortaklarını, gezi sağlayıcılarını ve yerel önerileri, tesise uyguladığınız ciddiyetle denetleyin.



Intertek Cristal, daha güvenli ve güvenilir otel ortamlarının oluşturulmasına nasıl destek oluyor?

Güvenliği konuk deneyiminin tutarlı ve görünür bir parçası haline getirmek, prosedürlerden daha fazlasını gerektirir. Bu, operasyonlar, çalışanlar ve konukların genel deneyim süreci arasında uyum sağlanmasını gerektirir.

Intertek Cristal, aşağıdakiler yoluyla otellerin hem güvenlik performansını hem de algısını güçlendirmesine destek olur:



Operasyonel değerlendirmeler

Konukların güvendiği göstergelerin, iyi yönetilen bir ortamı tutarlı bir şekilde yansıtmalarını sağlamak için hijyen, bakım, tesisler ve misafir alanlarındaki koşulları değerlendirir.



Tesisin ötesine uzanan genişletilmiş denetim

Daha geniş konuk deneyimi üzerindeki kontrolü güçlendirmek için tedarikçileri, yüklenicileri ve üçüncü taraf ortakları değerlendirir.



Yapılandırılmış risk ve kalite çerçeveleri

Tesisin tüm alanlarında tutarlı bir şekilde uygulanmasını desteklemek için net standartlar ve bağımsız doğrulama sağlar.



Veriye dayalı performans yönetimi

Performansı takip etmek, eksiklikleri belirlemek ve zamanında düzeltici önlemlerin alınmasını sağlamak için dijital platformları kullanır.



Kültür ve yetkinlik geliştirme

Ekipleri, riskleri erken fark etmeleri, kendinden emin bir şekilde tepki vermeleri ve seslerini yükseltmenin teşvik edildiği bir ortamda çalışabilmeleri için eğitir.



Bağımsız güvenilirlik

Konuklar, ortaklar ve paydaşlarla olan güveni pekiştiren sertifikasyon ve doğrulama hizmetleri sunar.





Intertek Cristal

FOR MORE INFORMATION

✉ cristalenquiries@intertek.com

🌐 www.cristalstandards.com

This publication is copyrighted by Intertek and may not be reproduced or transmitted in any form in whole or in part without the prior written permission of Intertek. While due care has been taken during the preparation of this document, Intertek cannot be held responsible for the accuracy of the information herein or for any consequence arising from it. Clients are encouraged to seek Intertek's current advice before acting upon any of the content