



**INTRODUCING HOTEL FRONT
DESK DUTIES TO NEW
EMPLOYEES AT HOLIDAY INN
HELSINKI EXHIBITION &
CONGRESS CENTRE**

Riikka Riihioja

Bachelor's thesis
May 2016
Degree Programme in Tourism

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Tourism

RIIKKA RIIHIOJA:

Introducing hotel front desk duties to new employees at Holiday Inn Helsinki Exhibition & Congress Centre

Bachelor's thesis 39 pages, appendices 16 pages
May 2016

The topic of this thesis was to produce an effective orientation guide for the reception at the Holiday Inn Helsinki Exhibition & Congress Centre hotel. The outcome was the orientation guide, for new employees and trainees at the hotel. The thesis includes information on workplace orientation and the process of making an orientation guide.

The aim of this thesis was to find ways to improve the orientation process at the hotel and to make the process more effective in a busy environment, with many trainees starting each year.

The research material was collected by conducting interviews with hotel employees, who had the most experience in training new employees. The data was analyzed using qualitative content analysis. The writer's own observations and the results of the interview showed that this research was useful and served a specific need.

Key words: orientation, induction, hotel, reception, front desk

CONTENTS

1	INTRODUCTION.....	4
2	RESEARCH PLAN.....	5
2.1	Thesis topic.....	5
2.2	Concepts and theory.....	6
2.2.1	Orientation.....	6
2.2.2	Orientation planning.....	8
2.3	Research questions.....	10
2.4	Data and methods.....	10
2.5	Research process.....	12
3	HOLIDAY INN HELSINKI EXHIBITION & CONGRESS CENTRE.....	13
3.1	Introducing the hotel.....	13
3.2	Restel.....	13
3.3	InterContinental Hotels Group.....	14
4	ANALYSIS.....	15
4.1	Interviews.....	15
4.1.1	Current orientation policies.....	15
4.1.2	Changes needed.....	17
4.2	Previous orientation materials.....	18
4.3	Future of the orientation process.....	20
5	DISCUSSION.....	21
	REFERENCES.....	22
	APPENDICES.....	24
	Appendix 1. Interview questions.....	24
	Appendix 2. Transcripts of the interviews.....	25
	Appendix 3. Orientation guide.....	32

1 INTRODUCTION

The aim of this thesis is to improve the new employee orientation process at Holiday Inn Helsinki Exhibition & Convention Centre front office. The goal was to make the process more effective.

The idea for the work was born from the writer's own observations as both a new employee starting at the hotel, and later as one of the people teaching the new employees and trainees. New trainees often come from a vocational school to do their first training period in the reception without previous work experience at all. The hectic working environment does not leave long periods of time to concentrate on the training of the new staff member, and this creates a need for a well-planned, effective orientation process.

Effective training of new employees, even those who only stay at the workplace for a period of two or three months, is important in the hospitality industry, where each customer service situation effects the success of the company. This thesis aims to make this process a less stressful one, while also ensuring that each trainee is given an equally beneficial training period that furthers both their studies and their future career.

As a result, there is now a revised guide for the orientation process, that includes the topics each new staff member should master, and also a guide to the basic of the hotel and their responsibilities.

2 RESEARCH PLAN

2.1 Thesis topic

The topic of this thesis is producing an orientation guide for the reception of a hotel, in this case for the reception of Holiday Inn Helsinki Exhibition & Convention Centre. The theoretical part consists of the theory on the subject of orientation and how to reach the goal of an orientation guide, while the end result is the guide that will be handed to new trainees and employees.

The orientation guide was chosen as a topic due to the great need for updating, organising and redoing the existing information material that could be found. The need for such a guide has existed for a while, considering that the last time the information materials were updated as a whole was approximately five years earlier. Some instructions have been individually updated when practices have changed, but the lack of organised updating has caused the information to be outdated and difficult to use. The lack of proper instructions and the lack of time to orientate new staff members increase the need to compile an orientation guide for the hotel.

The reception of Holiday Inn Helsinki Exhibition & Congress Centre has several trainees from vocational institutes and universities of applied sciences each year. The orientation guide is needed because of this large amount of new staff members who start at different times of the year. A typical trainee does not have any experience in the field, and this orientation guide aims to make the training process easier on both the new trainee and the staff members doing the training. Increasing the effectiveness of orientation is the main goal, together with producing the actual orientation guide. There is never enough time, and saving the employees' time for other tasks is an important goal.

Good orientation is important in a working environment where the training needs to be done alongside other tasks. The orientation process is regularly interrupted, which adds to the challenge. The duties that a front desk employee needs to learn to be able to work independently are numerous, and even though education provides the basics, every hotel has its own procedures. This makes the orientation a long and even more important process.

This thesis aims to provide an introduction to the hotel and the front desk duties. Because of the large amount of information and the constant change of procedures, the aim is not to have all instructions on paper. The goal is to make sure all trainees learn the same basics, ensuring that nothing crucial will be left out due to several different teachers and time constraints.

There is also a demand for this work from the General Manager of the hotel, Armi Hatakka.

2.2 Concepts and theory

The main concept and theory behind this research is employee orientation. Orientation is the most important concept due to this thesis aiming to produce a guide for new employee orientation. The concept of induction, which is a part of orientation, is also separately explained. The theory of orientation will be used as the basis of the work and the theory of orientation guide planning will be used to create the final orientation guide.

2.2.1 Orientation

Induction refers to the process of familiarising the new employee with their tasks and teaching them the skills and knowledge to make independent work possible (Kangas 2008, 13). Juuti & Vuorela (2002) define induction as the organised process aiming to teach the contents of the work and its specific tasks, as well as facilitate independent work. Induction can be separated from orientation, or it can be seen as a part of the orientation process (Kupias & Peltola 2009, 17-18). In this case, induction is included in the orientation process as an important part due to the amount of information a new employee must learn at Holiday Inn Helsinki Exhibition & Convention Centre.

According to Kangas & Hämäläinen (2000), orientation refers to all those actions that are taken to familiarise the person with the workplace and its organisational culture, colleagues and customers and also the tasks and expectations related to their position. Orientation is nowadays seen as a process including but not consisting only of induc-

tion. Orientation and induction can also be seen as two separate processes, even though orientation is often defined to include both. It is not only about learning new skills, but can in addition help the employee to recognise and use their existing skills and knowledge. (Kupias & Peltola 2009)

As a result of orientation, the new employee or trainee should be familiar with the workplace and the business idea behind it, as well as with the operating principles and policies of the organisation. Orientating to the workplace also includes familiarising the new employee with other employees and the managers, as well as what the customers are typically like. The new employee or trainee must understand their responsibilities and what is expected from them. A general guide for the orientation process can be planned, but orientation varies each time depending on the orientated person, as well as situations that occur. (Kangas 2008, 2)

A workplace has policies in place that have formed during a long period of time. The organisation wants the new employee to become a part of this existing way of doing things. The aim is to preserve these policies and organisational culture. This is crucial to maintain a clarity in the workplace and to ensure that all members of the organisation work within the same policies. However, it should be kept in mind that orientation is also a chance to develop the way of working. That way, the new employee can bring their existing skills to use. (Kjelin & Kuusisto 2003, 15-16)

Effective orientation has direct effects to the success of the company. Good orientation is a competitive advantage, whereas a badly taught new employee can cause serious damage to the business. (Kjelin & Kuusisto 2003, 20) In this case, there is a direct correlation between what happens when the customer is in contact with a staff member, and what kind of feedback they give and how they behave as customers in the future.

A good person to execute orientation is someone who is relatively experienced, but not so much that they have forgotten what it is like to start in a new working environment; they should also enjoy their work. The greatest benefits, however, will be reached when the entire workplace takes part in the orientation of a new staff member. (Kjelin & Kuusisto 2003, 195) In this case, the entire staff must take part in the orientation, with the new employee working in different shifts with different employees. As Kjelin & Kuu-

sisto (2003, 195) suggest, this way the work load of orientation is also divided more evenly.

2.2.2 Orientation planning

Orientation planning, as planning in general, focuses on affecting the future. Planning increases effectiveness and consistency in the orientation process, which is also the purpose of this thesis. The plan should include the aims of the process, and after deciding the aims, the contents of the orientation should be defined. How the time used for the process is spent needs to be planned in advance as well, with consideration of the new employee's existing skills. An orientation program and possible orientation material are a way to keep the plans organised and to help to perform the orientation effectively. However, plans cannot be followed at all times due to varying situations and differences between the new employees. (Kangas 2008, 6-7)

In this case, the situations differ due to each day having different customers and different problems; there can be guidelines but each situation should be evaluated separately, also in orientation. Differences between new employees or trainees mostly come from their age and experience or place of study. For example, underage trainees cannot work the night shift, which limits the tasks they can be taught. Trainees from schools usually have short practical training periods, and Kangas (2008, 3) suggests that in the case of a limited period of time, it is imperative to focus on the most important matters. This is taken into consideration when conducting the orientation guide.

The result of this thesis is an orientation guide and therefore one of the theories used is guide planning. Planning the guide begins with defining the aim of the text. The guide must have a purpose that it needs to fill, and in this case it is to give the new employee the most important information concerning their new position. (Iisa, Kankaanpää & Piehl 1999, 37)

The target audience will affect the style of the text. In a working environment, the reader is focused on gaining information from the text. Even though the text can be read by people not included in the target audience, this should not affect the style but the writer must focus on the target audience. An orientation guide can be read by seasoned em-

ployees, but it should not be written with them in mind. (Iisa, Kankaanpää & Piehl 1999, 49)

The perspective from which the text is written should be chosen based on the interests and background of the reader. In the case of an orientation guide, the target audience is most often young and possibly inexperienced in the field. Information that the reader will already have can be left out from the text. However, the interests that the reader has cannot be left out as easily in this case, as there are several pieces of information that the reader must gain, regardless of their interest in a specific topic. (Iisa, Kankaanpää & Piehl 1999, 50-51)

According to Iisa, Kankaanpää & Piehl (1999), the language used in the text can include vocabulary associated with the field, without explaining specific terms to the reader. In the case of new employees, the terms of the workplace are most likely unfamiliar in the beginning and will cause confusion if not explained first. Most readers of the orientation guide are young, but using language that is too informal can be dangerous when the goal is to guide them to use rather formal language when addressing guests. (Iisa, Kankaanpää & Piehl 1999, 54)

A busy reader should be written to shortly and clearly. The most important parts should be emphasized in any way possible. In my case, this affects the way the text is constructed. Using long sentences and difficult words will not help the goal of efficient orientation. (Iisa, Kankaanpää & Piehl 1999, 55)

The visual presentation of a publication serves the purpose that facial expressions, body language and tone of voice do in verbal communication. The visual presentation of the message ensures that the message itself is delivered. The target audience, the motivations behind the publication, and resources available must be considered when deciding the visual presentation. Companies also often have their own visual policy. When the questions of who, for whom, what, why and how have been answered, the format of the publication has to be chosen. (Pesonen 2007, 2-7) In this case, there are two visual policies that must be considered. Both IHG and Restel have a distinct visual design, but this guide will not be published and will only be read by employees of the hotel. Resources and time limitations also affect how the guide can be presented. A simple, easily up-

dateable form would be the most functional. For these reasons, Word will be used; it is familiar to all, bits of information are easy and fast to update and it is easily available.

2.3 Research questions

Time to train new employees is limited by various factors in the front office department of Holiday Inn Helsinki Exhibition & Convention Centre. Thus, this thesis aims to answer the research questions

- How to effectively familiarise a new employee with their duties as a receptionist
- How to plan an orientation guide for the Holiday Inn Helsinki Exhibition & Convention Centre front desk department.

The result of this thesis and the research question is an orientation guide for new employees at the reception of Holiday Inn Helsinki Exhibition & Convention Centre. The research questions will be answered with the data collected via interviews and from existing sources. The research concentrates specifically on how to train new employees and trainees at Holiday Inn Helsinki Exhibition & Convention Centre.

2.4 Data and methods

This thesis uses qualitative research approach to determine how to plan an effective orientation guide for a specific working environment. Qualitative research focuses on discovering facts rather than proving existing claims (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 152).

The data for this thesis is collected via interviews of the current employees and managers at Holiday Inn Helsinki Exhibition & Convention Centre. Pre-existing data is used in the form of existing instructions and company guides on orientation.

Pre-existing data includes the different orientation folders, files and checklists that already exist in various forms. This data is used to discover what has previously been

seen as the most important information to include in the orientation materials. The pre-existing data is used also to ensure that the standards set by both Restel, the company operating the hotel, and IHG, the international owner of the brand.

The existing manuals for trainees and new employees will be evaluated based on their relevance. Most of the data has not been updated when change has occurred. Orientation theory will be used to select the parts of this pre-existing data that are included in the orientation guide. The goal is to have a comprehensive guide of the most important things a new staff member or trainee needs to learn. Most trainees only have a training period of two to three months and it is not possible to teach everything there is to know within that time. Due to the limited time and different needs of new employees, it is not suitable to write down instructions for everything; however, it is most important to have guidelines of what they need to learn.

The data collection method in this research is interviewing. Interviewing is the planned action to collect data through a conversation. It is a conversation where the interviewer is seeking for answers from the other participant, the interviewee. Interviews are used instead of a questionnaire due to the small amount of respondents. Interviewing is a flexible data collection method and for this reason suits many different types of research. Using interviews will allow asking for clarifications when needed, which in this case is crucial. (Hirsjärvi & Hurme 2009, Gillham 2000)

In this research, the interviews are semi-structured, focused interviews. The questions will be planned, but their order and wording can be switched and clarifying questions can be added. This type of interviewing will give the interviewees the possibility to express their opinions without being bound by structured questions. (Hirsjärvi & Hurme 2009)

For this thesis interviews with two employees will be conducted. These people include the General Manager of the hotel and the Front Office Manager Trainee, who is in charge of all things related to trainees. These interviewees are chosen to ensure that the information they provide is as accurate and comprehensive as possible. Including the Front office Manager trainee, who essentially is a regular staff member and works with the trainees daily, ensures that the information collected has different points of view, as

management rarely spends time working with the trainees and do not see the whole training process.

The data collected through the interviews will be analysed right after the interviews have been conducted, in case some of the data needs to be clarified with the interviewees. Analysing the data will begin during the interviews themselves, which also facilitates clarifying questions. The interviews will be transcribed to help analyse the data. The data is then read through carefully, which helps to find the important parts. (Hirsjärvi & Hurme 2009)

The theory of orientation together with the results of the interviews is used to determine what information will be included in the orientation guide. The process of orientation and guide planning together with the existing orientation data at Holiday Inn Helsinki Exhibition & Congress Centre will help with forming the structure of the guide.

2.5 Research process

Chapter 2 includes the research plan. In this chapter, the focus of the research is explained and justified, the main theories and concepts are defined, the research question is introduced and the data and methods chosen are explained.

Chapter 3 introduces the hotel and the companies behind and connected to it. Previous work connected to the topic are introduced.

In chapter 4, the data is analyzed based on the theory. This chapter will include the answer to the research question.

In chapter 5, conclusions and suggestions for the future are made based on the resources and the analyzed data.

Appendix 1 includes the interview questions, while transcripts of the interviews are in appendix 2. Appendix 3 consists of the final orientation guide, which includes an outline for the process as well as a welcome letter with basic information of the new employee's new workplace.

3 HOLIDAY INN HELSINKI EXHIBITION & CONGRESS CENTRE

3.1 Introducing the hotel

Holiday Inn Helsinki Exhibition & Congress Centre is located in the Pasila business district of Helsinki, about 500 metres from the Pasila railway station and around four kilometres from the city centre. The hotel is located in the same building as Messukeskus Helsinki, Expo and Convention Centre. The owner of the hotel is Osuuskunta Suomen Messut, the brand is owned by InterContinental Hotels Group Plc. and the hotel is operated by Restel Hotels Ltd.

There are 244 rooms in the hotel, all of which can accommodate at least two people. Rooms include choices for different groups of people. There are allergy rooms, accessible rooms and adjoining rooms which have a door between them. There are rooms for both smokers and non-smokers. Many rooms have the possibility for an extra bed to be opened, and cribs are available for small children. (Holiday Inn Helsinki – Messukeskus – Huoneet, 2016,)

The services provided, in addition to accommodation, include for example customer saunas, a restaurant, a garage, a gym, room service, and laundry service. (Holiday Inn Helsinki – Messukeskus – Hotellin palvelut, 2016)

3.2 Restel

Restel operates 47 hotels in Finland, both in cities and in the countryside. The brands include local brands Cumulus and Rantasipi, as well as the international brands Holiday Inn, Crowne Plaza (Crowne Plaza Helsinki) and Indigo (Hotel Indigo Helsinki – Boulevard). Hotelli Seurahuone Helsinki is also operated by Restel. (Restel 2016)

Restel is the largest operator in the hotel and restaurant business in Finland. In addition to the hotels, Restel has over 230 restaurants around the country. Restel Oy is a subsidiary owned by Osuuskunta Tradeka-yhtymä. (Restel 2016)

The main brands operated by Restel Hotels Ltd. are Cumulus, Rantasipi and Holiday Inn. Restel also operates Crowne Plaza Helsinki, Hotel Indigo Helsinki – Boulevard and Hotelli Seurahuone Helsinki. The newest addition is Cumulus Meilahti in Helsinki, opening in May 2016.

Restel operates five different hotels under the Holiday Inn –brand in Finland. These are located in Tampere, Vantaa and Helsinki. The world’s northernmost Holiday Inn is Holiday Inn Tampere – Central Station, which was opened in September 2015.

In addition to the hotel branch, Restel is involved with the restaurant business. Restel Tapahtumaravintolat operates for example in ice halls in Helsinki and Tampere. Restel’s over 200 restaurants are located around the country, with brands including HuviRetki, Martina, Grillsson, Hemingway’s, Rax and HelmiSimpukka. The international fast food chain Burger King is also operated by Restel in Finland. (Restel 2015)

3.3 InterContinental Hotels Group

InterContinental Hotels Group (IHG) is a global hotel company operating in over 100 countries worldwide. IHG operates a variety of brands - InterContinental, HUALUXE Hotels and Resorts, Kimpton Hotels and Restaurants, Crowne Plaza, Hotel Indigo, EVEN Hotels, Holiday Inn, Holiday Inn Express, Staybridge Suites and Candlewood Suites. At the end of 2015, there were 5 032 hotels operating and 1 330 under development. IHG operates hotels in three ways; either as a franchisor, a manager, or on an owned and leased basis. The majority of the hotels operate under franchise agreements. (IHG Plc 2016)

IHG’s loyalty programme, IHG Rewards Club, has nearly 94 million members, being the world’s first and largest hotel loyalty programme. (IHG 2016)

4 ANALYSIS

4.1 Interviews

Interviews were conducted separately with two employees of the hotel, General Manager Armi Hatakka and receptionist, Front Desk Manager Trainee and Guest Experience Champion Kirsi Rissanen. Rissanen is in charge of all things concerning trainees and was chosen for the interview for her practical knowledge on the subject. Transcripts of the interviews are in Appendix 2.

4.1.1 Current orientation policies

Both interviewees feel that the current situation of orientation is good after changes made in the beginning of the year. Previously, new trainees have been the responsibility of the front office manager, who also has many other responsibilities. After the responsibility for trainees was transferred to another employee, there has been the possibility to focus on the matter more. The responsibility of orientation has been clarified to really include every member of the front office team. Orientation has always been something every team member should have done, but it has not been seen as something that everyone has a responsibility of, as the situation is now. General Manager Hatakka also feels that the situation has bettered significantly since she transferred to the hotel a year ago.

The main orientation material currently in use is the orientation file, an excel file that lists what the trainee should learn. Different topics are introduced in no particular order. For example, topics such as salary and employee benefits are introduced on the first page, even though they do not matter to a typical unsalaried trainee. Both interviewees agreed that the order of the file is not working. When more trivial subjects are situated before the topics that need to be taught first, the trainees get confused.

The greatest problem for Front Office Manager Trainee Rissanen is the lack of time. In the beginning of the training period, trainees should be familiarised with brand related things, as well as learn the building, learn to use new computer programmes and how to do customer service. She feels the variety of backgrounds, especially concerning stud-

ies, creates problems. Some trainees are from vocational schools and only 18 years old or younger and have possibly never been working in customer service before. However, some come from universities of applied sciences and are generally at least 20 years old, with more experience. This difference in the starting level creates challenges, when some already have a good knowledge of how to greet customers and can quickly go on to learn more trivial matters. Some require more basic matters to be taught first and this is often forgotten.

The lack of time is expected to become a lesser problem, as all phone calls have been directed to a central reservations office. When all individual reservations are done by the reservations office, the reception staff has more time to concentrate on the customer service happening at the hotel, and also on training new staff members. However, it is still easy to forget teaching the trainees while there are still many disruptions and other tasks to do, that a guideline to what the trainee should learn in a certain period of time could be useful. Rissanen suggests weekly goals, which could work as a guideline, but could be worked around individually, depending on the trainee.

The trainee might be taught some things, and before they have fully understood them, they are already expected to learn more. This creates a situation where the trainee cannot explain simple matters in their own words and cannot learn new things either. This will be addressed in the orientation guide in the form of levels, which the trainee should pass, before they can move to more complicated matters. Lack of revision is clearly a problem and clarifying the responsibilities of all parties involved should help with getting the trainees to gain a more comprehensive understanding of the workplace before the end of their training.

Hatakka is content with the level of materials provided by both Restel and IHG for orientation. The amount of online learning materials has increased and is a beneficial when used to support the learning that happens behind the desk. However, online materials cannot be used as the only way to teach and that is one of the reasons the result of this thesis is a guideline to orientation done by employees throughout the work day, instead of being a collection of specific guides to the tasks that the trainee would go through independently.

4.1.2 Changes needed

Both Hatakka and Rissanen agree that the fact that orientation is now a shared responsibility is working. The first day of orientation has been changed so that it now includes an introduction to the building with a safety tour, and general information of the different companies working together to create the Exhibition Centre. This aims to give the trainee the feeling that they know where they are, before they continue their first week working with the housekeeping department. Kupias & Peltola (2009) define orientation to include introducing the new employee to not only their own tasks, but to the entire organisation and its culture, and that part is now working better in this case than in previous years. The work is not done, however, and there are still things that each staff member could do better to ensure good orientation.

General Manager Hatakka feels that the most important change to be made is to stop leaving the trainees alone at the desk too early. Rissanen agrees, but does not feel that there is enough time. However, now that phone calls have very recently been directed to a central reservations office, the situation will be change. The dramatic fall in the number of phone calls received daily gives more time to focus on face to face customer service, as well as training new staff members.

Safety is very important to General Manager Hatakka, who has been planning to introduce safety trainings as a daily exercise. Rissanen brings forth the IHG and brand related things, such as knowing the loyalty program well enough to deliver the standards of the brand. She sees as a positive that when the trainees realise that what they do behind the desk has a direct effect on customer reviews, the reviews become more favourable. This could be developed further by emphasizing the importance of each customer service situation to the success of the hotel.

As Kangas (2007, 3) suggests, when the training period is limited, the focus should be on the most important matters. In this case, that is mostly the case, as a typical trainee has a training period of two to four months. The skill of encountering the customer both as a person and in a friendly manner is one of the most important skills the trainee should learn, according to both interviewees. The customer should be listened to, and their needs should be reacted to accordingly. The trainee should also know the product to be able to provide good customer service. Based on the interviews, this will be in-

cluded in the new orientation guide. Teaching a trainee how to greet customers or how to respond in certain situation has not been a clear part of the process.

Rissanen feels that trainees would be more satisfied with the hotel if they were explained already in the beginning how the roster is created and how the collective labour agreement affects the work. This is related to the issue of trainees not being satisfied with their work schedules. They have been required to work night shifts in addition to the regular day shifts, and have been dissatisfied with not having weekends off. Explaining the reasoning behind late nights, early mornings and weekend shifts early on would, according to Rissanen, increase work satisfaction by also clarifying that all shifts are equally important. Expectations have been quite different from the reality in the past, and it is important to make clear that when a hotel is open around the clock, it is not possible to only work during office hours.

Small changes to the order of the orientation file, together with the addition of roster planning and goal setting, would make the process much more efficient, both interviewees agree.

4.2 Previous orientation materials

The main orientation material used is an excel file, which has the most important things to be taught outlined. It is used as a list to explain and show the building and the reception duties. However, this list is outdated and may cause confusion when teaching trainees, as most items are not explained and there is no clear guide on what to tell the trainee when going through a specific topic.

There are also several existing guides that are more detailed and can be found on the computer, but have not been updated in years and are not comprehensive. These written materials are not used actively during orientation. An orientation to Restel as a company is provided online, including videos and easy questions to introduce the trainee to the company on their first day. IHG provides a wide variety of online courses that focus on delivering the same brand worldwide.

The existing orientation file focuses on teaching the specific task that must be learned in order to work efficiently. However, it does not remind to also go through the bigger picture of where the trainee is and what is expected of them. The most important topic to be added to the new orientation guide is customer service. This was brought forward by both interviewees, as depending on the trainee, they may not even have experience on the basic skills of customer service. Clarifying the goals of the orientation give a framework to both the new employee and the employer to look at the progress made. When the goals are clear, the new employee is less likely to view the challenges as bigger than what they really are, and this way stress is relieved and a feeling of accomplishment is achieved. (Kjelin & Kuusisto 2003, 213-214)

The orientation material provided by Restel is a comprehensive introduction to the company as a whole. The material is meant to be used on the first day of working with the company. It includes videos of different heads of departments explaining what it is that the company does, while familiarising the new employee with different brands and the business idea behind the company. It is successful in being interactive, including simple questions that require the new employee to focus on what they have learned and use this new knowledge. It has a comprehensive look at the company.

The material provided by IHG, mainly the online course 'Holiday Inn Brand Orientation', gives the new employee a view of the brand. Included is an introduction to how customer service should be delivered in hotels all over the world, with clear examples that the new employee will face when they start their work. The guidelines of the brand are the focus of the course.

Together, the online courses provided by Restel and IHG provide a good basis for the first day of orientation. They give information on the organisations behind the hotel, and what the hotels are expected to achieve. As Hatakka says, though, they cannot be used as the only way to do orientation, now or in the future. Hatakka feels that these online materials are what the young employees understand these days, but in such a practical workplace, most of the learning must be done without a computer as a teacher. This is why the main guide for orientation is not written instructions for each subject a trainee is expected to learn, but only a guide to be used as a basis for verbal orientation.

4.3 Future of the orientation process

An important change introduced as a result of the interviews is the addition of customer service skills as a separate subject of the orientation process. The new employee will be taught things like greeting and listening to customers and how to react to a customer's needs. Their own role in the organisation will also be explained early on in the process.

As suggested by interviewee Rissanen, roster planning will be a part of the beginning of the training. Explaining the reasoning behind certain decisions will help the trainee to be satisfied with their schedule. Going through matters such as the collective labour agreement explains things that the workplace cannot affect and in its part helps increase work satisfaction among new staff members.

The new orientation guide will include weekly goals, which have not previously been a part of the orientation process. This will also help increase trainees' satisfaction with their training period, as set goals help to achieve a sense of accomplishment and make progress easier to monitor. The goal of orientation is to give the new staff member a positive view of the company and its goals, and to achieve this, the employee must be aware of their roles and goals. Clarifying roles also gives a sense of security. (Eräsalo 2008, 61)

Effectiveness of the orientation process will increase in the future, due to a revised orientation guide, increase in the time available for orientation, and newly shared responsibilities.

5 DISCUSSION

The results of the research, together with my own experiences as a staff member of the hotel, have made it clear that this work should have been done earlier. Even though some changes had been introduced recently, the process had not been looked at as whole. This created a process that works very well in some instances, but bigger changes have been discarded due to lack of time.

In the future, it would be beneficial to stay critical of the processes and develop the guide further. Time should be taken to plan and execute orientation more than is currently done, as a working orientation process saves time later on. The effect trainees have on customer feedback should also not be forgotten.

The interview results were far more useful than I expected, as both interviewees had a clear picture of how they would like orientation to be done. However, interviewing or giving a questionnaire for trainees at the end of their training period would have most likely given more comprehensive results for the purpose of this thesis. Such a questionnaire should be created for future use to develop the orientation process.

The theory of orientation gives excellent guidelines that have already been implemented quite well. The process of introducing the new staff member not only to their specific tasks, but also to the organisation and their role in it, should be developed in this case. As Kangas (2007, 2) suggests, the trainee must understand their responsibilities and expectations placed on them, and this should be taken into consideration more.

REFERENCES

Book references:

Eräsalo, U. 2008. Käytännön henkilöstöjohtaminen hotelli- ja ravintola-alalla. 1st edition. Vantaa: Restamark Oy.

Gillham, B. 2000. The Research Interview. 1st edition. London: Continuum.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2009. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. 1st edition. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2000. Tutki ja kirjoita. 6th edition. Vantaa: Tammi.

Iisa, K., Kankaanpää, S. & Piehl, A. 1999. Tekstintekijän käsikirja. 3rd edition. Helsinki: Yrityskirjat Oy.

Juuti, P. & Vuorela, A. 2002. Johtaminen ja työyhteisön hyvinvointi. Jyväskylä: Gummerus.

Kangas, P. 2008. Perehdyttämisen suunnittelu ja toteutus. 2nd edition. Helsinki: Työturvallisuuskeskus.

Kangas, P. & Hämäläinen, J. 2000. Perehdyttäminen palvelualoilla. 1st edition. Helsinki: Työturvallisuuskeskus.

Kjelin, E. & Kuusisto, P. 2003. Tulokkaasta tuloksetekijäksi. 1st edition. Jyväskylä: Gummerus.

Kupias, P. & Peltola, R. 2009. Perehdyttämisen pelikentällä. 1st edition. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

Pesonen, E. 2007. Julkaisijan käsikirja. 1st edition. Porvoo: WSOY.

Electronic references:

IHG Plc. 23.2.2016. Overview. Read 29.2.2016.

<http://www.ihgplc.com/index.asp?pageid=16>

IHG Plc. 2016. IHG Rewards Club. Read 6.5.2016.

<http://www.ihgplc.com/index.asp?pageid=204>

Restel Oy. 2016. Restel. Read 29.2.2016. <http://www.restel.fi/restel>

Holiday Inn Helsinki – Messukeskus – Huoneet. Read 6.5.2016.

<http://www.finland.holidayinn.com/hotellit/holiday-inn-helsinki-messukeskus/huoneet>

Holiday Inn Helsinki – Messukeskus – Hotellin palvelut. Read 6.5.2016.
<http://www.finland.holidayinn.com/hotellit/holiday-inn-helsinki-messukeskus/huoneet>

Restel 2015. Restel. RestelOnline intranet. Read 6.5.2016.

APPENDICES

Appendix 1. Interview questions

1. Millainen on perehdytyksen nykytilanne hotellin vastaanotossa?
2. Mitkä ovat nykyisten perehdytyskäytäntöjen suurimmat ongelmat?
3. Miltä osin perehdytys toimii tällä hetkellä hyvin?
4. Mitkä asiat ovat mielestäsi tärkeimmät perehdytettävät asiat?
5. Millaisessa järjestyksessä perehdytys tulisi suorittaa?
6. Mitä muuttaisit nykyisissä käytännöissä jotta perehdytyksestä tulisi tehokkaampaa?

Appendix 2. Transcripts of the interviews

Kirsi Rissanen

Miten kuvailisit perehdytyksen nykytilannetta yksikössä?

Kyllähän se nyt on sillä tavalla hanskassa kun se on lisätty tuonne jokaisen vuoron tehtäviin. Että se ei ole mikään että se olisi enää vain yhden ihmisen vastuulla, vaan se on kaikkien vastuulla. Kyllähän siitä pitää muistuttaa että se on kaikkien vastuulla ja kuuluu näihin työtehtäviin eikä se ole mitään vapaaehtoista. Mutta kyllähän siinä voisi aina skarpata.

Mitkä ovat suurimpia ongelmia nykyisissä perehdytyskäytännöissä?

Ajanpuute. Joo se ajanpuutehan se on, eli se pitäisi etenkin se alku saada niin että saataisiin se ihminen niin hankaan tuossa. Että ensin olisi tietenkin se perehdytyspäivä ja sitten olisi se kerroshoidon neljä päivää, no ne nyt vielä menee. Mutta sitten kun hän on oikeasti tuossa tiskillä, niin siinä pitäisi olla joku kokoajan niskan takana, mutta siihenhän tämä kulurakenne ei anna myöden. Alku pitäisi olla paljon tehokkaampi. Ja sitten mikä tietenkin tuntuu, riippuen että onko nyt ammattikorkeakoulusta joka on jo yleensä 20 plus vai onko tällöinen ammattikoululainen 18 vuotta, joka ei ole välttämättä ollut aiemmin niin suorassa asiakaspalvelussa vielä töissä, siinä on vielä hakeminen että miten niiden asiakkaiden kanssa ollaan, järjestelmä on uusi, kaikki on uutta. Sitten kun vielä pitäisi näitä IHG-asioita niin vahvasti tuoda siihen alkuun, että se tulisi koko ajan selkärangasta, niin se on minusta vaikeaa. Ja sitten ihmiset olettavat liikaa että hän osaa, siinä ei oteta huomioon että kaikki on niin erilaisia oppijoita että joku toinen omaksuu tosi nopeasti ja toisella sitten kestää. Tuota perehdytyslomakettahan voisi muuttaa niin että enemmän kuin kyttäisi mitä kukin on opettanut, niin ennemmin olisi sellaiset tasot, jotenkin sillä tavalla että nyt on saavutettu taso yksi ja taso kaksi ja sitten taso kolme. Ja ymmärtääkö vaikka nyt näistä IHG asioista, että mitä vaikka Welcome Amenitya kuuluu kenellekin. Että koska hän osaisi sen itse selittää. Sitten kun osaa sen itse omin sanoin selittää, niin sittenhän voisi olettaa että sen ymmärtää ja sitä osaa käyttää. Ja siinäkin pitäisi sitten taas ottaa se lähtötaso huomioon, niin kaikki ei tajua välttämättä mikä on esimerkiksi sana organisaatio, että jos sitäkään ei ymmärrä niin sitten on vaikea yrittää jotain muutakin asiaa selittää.

Miltä osin perehdytys toimii mielestäsi tällä hetkellä hyvin?

No kyllä se on hyvä minusta että se on jotenkin mennyt tässä läpi että se on kuitenkin kaikkien vastuulla jollain tasolla. Että kaikki on ottanut omakseen ja kun sitä on niin paljon jauhettu että se kuuluu kaikille. Ja tietenkin osa harjoittelijoista osaa välillä itsekin pyytää perehdytystä. Että tietenkin se jos ne on välillä tyrmätty, että nyt ei ehdi, niin sehän taas hidastaa sitten sitä perehdytyksen jatkumista. Ja sitä miten se ihminen oppii, jos sitä ei säännöllisesti perehdytetä. Mutta onhan meillä nyt aika hyvä sillä lailla että on se, nyt tuli tänä keväänä uutena se että ensimmäinen on se perehdytyspäivä, missä katsotaan nämä tämän ketjun asiat ja sitten nämä turvallisuusasiat että se on otettu ihan yhtenä omana kokonaisuutena. Mutta sitten on tuon siivouksen kanssa se ongelma, että he eivät koe että heidän tarvitsee muuta perehdytystä antaa kuin, mikä on tietysti sillä tavalla ymmärrettävää kun se on ulkoistettu firma, että siellä ei opeteta mitään huone-tyyppejä, vaan siellä opetetaan sitä itse siivoustyötä. Että he katsoisivat myös sitä huonetuotetta siinä samalla. Mutta eiväthän ne siivoojat sitä välttämättä itsekään ymmärrä, ja nekin pitäisi saada se tajuamaan, että mikä se on se meidän tuote. Ekan päivän periaatteessa voisi tehdä niitä huonetarkistuksiakin, koska sitä voisi taas sitten tehdä jatkosakin, koska jos ei sille harjoittelijalle ole vielä muuta hommaa antaa, niin niitä huoneitahan voi aina tarkistaa.

Mitkä asiat priorisoit tärkeimmiksi perehdytettäväiksi asioiksi?

No ne IHG asiat. Ja tietenkin ne turvallisuusasiat on ihan se ykkönen ja ne IHG asiat. Ja sitten on tietenkin se asiakkaan sellainen luonteva ja ystävällinen kohtaaminen tuossa. Niillä pärjää pitkälle. Mutta kun me ollaan tällainen franchising-hotelli, niin ne tietyt ketjun asiat ovat vain niin tärkeitä. Ja kun niitä mitataan joka päivä, niin sitten jos siellä on sellaista että niitä ei osata, niin sehän näkyy suoraan noissa meidän tuloksissa, mitaustuloksissa. Mutta onhan se tältäkin keväältä se että kaksi kuukautta meni ihan penkin alle. Ja sitten se kolmas kuukausi niin kuin onnistuu tosi hyvin, kun ne harjoittelijat oivaltavat, että okei, jos me tehdään nyt näin, niin se vaikuttaa suoraan näihin hotellin tuloksiin.

Millaisessa järjestyksessä perehdytys tulisi suorittaa?

Tämä perehdytyslomakkeen järjestys ei ole hyvä, mutta tästähän voi niin kuin tähän on tehty sillä lailla että on otettu aina palikka kerrallaan, koska ei ole järkeä kaikkea tätä papattaa kerralla. Ja olisihan se järjestys olisi ehkä vähän, ja sitten ehkä muutamia avainsanoja, mistä kaikki puhuisi sitten sitä samaa asiaa. Ja siinä voisi olla ihan sellainen osio että ensimmäinen päivä, ja sitten vaikka, ja senhän voisi jakaa että siinä olisi tietyt aikarajat, että sen harjoittelijan pitäisi itse pyytää, että aina kun me ollaan eri ihmiset eri vuoroissa, kukaan ei ole koko ajan sen saman ihmisen kanssa, että hän itsekin osaisi pyytää sitä perehdytystä ja tiedettäisiin myös että missä vaiheessa hän on menossa. Ja näitä jotain asioita, näitä on ihan kiva tietää, mutta yksi sellainen mikä on kanssa, mikä tuli nyt tässä tänä keväänä, niin on ne TES asiat, että siinä pitäisi aika alkuun olla se, että vaikka puoli tuntia, tunti, Janin kanssa työvuorolistan tekoa ja katsomista. Että ymmärretään, miten paljon se vaikuttaa tähän koko hommaan, se tuntisuunnittelu. Tai niin kuin paljonko täällä on työvoimaa, ja että siihen vaikuttaa se paljonko täällä on tulijoita lähtijöitä, ja mitä tapahtumia ja minkä luonteisia tapahtumia, niin se pitäisi aika siinä alussa saada ajettua. Se lisäisi ehkä sitä työtyytyväisyyttä ja siihen harjoitteluun ja tähän paikkaan, ja ehkä sitä ymmärrystäkin, että tämä ei ole mikään kahdeksasta neljään paikka tai ammatti. Että tämä on aina auki, ja that's it.

Mitä muuttaisit nykyisissä perehdytyskäytännöissä jotta perehdytys olisi tehokkaampaa?

No tämä että tämä työvuorolistajuttu, että sitä minä jo näissä haastatteluissakin näytän, että siellä ei ole vapaita viikonloppuja välttämättä. Ja se viikonloppu voi olla perjantaita lauantaihin tai lauantaista sunnuntaihin, että se ei ole aina se perjantaita sunnuntaihin ole se viikonloppuvapaa. Tuo ammattitutkinto niin siitä tuli ilmi että siellä ei käydä millään tavalla sitä TESiä läpi, niin ne eivät tajua että mihin ovat tulossa. Ja sitten se että se yövuoro ei ole mikään huonompi vuoro, että siitähän oli tässä keväällä puhetta. Että sehän on ihan tasa-arvoinen muiden vuorojen kanssa ja jos sitä ei hoideta hyvin, niin tämä päivä ei onnistu, mikään ei onnistu. Ja jos tämän perehdytyslomakkeen jos tämän saisi tehtyä ihan sillä lailla uusiksi, ja näitä kuviakin tästä, mitä näillä tässä tekee.

Armi Hatakka

Miten kuvailisit perehdytyksen nykytilannetta yksikössä?

Se on parempi, kuin silloin kun tulin tänne. Eli Kirsi kun on ottanut tämän harjoittelijoiden vastaanottamisen haltuunsa, niin hän on jotenkin hirveän sitoutunut siihen. Eli se on tärkeää että se harjoittelija kokee itsensä tervetulleeksi, että häntä on odotettu ja että, Kirsi. Se henkilöityy Kirsiin tällä hetkellä se homma. Ja se on kaikille ihan selkeä että kuka se on, että ennen kuin oli tuolla vuoropäälliköllä. Niin hänellä oli niin paljon muutakin, että se oli vähän niin kuin liikaa. Että se on ihan hirveän hyvä että näitä vastuuta on nyt jaettu. Se on aina ollut kaikkien vastuulla, mutta nyt se on lisätty vuoron tehtäviin. Yksi ihminen ei voi olla täällä 24/7 paikalla, ja jokaisen kuuluu perehdyttää.

Mitkä ovat suurimpia ongelmia nykyisissä perehdytyskäytännöissä?

Kyllä se edelleen minun mielestäni on se että jokaisen tulee perehdyttää ja se seuranta nimenomaan että minun mielestä se hyvä ensimmäisen päivän perehdytys mikä nyt otettiin käyttöön. Että ihan oikeasti se ei mene heti vain kerroksille ja ole ihan pihalla, vaan ensin käytetään se yksi päivä siihen että hän vähän tajuaa että missä hän on ja mitä häneltä odotetaan ja mikä hänen roolinsa on ja tiedetään talo ja turvallisuutta. Sitten kun hän sitten palaa tähän respaan ja annetaan tämä perehdytyksen tämä, että tämä on se mitä sinun pitäisi täällä oppia, tämä perehdyttämislomake, että sanotaan heti alussa että pidä tätä mukana, ja sitten oikeasti aina kun ollaan vuoroissa niin sanotaan että hei, mitäs on jo edellinen näyttänyt ja mitä voisit näyttää seuraavaksi. Ja siinäkin pitää olla joku loogisuus. Että tuossa lomakkeessa minun mielestä, siinä on osa suhteellisen järjestyksessä tällä hetkellä, mutta ainahan sitä on jotain järjesteltävää. Mutta pääsääntöisesti hän tuo on nyt järjestyksessä, että Kirsihän on sitä muokannut nyt. Sillä lailla jotenkin että looginen, ja sillä lailla että ei pelkästään merkitä että olen nyt perehdyttänyt, mutta että seuraava kaveri kysyisi että kerrotko minulle mitä tämä tarkoittaa. Että sitten voit kuitata että nyt hän, nyt tämä harjoittelija osaa. Koska sitten jos mennään vain eteenpäin ja hän ei ole oppinut niitä edellisiääkään kunnolla, niin se ei johda mihinkään. Sitten se on vain yhtä sellaista tippaleipää tuolla päässä. Että testattaisiin edes ne perusteet.

Ja että kaikki tietää miten tämä tehdään, että se voi olla sitten meissäkin se vika, että ei ole kerrottu kaikille miten tämä kuuluisi tehdä, voin katsoa peiliin. Se lomake pitää olla tuolla mukana, se ei auta että se on tuolla lokerossa. Se pitää vuoron alussa kysyä että onko sinulla perehdytyslomake missä ja katsotaanpas taas missä mennään. Että vaikka kun check-outit on hoidettu ja due outit katsottu. Ja nyt varsinkin kun tuo puhelin ei soi enää tässä, niin meillä on aikaa siihen kyllä. Siis tällaisina päivinä varsinkin kun ei

ole hirveästi vilinää. Ja asiakaspalvelussakin palautteet ovat paljon parempia tällä hetkellä kun meillä on aikaa asiakkaille.

Miltä osin perehdytys toimii mielestäsi tällä hetkellä hyvin?

Minun mielestä on hyvä että yritys on antanut tällaisia perehdytysjuttuja netistäkin käyttöön, että siellä ammattilaiset kertoo mikä Restel on, eli se on minun mielestä tosi hienoa. Että sitten kun me täällä yritetään kertoo noin niin kuin suurpiirteittäin, ja sitten onhan tuolla Restelin vuosikertomuskin, mutta on se ihan eri lukea jotain liiketulosjuttuja kuin että joku suusanallisesti yrityksen johdosta kertoo sen, yrityksen korkeimmasta johdosta eikä vain yksikön johdosta. Ja ainahan netistä löytyy lisää tietoa mutta se ei tietty ole se idea että vain netistä opiskellaan. Ja ehdottomasti kun tullaan tänne bränditasolle niin se on nykyaikaa, että ne tehdään siellä netissä ja opitaan siellä netissä ja se on oikeasti se mitä se nuoriso ymmärtää ja tajuaa ja että kaikki nämä tällaiset paperihärpäkkeet niin ne on ehkä jo mennyttä. Ja minun mielestäni Restelkin on yhä enemmän menossa tuohon webbipohjaiseen koulutukseen. Ja se on ihan selkeä parannus se ensimmäisen päivän orientaatio että missä minä nyt olen ja mitä tämä talo on ja ketä on nämä Fazer ja Suomen Messut Osuuskunta ja ai jaa, te ette omistakaan tätä koko puljua.

Mitkä asiast priorisoit tärkeimmiksi perehdytettäviksi asioiksi?

Tämä on niin, se on niin hirveän vaikea nostaa että mikä se on se tärkeä kun kaikki on tärkeää. Että toki tuo mistä aina puhutaan jo siis harjoittelun alusta on se asiakkaan kohtaaminen, että jos et kohtaa asiakasta ihmisenä ja vieraana niin silloin olet jo menettänyt sen pelin. Se on tietysti ihan ykkönen ja jopa meillä vanhoilla työntekijöillä eikä vain näillä harjoittelijoilla. Ja sitten kuuntelun taito. Hirveän tärkeää osata kuunnella ihan oikeasti. Ja tavallaan reagoida siihen asiakkaan olotilaan. Se on meillä tässä asiakaspalvelussa se että osaa mennä just asiakasta vastaan ja sitten totta kai sinun pitää tuntea se tuote, että et voi palvella jos et tunne sun tuotetta, sun standardeja, sun tapoja toimia, niin kuin muut toimii ja että olet osa sitä yhteisöä. Että on vaan niin kokonaisvaltainen ala että kaikki nivoutuu kaikkeen. Ja sit myöskin totta kai tekniset asiat. Kaikki ohjelmat. Ja se turvallisuus. Koska tämä on vähän niin kuin lentokoneessa että eihän ne ole siellä vain kahvia tarjoilemassa. Tämäkin on yksi semmoinen asia että turvallisuutta vois harjoitella vaikka joka päivä, että antaa lappu kouraan ja mene ja etsi, että tuolla palaa. Tämmöisiä feikkiharjoituksia että laittaa tuommoisen ilmaisimen numeron, ja

sitten joudut etsimään tuosta kansioista. Se on semmoinen mitä olen tässä jo vuoden miettinyt mutta en saa sitä aikaiseksi. Mutta siinä tulisi tavallaan sellainen rutiini etsiä niitä sieltä, et sit se olisi nopeaa kun johonkin pitäisi lähteä. Että vaikka tuo on osoitteellinen tuo meidän palokaappi, niin sitten kun jossain sanotaan vaikka että kahdeksas kerros joku käytävällänne, niin sittenhän se sanoo vain että käytävä, ei se sano et missä se siellä on. Et tuommoisia kaikkia.

Missä järjestyksessä perehdytys tulisi suorittaa?

Tätä perehdytyslomaketta saa todellakin muuttaa. Sitten pitää ottaa myös huomioon että ihmiset oppii eri tahdissa että sellainen ohjeellinen aikataulu vois olla hyvä. Ja sitten se on ehkä myös hyvä siinä harjoittelun alussa kertoa, että tässä on tällaisia välitavoitteita, ja näistä aloitetaan. Nyt joudutaan vähän pomppimaan täällä lomakkeella, että se olisi kiva jos se menisi sillain järjestyksessä ja kaikilla olisi se sama järjestys. Et sit kun ne näkee tuossa ekalla sivulla ne heti jo kysyy et no mikä tämä on, vaikka meidän pitäisi mennä jonnekin toiselle sivulle.

Mitä muuttaisit nykyisissä perehdytyskäytännöissä jotta perehdytys olisi tehokkaampaa?

Me on nyt muutettu, se on mun mielestä se ensimmäinen päivä mikä ratkaisee aika pitkälle asioita, ja se on ollut harjoittelijoistakin tosi hyvä. Sitten se muuttaminen just tuo lomakkeen uudelleen teko ajatuksella et mikä se järjestys oikeasti on ja sitä aikataulutustakin että tavallaan meidänkin tulee valvottua että nyt meillä on viikko aikaa ja nämä pitää käydä läpi ja tietysti se että nyt käydään jokaisen vakituisenkin kanssa läpi että hei nyt tämä tarkoittaa sitä että sinä osallistut myöskin tähän perehdytykseen että mikä sinun rooli tässä perehdytyksessä on. Se on tärkeä että sitä ei nyt saa unohtaa kun teet tätä työtä. Se että noita harjoittelijoita ei saa jättää tuohon respaan yksin eli etenkin ihan siellä alussa et ehkä joo loppupäässä mutta jos sulla on siellä, tämä on taas sitten hankala, mutta jos sulla on vaikka kolmella tiskillä siellä asiakkaita ja se harkka jo vähän osaa mutta ei kuitenkaan vielä osaa, niin siinä pitäisi olla joku et joko se harjoittelija on siinä tiskillä ja sä oot siinä takana ja on vaan kaks kassaa, käytössä, tai ei sit niin et se yks harkka joutuu siellä kolmannella kassalla sit huitomaan ja heilumaan et anteeksi mä en osaa et voiko joku tulla ja kello ei ole aikaa. Koska se on sille asiakkaallekin tosi ärsyttävää eikä se yks jono siitä etene mihinkään. Näin se vaan täytyy ruveta tekemään.

Vaikka siinä menee vähän pidempään, sillä myöskin et sillä harjoittelijalla on turvallisempi olotila. Mieluummin siihen sit panostaa sit alussa kun et meillä on kolme kassaa kun ei se kuitenkaan ole sit niin, se asiakas luulee et se harkka osaa ja sit ei tule kuin paha mieli kaikille. Eikä voi olla kivaa sille harkalle et tuntee itsensä että ei osaa mitään ja asiakas on ihan hermona et sen toivoisin et se muuttuisi ihan kokonaan. Ja nyt varmaan onnistuukin koska edelleen se puhelin ei soi nyt. On ollut muutenkin nyt rauhallista mutta kyllä se vaikuttaa kiirepäivinä kun et joudu koko ajan keskeyttämään sitä sun palvelutilannetta, ja asiakaspalautteet on ihan oikeasti paljon parempia kuin ennen, koska ennen sulla saattoi mennä siinä et puhelu kesti, kesti ja kesti, sä olit yksin jopa siinä kohtaa. Kyllä se on hyvä, todella hyvä.

Appendix 3. Orientation guide

Perehdytyslomake

Harjoittelija:

Työsuhde:

Oppilaitos:

		Perehdytetty	Ymmärretty	Kerrat-tu
1. päivä	Turvallisuuskierrros			
	Restel Verkkoperehdytys			
	Holiday Inn Brand Orientation -kurssi			
Kerrosihoito	Lisävuoteen avaaminen			
2.-5. päivä	Petaus			
VIIKKO 1				
Asiakaspalvelu	Tervehtiminen			
	Kuunteleminen			
	Reagointi			
	Oma rooli työyhteisössä			
Yleisiä asioita	Ruokailu			
	Rakennuksessa liikkuminen			
	Pysäköinti			
	Työvaatteiden pesu			
	Tavoitteet			
Hotelli yleisesti	Organisaatio			
	Restel			
	IHG			
Työturvallisuus	Palohälytys			
	Vahtosammuttimet			
	Hätäuloskäynnit			
	Hissit			
	Hätänumerot			
	Hissiviat			
	Ensiapupisteet			
	Ruokamyrkytys			

Palvelut	Ravintola			
	Huonepalvelu			
	Aamiainen			
	Saunat			
	Business Corner			
	Pysäköinti			
	Pesulapalvelu			
	Ensihätä tuotteet			
	Löytötavarat			

Tilat	Parkkihalli			
	Varastot			
	Henkilökuntatilat			
	Toimistot			

Työvuorolistasuunnittelu vuoropäällikön kanssa TES, 0-sopimus			

VIIKKO 2 - 3

IHG Rewards Club

Liittyminen
Pisteiden kerryttäminen
Edut
Upgrade
Tasot
Loyalty Connect
Guest Arrivals Report

PINS

Hotel Bonus Club
Vapaa-ajan yöpyminen

Tiedonkulku

DmBook
Päiväkirja
Sähköposti
Ilmoitustaulut
Oma lokero
Restel Online

Huonetyypit

Standard
Executive
Suite
Inva
Combi

	Allergia			
Maksutavat				
	Paikan päällä			
	Laskutus			
	Ennakkomaksu			
	Arvosetelit ja klubibonukset			
	Lahjakortit			
	House use			
	Matkatoimiston kortilta			
Hinnat				
	Päivän hinta			
	Yrityssopimushinnat			
	Kampanjat			
	Henkilökuntahinnat			
	Matkatoimistohinnat			
Varauskanavat				
	Suoraan hotelliin			
	Varauskeskus			
	Holidex			
	Omat nettisivut			
	Guestcentric			
	Matkatoimistot			
	Hotelzon			
	Online-matkatoimistot			
VIIKKO 4				
Yrityksen toimintamallit				
	Liikeidea			
	Arvot			
	Työsäännöt			
	Restel Online			
	Työtehtäväkohtaiset toimintamallit			
Työtehtävät				
Kaikki vuorot	Puhelimet			
	Faksi ja kopiointi			
	Päiväkirja			
	Kassan laskeminen			
	Varauksen tekeminen			
	Varauksen muuttaminen			
	IHG Rewards Club -asiat			
	Paid Out			
Aamuvuoro	Check-Out			

	Routing			
	Laskutus			
	Traces			
Iltavuoro	Check-In			
	Herätykset			
	Ryhmät			
	PayTV:n sulkeminen			
	No post			
Yövuoro	Yökierros			
	Laskutus			
	Tilitys			
	Oma manuaali			
	Pisteiden maksu			
Työsuhdeasiat				
Palkka	Palkanmaksukausi			
	Palkkalaskelma			
	Lisät			
	Korjaukset			
Työaika	h/3 viikkoa			
	Työvuorolistat			
	Poikkeamat			
	Poissalot			
	Sairastuminen			
	Ruokatauko			
	Tupakointi			
Työterveyshuolto	Työhöntulotarkastus			
	Sairauskassa			
	Sairastuminen			
Henkilökuntaedut	Restelin edut			
	IHG:n edut			
	Liikuntasetelit			
	Väliaikaiset edut			

Perehdytetty = Asia on käyty perehdyttäjän kanssa läpi

Ymmärretty = Perehdytettävä osaa selittää asian omin sanoin ja ymmärtää asian sisällön

Kertaus = Asia on käyty läpi uudelleen myöhempänä ajankohtana

Perehdytyslomake tulee pitää mukana jokaisessa vuorossa omalla työpisteellä.

Viikkotavoitteet ovat ohjeellisia.

Tervetuloa Holiday Inn Helsinki Messukeskukseen!

Hotellin perustiedot

- 244 huonetta
- Ravintola Brasserie Terra Nova, vaihtelevat aukioloajat
- Terassikabinetti 10 krs, tilausauna
- Business Corner, kaksi konetta ja printteri vapaasti käytettävissä
- MiniGym –kuntosali 4 krs, 6:30-22
- Saunat miehille ja naisille 2 krs, 17-22:30 (ovet auki)
- Maksullinen parkkihalli (24h 26 €, päiväparkki 14 €, alle 2h 7 €)

Missä olet?

Olet Holiday Inn – ketjun hotellissa, jonka nimi on Holiday Inn Helsinki Messukeskus. Holiday Inn on IHG:n, kansainvälisen hotelliyrityksen, omistama brändi. Itse hotellia pyörittää Restel Hotellit Oy, joka on Restel Oy:n tytäryhtiö. Restel on hotelli- ja ravintola-alan yritys, jonka omistaa Tradeka. Hotellin kiinteistön omistaa Suomen Messut Osuuskunta, jolta Restel vuokraa tilaa hotellitoimintaan.

Hotellin yhteydessä toimii Terra Nova –ravintola, jota pyörittää Fazer. Fazer huolehtii myös hotellin aamiaisesta sekä kaikesta Messukeskuksen ravintolatoiminnasta. Hotellin pääovien vierestä on kulku Kokoustamoon, joka on osa Messukeskusta. Kokoustamossa on useita erikoisia kokoustiloja, joihin voi tapahtumasta riippuen olla kulku hotellin ovien kautta. Monet asiakkaat tulevat pyytämään vastaanotosta opastusta kokoukseen, ja meiltä löytyykin aina koontilista, josta voi tarkistaa kokouksen sijainnin ja kulkureitin. Varsinaiisiin messuhalleihin on kulku Eteläisestä sisäänkäynnistä, joka löytyy Terra Novan takaa. Mikäli asiakkaalla on näytteileasettajakortti, hän voi hyödyntää kulkua sisäkautta.

Nopein kulkureitti Helsingin keskustaan on ottaa Pasilan asemalta lähijuna. Asemalle on noin 300 metriä, ja sieltä voi ottaa minkä tahansa lähijunan keskustaan. Raitiovaunut 7A, 7B ja 9 kulkevat myös keskustaan.

Hotellin palvelut

Hotellissa on 244 huonetta, joista 34 Executive-tason huonetta ja 5 sviittiä. Osaan huoneista on mahdollista avata lisävuode nojatuolista tai vuodesohvasta. Kaikki Standard- ja Executive-huoneet ovat 25 neliömetriä. Kolmannen kerroksen huoneet ovat allergiahuoneita, mutta muissa huoneissa on kokolattiamatto.

Saunat löytyvät sekä naisille että miehille toisesta kerroksesta. Saunat ovat auki päivittäin klo 17-22:30. Saunaan voi siis mennä vielä juuri ennen klo 22:30, jolloin kiukaat menevät pois päältä ja ovet menevät lukkoon.

Aamiainen tarjoillaan toisessa kerroksessa arkisin klo 6:30-10 ja viikonloppuisin klo 7:30-11, eli tuntia myöhemmin. Aamiainen voi kuulua huonehintaan tai sen voi ostaa erikseen joko vastaanotosta tai aamiaissalista.

Ravintola Terra Nova on hotellin ravintola, jonka aukioloajat vaihtelevat. Pääsääntöisesti keittiö on iltaisin auki klo 22 saakka, jonka jälkeen purtavaa on mahdollista ostaa vastaanoton vitriinistä. Ravintolalasku on mahdollista laittaa huonelaskulle, jos varauksella on takauksena luottokortti.

Pysäköintiin on kaksi vaihtoehtoa. Hotellin oma parkkihalli on hotellin alla, -1 kerroksessa. Halliin voi opasta ajamaan kääntymällä hotellin ovien jälkeen vasemmalle, ja kääntymällä alamäen jälkeen tiukasti jälleen vasemmalle. Portilta otetaan lipuke, joka vastaanotossa leimataan maksamisen yhteydessä tai lähtöpäivänä. Samalla pysäköintimaksulla voi huoneavainkortilla ajaa majoituksen aikana edestakaisin. Toinen vaihtoehto on Messukeskuksen Kongressiparkki, joka on ulkopysäköintialue rakennuksen päässä. Sen voi maksaa ulkoa löytyvään automaattiin, ja veloitus menee alkavan vuorokauden mukaan, eli jokaisen ulosajon yhteydessä sama maksu.

Terassikabinetti on hotellin ainoa oma kokoustila, johon mahtuu pöydän ääreen kokoustaamaan noin 10 henkilöä. 10. kerroksesta löytyy myös tilava sauna sekä terassi. Tila soveltuu pieniin kokouksiin ja illanviettoon.

Business Corner löytyy toiseen kerrokseen johtavien portaiden takaa, ja sisältää kaksi tietokonetta sekä printterin. Tila on kaikkien asiakkaiden käytettävissä ympäri vuorokauden. Tilassa voi tulostaa myös omalta muistikortilta, mitä emme voi vastaanoton koneilta tehdä.

Pesulapalvelu toimii arkipäivisin siten, että asiakas voi jättää pyykkiä täytetyn pesulalistan kanssa vastaanottoon ennen klo 9 aamulla, jonka jälkeen ilmoitetaan SOLille noudettavasta pyykistä. Asiakas saa pyykkiä saman päivän iltapäivällä takaisin.

Pidä jokaisessa vuorossa mukanas perehdytyslomaketta ja huolehdi myös itse, että saat riittävästi perehdytystä.

Tietopaketti harjoittelijoille

HBC-edut (arvoseteli, lehti):

- Päivän hintaan (IGBBB, IGCOR)
- Yrityssopimushintaan (esim. TeliaSonera, Elisa)
- Messuhintaan

HBC-edut eivät kuulu:

- TPI-hintoihin (Third party, esim. Booking.com, Hotels.com, Expedia)
- Matkatoimistohintoihin (esim. Travco, GTA)
- Vapaa-ajan hintoihin (PINS/K-Plussahinta YB, kampanjat)

Laskutuslisä

- 8 € paperilaskusta (ei OVT-numeroa)
- 4 € e-laskusta (OVT-numeron kanssa)
- Laskutuslisää ei peritä matkatoimistoilta, virastoilta, kaupungeilta, tietyiltä yrityksiltä

Kerrokset

- 3 krs allergiahuoneet
- 9 krs Executive-huoneet
- 4 krs MiniGym 6:30-22
- 2 krs asiakassaunat 17-22:30
- 2 krs aamiainen ma-pe 6:30-10, la-su 7:30-11
- 501, 601, 701, 801 ja 901 ovat sviittejä

Hotellin parkki

- 26 €/vrk
- 14 €/päivä
- 7 € /alle 2h
- Maksu vastaanottoon

Kongressin ulkoparkki

- 12 €/ulosajo (tai alkava vuorokausi)
- Maksu automaattiin

Lisävuoteet

- Alle 19-vuotias yöpyy vanhempiensa kanssa ilmaiseksi ilman lisävuodetta
- Aamiainen kuuluu automaattisesti hintaan alle 13 v. lapselle
- Jos lapsi on 13–18-vuotias ja yöpyy ilman lisävuodetta, yöpyminen ilmainen, mutta aamiaisesta lisäveloitus
- Alle 13-vuotias yöpyy ja käy aamiaisella veloitusetta
- Lisävuode aina maksullinen

Hinnat:

Ilman etukorttia

PINS/K-Plussa-kortilla

Yli 16-vuotias	36 €	32 €
Alle 16-vuotias	25 €	22 €

Kids Eat Free

- Kuuluu kaikille alle 13-vuotiaille
- Yli 13-vuotias maksaa ravintolassa ja aamiaisella (myös, jos ei ole lisävuodetta)

Aamiaishinnoittelu

- 0-3-vuotiaat ilmaiseksi (ei merkitä Operalle, koska Fazer ei laskuta)
- 4-14-vuotiaat 9,50 €
- Yli 15-vuotiaat 19,50 €
- Alle 13-vuotiasta ei kuitenkaan voi lähettää aamiaiselle ilmaiseksi, jos vanhemmatkaan eivät maksa aamiaisesta