

Бизнес-отели и convention centres – планирование инфраструктуры отеля и бизнес-площадки, эффективный маркетинг

HOTELS OPERATOR



Стильный
АККОРД

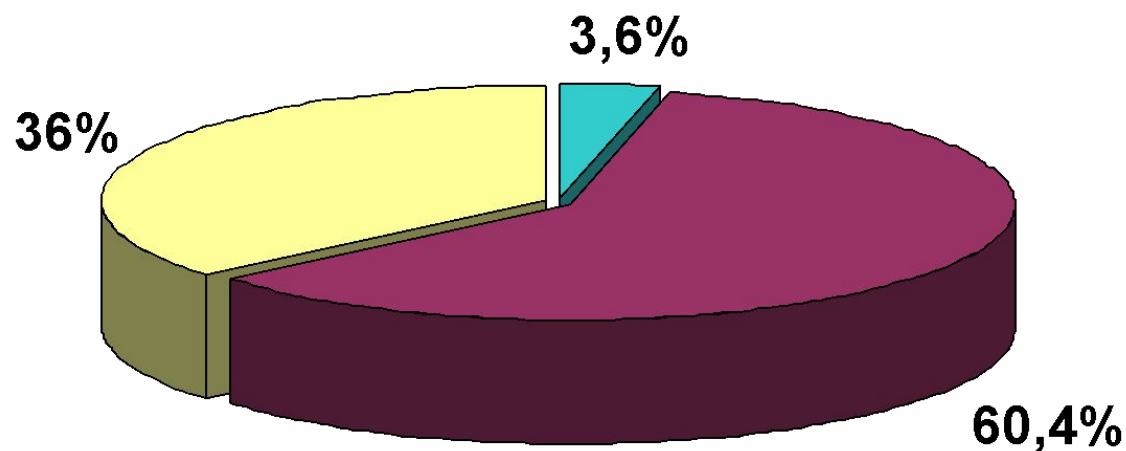
УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ

г. Москва

28 ноября 2008 г

Кто наш гость?

Анализ проживающих по целям приезда в %



■ досуг

■ деловые

■ прочие

HOTELS OPERATOR

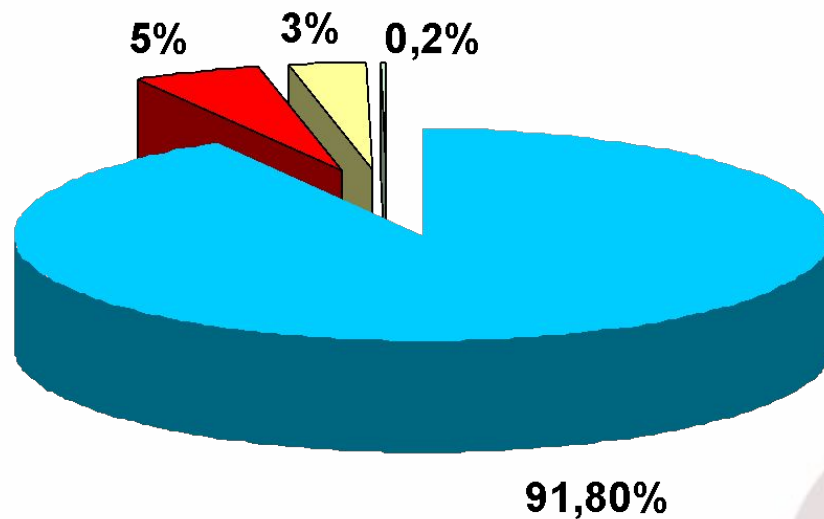


Стильный
АККОРД

УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ

Продолжительность проживания

Анализ продолжительности размещения в гостиницах крупных городов в %



■ 1-3 ночевки

■ 4-7 ночевок

■ 8-14 ночевок

■ 15-28 ночевок

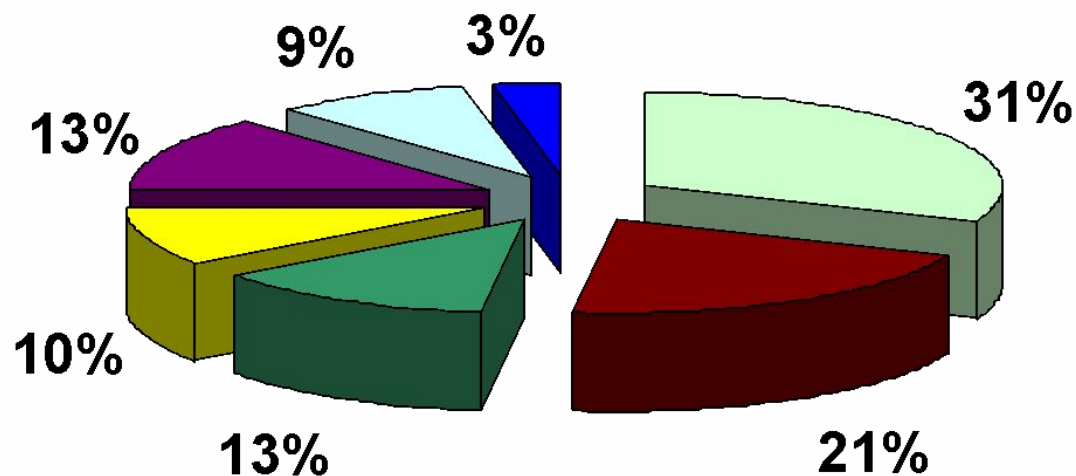
HOTELS OPERATOR



Стильный
АККОРД

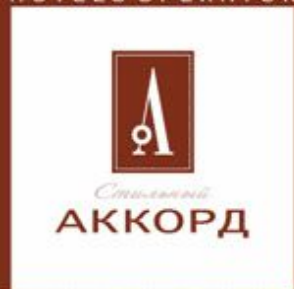
УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ

Структура предпочтений при выборе гостиницы бизнес-туристами



- наличие ресторана
- уровень качества обслуживания
- обстановка комнат
- контингент гостей
- наличие дополнительных услуг
- предшествующий опыт
- безопасность

HOTELS OPERATOR



Стильный
АККОРД

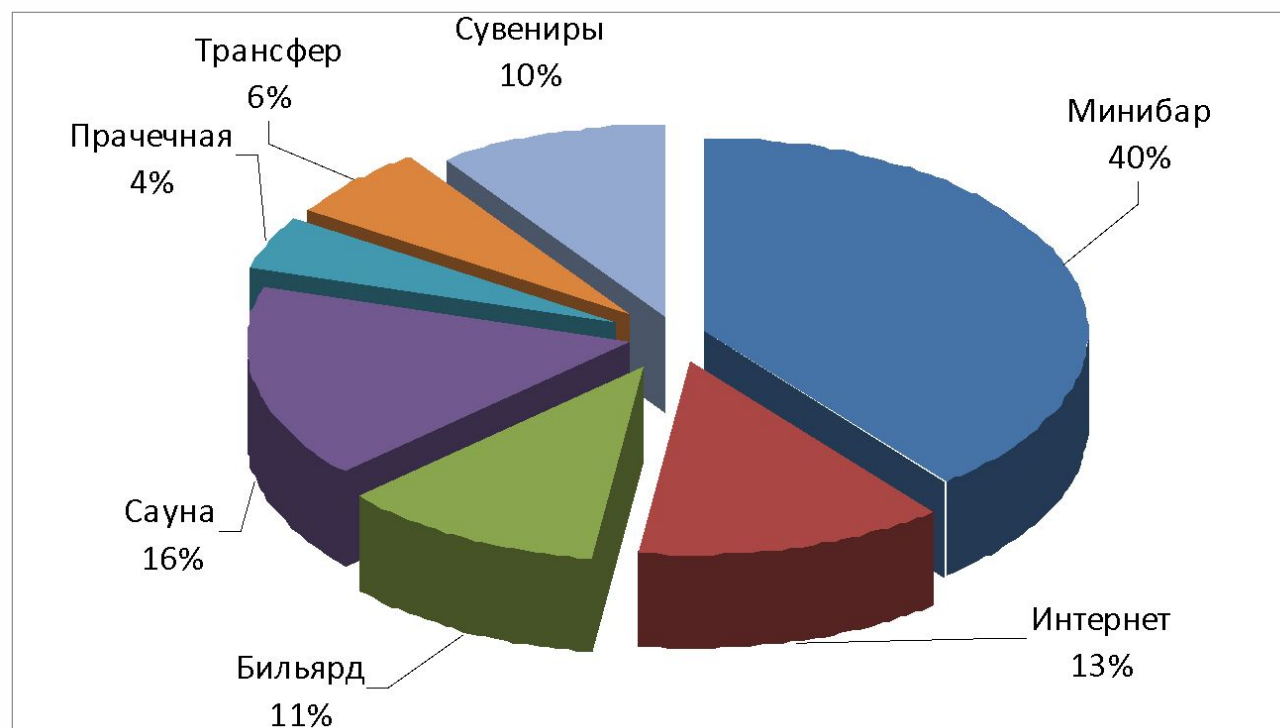
УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ

Анализ востребованности и доходности услуг гостиницы со стороны бизнес-туристов

HOTELS OPERATOR

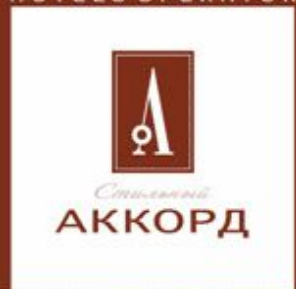


УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ



Каковы основные особенности современного гостя?

HOTELS OPERATOR



УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ

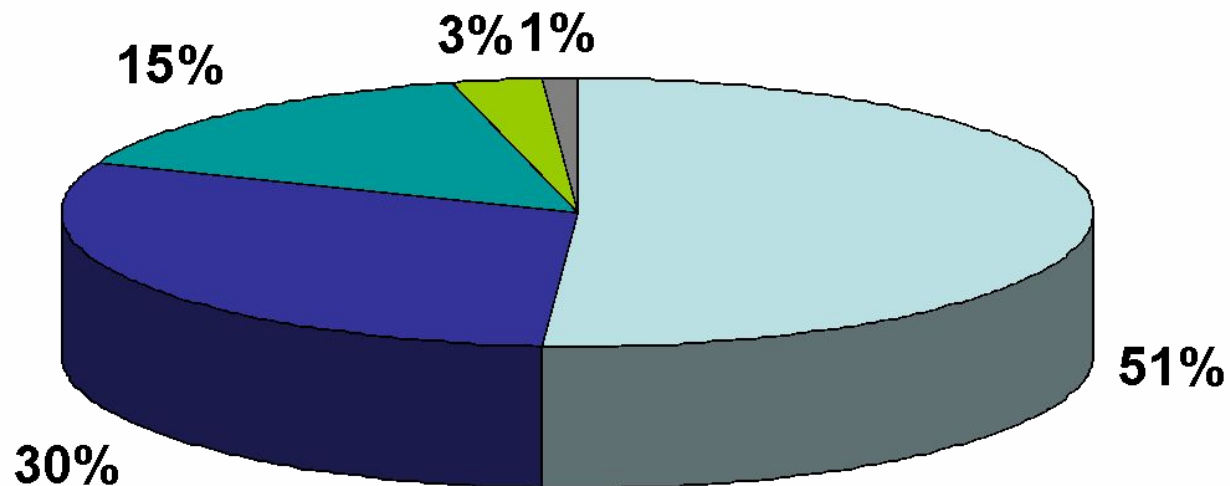
**Стремление к
здоровому
образу жизни**

**Потребность в
безопасности**

**Отсутствие
свободного
времени**

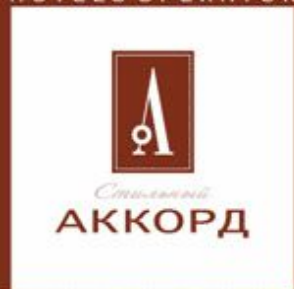
**Необходимость в
получении
большого
количества
информации**

Источники резервирования



- самостоятельно
- через секретаря или помощника
- коммерческое агентство путешествий
- собственное агентство компании
- другие

HOTELS OPERATOR



Стильный
АККОРД

УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ

Неудовлетворенность бизнес-туристов имеющейся гостиничной базой

HOTELS OPERATOR



УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ

- 1) Качество сервиса
- 2) Отсутствие необходимых современному человеку, привычных дополнительных услуг (либо материально-технической основы для их получения)
- 3) Завышенные цены, несоответствие уровня качества обслуживания и цен

Сначала продукт, потом продвижение!

Проблемы управления качеством гостиничного продукта

1. **Дискретность производства и целостность потребления гостиничного продукта**
2. **Изменяемость качества во времени**
3. **Относительность восприятия качества**
4. **Участие гостя в производстве**

HOTELS OPERATOR



Стильный
АККОРД

УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ

Направления работы с внешним окружением

Конкуренты

Какие бывают конкуренты?

На основе чего мы конкурируем?

Какую пользу мы можем извлечь из конкуренции?

1. Работа с существующими конкурентами. Изучение:

- ценовой политики
- договорной политики и работы с посредниками
- особенностей продукта – конкурентов
- сильных и слабых сторон

Программа «таинственный гость» для конкурентов

2. Изучение тенденций развития рынка, работа на опережение появляющихся новых конкурентов

Найдите 10 отличий от конкурентов и придерживайтесь их при ведении боевых действий в конкурентной борьбе

HOTELS OPERATOR



Стильный
АККОРД

УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ

Анализ конкурентной среды как возможность сравнить себя с конкурентами марки

**Для повышения эффективности
работы с ближайшими
конкурентами необходимо создание
системы сбора и анализа
маркетинговой информации,
позволяющей держать руку на
пульсе конкурентной борьбы**

HOTELS OPERATOR



Стильный
АККОРД

УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ

Поставщики

Только качественная продукция и услуги могут помочь в конкурентной борьбе.

Необходимо формировать правила и условия работы с поставщиками на основе изучения новых технологий, новых форм работы, изменения потребностей гостя

HOTELS OPERATOR



Стильный
АККОРД

УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ

Новая эра интернета – формирование каждым пользователем информационного пространства

Терминология

GDS – Global Distribution System

CRS - Central Reservation System

ADS (IDS) – Alternate (Internet) Distribution System

PMS – Property Management System

Основная самостоятельная работа с web отеля основана на исследовании информации, которую ищут потенциальные гости, а также на поиске возможностей сокращения времени бронирования, поиска информации и расчетов

HOTELS OPERATOR



Стильный
АККОРД

УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ

HOTELS OPERATOR



УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ

.....?

.....?

.....?

Более подробную информацию Вы можете получить, обратившись
в Управляющую Компанию “АККОРД менеджмент групп”

Москва, проспект Мира, д. 12
электронная почта: info@accordmg.ru

www.accordmg.ru office: +7 495 997 6984