

Guest Connect - brakujące ogniwo efektywnego procesu sprzedaży

Ostatnia dekada była dla branży hotelarskiej okresem dynamicznych zmian. Popularyzacja usług internetowych oraz digitalizacja kanałów sprzedaży stworzyła hotelarzom niezliczone szanse maksymalizacji zysków.

Komercjalizacja usług hotelarskich on-line sprawiła, że proces rezerwacji pokoju hotelowego stał się szybszy, łatwiejszy i wygodniejszy dla użytkowników internetu.

Efektom przeniesienia sprzedaży na platformę on-line było odejście lub znaczne zminimalizowanie wolumenu pracy i czasu, jaki na obsługę gości off-line poświęcić musieli pracownicy hoteli. Jednocześnie sprzedaż on-line przyczyniła się do znacznego średniego wzrostu obłożenia w obiektach hotelowych.

Dotychczas, z powodu braku odpowiednich narzędzi, hotelarze pozbawieni wsparcia w budowaniu strategii sprzedażowych swoje działania skupiali wyłącznie na aspekcie finansowym rezerwacji. Celem nadrzędnym było uzyskanie kolejnych rezerwacji oraz otrzymanie zapłaty zamiast skupianie się na czynniku ludzkim, jakim jest gość hotelu: kim są nasi goście, jaka jest ich historia, jakimi ofertami pobytu są zainteresowani.

Nieświadomi potencjału sprzedażowego, jaki drzemie w marketingu relacyjnym, pracownicy działu rezerwacji zamiast skupiać swoją uwagę na budowaniu silnych relacji z klientami starali się doprowadzić jedynie do finalizacji jednorazowej sprzedaży. Przez brak odpowiedniej strategii oraz narzędzia, które pomogłoby uporządkować w jednym miejscu wszystkie dostępne na temat danego gościa informacje, w ich systemach panował chaos, który potęgowany był postępującą dywersyfikacją kanałów sprzedaży on-line i mnogością źródeł danych.

Hotelarze mają obecnie do dyspozycji szereg narzędzi do sprzedaży internetowej, które automatyzują ich pracę, np. channel manager, służący do sprzedaży przez pośredników takich jak Booking.com Expedia, HRS, oraz silniki rezerwacyjne (booking engine) do sprzedaży przez własną stronę internetową. Natomiast sprzedaż bezpośrednia kanałami tradycyjnymi takimi jak e-mail, czy telefon nastęcza pracownikom hotelu wielu trudności. Tymczasem goście oczekują takiej samej szybkiej i efektywnej obsługi, do której przyzwyczaili ich internet.

W branży tak konkurencyjnej jak hotelarstwo celem pracowników jest nie tylko maksymalizacja sprzedaży, ale również oferowanie jak najlepszych warunków pobytu. W trakcie dnia wypełnionego zadaniami często zdarza się, że nie są w stanie podejść do telefonu czy odpisać na wiadomość na czas. Rozmawiając z gościem, odprowadzając go do pokoju, nie mogąc obsłużyć połączeń przychodzących czy nie będąc w stanie dobrać dla dzwoniącego klienta odpowiedniej, spersonalizowanej oferty, notorycznie tracą szanse sprzedażowe.

Profitroom, we współpracy z hotelarzami, postanowił wyjść naprzeciw ich problemom i wymaganiom gości. Stworzył narzędzie, które służyć ma jako pomoc administracyjna, sprzedażowa i marketingowa w jednym. Efektem wielomiesięcznych testów i badań jest Guest Connect - innowacyjny produkt posiadający cechy klasycznego systemu CRM, stworzony w celu zredukowania ilości „uciekających” szans sprzedażowych, maksymalizacji efektywności sprzedaży i minimalizacji czasu potrzebnego na obsługę nawet najbardziej wymagającego gościa. Produkt, który dzięki swojej funkcjonalności jest w stanie nie tylko uporządkować oraz rozszerzać bazę informacji o gościach i potencjalnych klientach, ale również monitorować i zarządzać sprzedażą bezpośrednią na wszystkich jej etapach.

Czym jest Guest Connect?

Guest Connect jest poniekąd „asystentem” i dopełnieniem funkcjonalności Upper Booking Engine: dzięki możliwościom, jakie prezentuje, pozwala wykorzystać wszystkie szanse sprzedażowe, a potencjalnych klientów przekształcić w gości, którzy dokonują rezerwacji w hotelu.

Celem działań Guest Connecta i tym, co wyróżnia go na tle innych systemów CRM, jest m.in. możliwość stworzenia centralnej bazy danych i segmentacja gości. System zdolny jest do budowania profilu gościa, bazując na jego poprzednich doświadczeniach, zachowaniu na stronie internetowej i jego preferencjach. Dzięki wysyłce spersonalizowanych ofert sprzedażowych już w trakcie prowadzenia z klientem rozmowy telefonicznej klienci zostają obsłużeni tak jak lubią najbardziej: szybko i sprawnie, otrzymując jednocześnie to, na czym zależy im najbardziej.

Dzięki pełnej integracji ze wszystkimi produktami Profitroom hotelarz zyskuje pełną informację na temat gościa, jest w stanie prowadzić efektywną komunikację przed- oraz posprzedażową, dzięki czemu maksymalizuje szanse na dokonanie kolejnych rezerwacji w hotelu i zbudowanie opartej na zaufaniu relacji z lojalnym klientem.

Guest Connect to narzędzie stworzone tak, by sprostać potrzebom zarówno hotelarza, jak i klienta finalnego. Proces tworzenia został oparty na wielomiesięcznych badaniach rynku, takich jak mystery shopper. Hotelarze poddani byli eksperymenci, podczas gdy nasi eksperci dzwoniли do nich,

podając się za potencjalnego klienta zainteresowanego pobylem w hotelu i proszĄcego o ofertę. Wyniki potwierdziły jedynie koniecznořć stworzenia narzędzia, które w prosty i intuicyjny sposób pomogłoby rozwiązać problemy, z jakimi boryka się recepcja: brak czasu czy brak personelu będącego w stanie obsłużyć wszystkich gości na czas i w sposób satysfakcjonujący.

Tajemniczy klient prowadzący w hotelach audyty wewnętrzne, prosząc o wysłanie oferty odpowiadającej jego oczekiwaniom, otrzymywał je średnio po kilku godzinach, a nawet dniach. Większość z nich to były oferty ogólne lub po prostu cennik hotelowy. Dodatkowym spostrzeżeniem był fakt, że dział rezerwacji potrzebował stosunkowo dużo czasu, by przeprowadzić kalkulację ceny (szczególnie w resortach oraz w przypadku, gdy klient poprosił o stworzenie kalkulacji dla pobytu rodzin z dziećmi), rozmowa sprzedażowa prowadzona była w sposób niewłaściwy lub nieoptymalny, klient nie otrzymał propozycji dokonania rezerwacji wstępnej, a po wysłaniu oferty hotelarze praktycznie nigdy nie kontaktują się z gościem ponownie (np. nie wysyłane były żadne wiadomości „follow up”). Wyniki przeprowadzonego badania pozwoliły zlokalizować problem oraz znaleźć odpowiednie rozwiązanie.

Cechy i korzyści płynące z korzystania z Guest Connect CRM

Guest Connect to jedyny taki system, który pozwala na zgromadzenie wszystkich szans sprzedażowych i wykorzystania ich potencjału - praktyczne i łatwe w użyciu narzędzie dla działu rezerwacji oraz recepcji.

Dzięki pełnej integracji ze wszystkimi produktami Profitroom, system już od samego początku posiada dużą ilość informacji, dzięki czemu hotelarze nie muszą poświęcać czasu na budowanie bazy kontaktów, a wszystkie cenne dane z punktu widzenia sprzedaży hotelu dostępne w jednym miejscu.

Kontakty w bazie tworzą się i rozszerzają automatycznie, co gwarantuje oszczędność czasu, energii pracowników oraz redukuje szansę popełnienia błędów i wprowadzenia chaosu do systemu.

System obsługuje wszystkie kanały sprzedaży on-line i off-line, takie jak strona WWW, OTA, sprzedaż telefoniczna, mailowa, wiadomości spływające do systemu przez formularz kontaktowy ze strony internetowej hotelu. Dzięki sprawności i szybkości systemu hotelarz jest w stanie wysłać profesjonalną i spersonalizowaną ofertę jeszcze podczas rozmowy z potencjalnym klientem.

System automatycznych follow-upów pozwala na śledzenie zachowania i motywowanie gościa do podjęcia decyzji o skorzystaniu z oferty. Gość otrzymuje maile zachęcające go ponownie do finalizacji zakupu w momencie wyrażenia zainteresowania ofertą, następnie wysyłany jest follow-up e-mail

oraz expire soon e-mail. O momencie wysyłki decyduje hotelarz, który jest w stanie samodzielnie modyfikować ustawienia modułu wysyłki.

Dzięki sales automation system oraz personalnej formie wysyłanej oferty gość zyskuje wrażenie, że nie jest jednym z wielu potencjalnych klientów, ale kimś ważnym, a hotelarz przywiązuje dużą wagę do jego potrzeb i wymagań. Guest Connect pozwala również na skuteczną komunikację posprzedażową: wysłanie maila z podziękowaniem za pobyt, prośbę o pozostawienie opinii czy wysyłanie newsletterów z kodami promocyjnymi.

Posiadając dostęp do bazy nie tylko potencjalnych klientów, ale i gości, którzy w przeszłości skorzystali z oferty hotelu, system jest w stanie skategoryzować leady - czyli zapytania wpływające od osób zainteresowanych naszą ofertą. Dzięki rozbudowanemu profilowi, który tworzony jest dla każdego potencjalnego klienta oraz gościa, hotelarz jest w stanie przeanalizować ruchy danej osoby nawet do roku wstecz, zobaczyć, przez jaki kanał dokonał rezerwacji, jakimi ofertami specjalnymi interesował się, i zaproponować mu coś, co sprostą jego wymaganiom.

Kolejną funkcjonalnością systemu jest możliwość dokonania rezerwacji wstępnej przez pracownika działu rezerwacji, która umożliwi zabukowanie na krótki czas dostępności pokoju na konkretny termin w konkretnej ofercie. Dzięki automatyzacji systemu gość w ciągu kilku minut otrzymuje e-mail ze wstępnym potwierdzeniem rezerwacji oraz możliwością dokonania bezpiecznej płatności drogą on-line, która radykalnie skraca czas blokowania pokoju w trybie oczekiwania na dokonanie wpłaty przelewem tradycyjnym.

Hotelarz korzystający z systemu Guest Connect posiada również dostęp do statystyk, gdzie może monitorować postępy związane z wysyłką ofert (m.in. ile ofert oraz wiadomości „follow-up” i „expire soon” zostało wysłanych w wybranym przedziale czasowym). Najważniejszy raport pokazuje wymierną efektywność narzędzia: ile szans sprzedażowych zakończonych zostało sukcesem, o jakiej wartości i z jakich źródeł tę sprzedaż udało się pozyskać. Dodatkowo, widoczne w systemie statystyki pozwalają na monitorowanie postępów pracowników recepcji, dzięki możliwości stworzenia dodatkowych profili użytkowników Guest Connect.

Dlaczego właśnie Guest Connect?

„Wyróżnij się albo zgiń” - to motto, które przyświeca większości przedsiębiorców. Hotelarze, dostrzegając na każdym kroku szanse sprzedażowe, starają się podkreślić to, co ich wyróżnia na tle konkurencji, wiedząc, że właśnie to wzmocni ich pozycję na rynku oraz pozwoli na optymalizację procesu sprzedaży. Dlatego pojawił się pomysł stworzenia systemu wsparcia.

Efektom prac okazał się Guest Connect - narzędzie, które w kompleksowy sposób pozwoli zwiększyć stopę konwersji, zwrotu z inwestycji, zbudować bazę lojalnych klientów oraz monitorować i zarządzać procesami sprzedażowymi oraz marketingowymi na każdym kroku. To narzędzie, które zmaksymalizuje i w pełni wykorzysta wszystkie szanse sprzedażowe oraz wesprze ich proces tak, by doprowadzić do znacznego wzrostu poziomu sprzedaży bezpośrednio.

Dzięki pełnej integracji z pozostałymi narzędziami Profitroom (takimi jak Upper Booking Engine, channel manager, oraz stronami internetowymi) hotelarz jest w stanie zebrać wszystkie cenne dla niego informacje dotyczące sprzedaży za pośrednictwem wszystkich kanałów sprzedaży, zarówno on-line jak i off-line.

Profitroom to firma z wieloletnim doświadczeniem w branży hotelarskiej, która skupia się na dostarczaniu najlepszych jakościowo rozwiązań hotelarzom na całym świecie. Dzięki silnym relacjom z wieloletnimi klientami, analizie ich wyników oraz potrzeb eksperci czuwający nad rozwojem produktów byli w stanie stworzyć produkt dedykowany stricte tej grupie zawodowej, wiedząc, że w pełni sprostają ich wymaganiom, zapewnią wsparcie oraz pozwolą na zdiagnozowanie potencjału sprzedażowego po to, by za pomocą w pełni zautomatyzowanego procesu sprzedażowego osiągnąć najwyższy poziom konwersji na rynku.

Pomimo niedawnej premiery produktu system zdołał już zyskać swoich zwolenników i zebrać pozytywne opinie od ekspertów z branży hotelarskiej, którzy podkreślają znaczenie systemu Guest Connect. Zadaniem systemu jest wsparcie revenue managerów, dyrektorów, menedżerów hotelu i odciążenie ich w codziennych obowiązkach oraz dzięki swoim funkcjonalnościom zastąpienie ich w procesie planowania, organizowania czy kontroli procesów sprzedażowych i ich efektów.

Warto jednak pamiętać, że to gość i jego potrzeby powinny być dla hotelarza priorytetem. Guest Connect jest również narzędziem wsparcia tej relacji z klientami hotelu. Dzięki zautomatyzowanym procesom pozwala na lepsze zarządzanie czasem i na to, na co bardzo często brakuje czasu - budowanie trwałych relacji z gościem.

Źródło: bizneshotel.pl, data dostępu: 08.06.2017