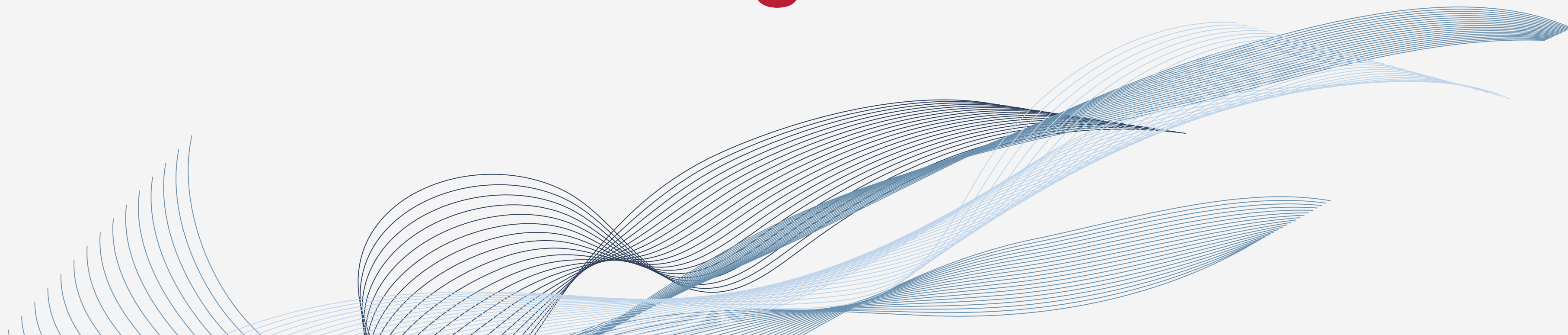
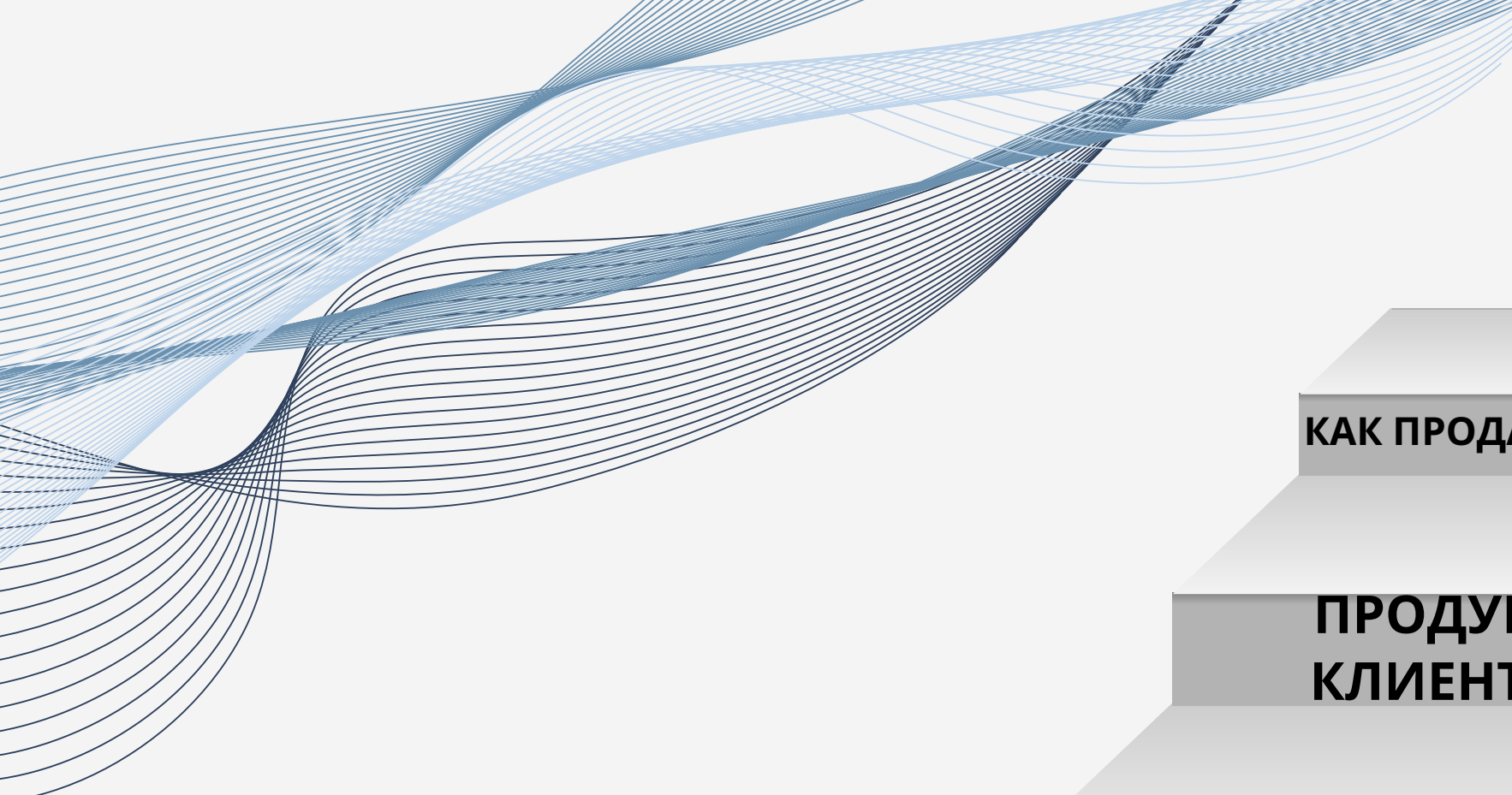




Как правильно выстроить политику продаж и повысить доходность, с помощью аналитики в **Logus HMS**

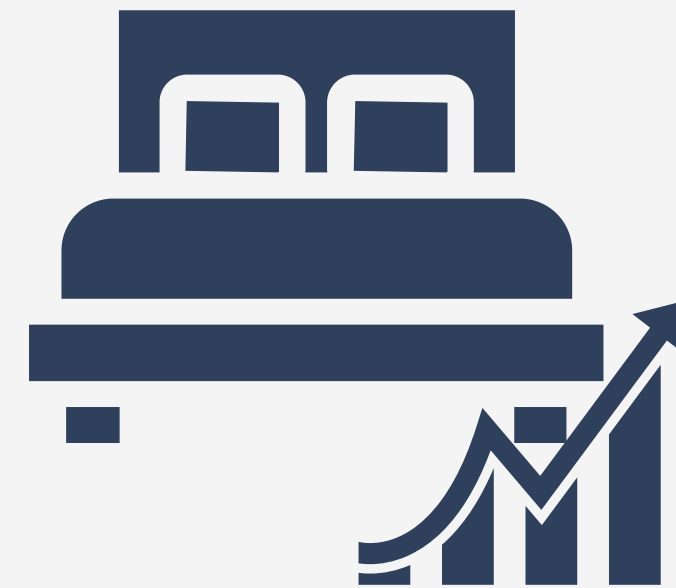




ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ



~~МОНО ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ~~



МУЛЬТИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ
повышает среднюю длительность заезда
гостя (%) – Увеличивает среднее количество
человек в номере

НА ЧЕМ МОЖНО ЗАРАБОТАТЬ?



ГОРОДСКОЙ ОТЕЛЬ



ADR



КУРОРТНЫЙ ОТЕЛЬ



REVPAC



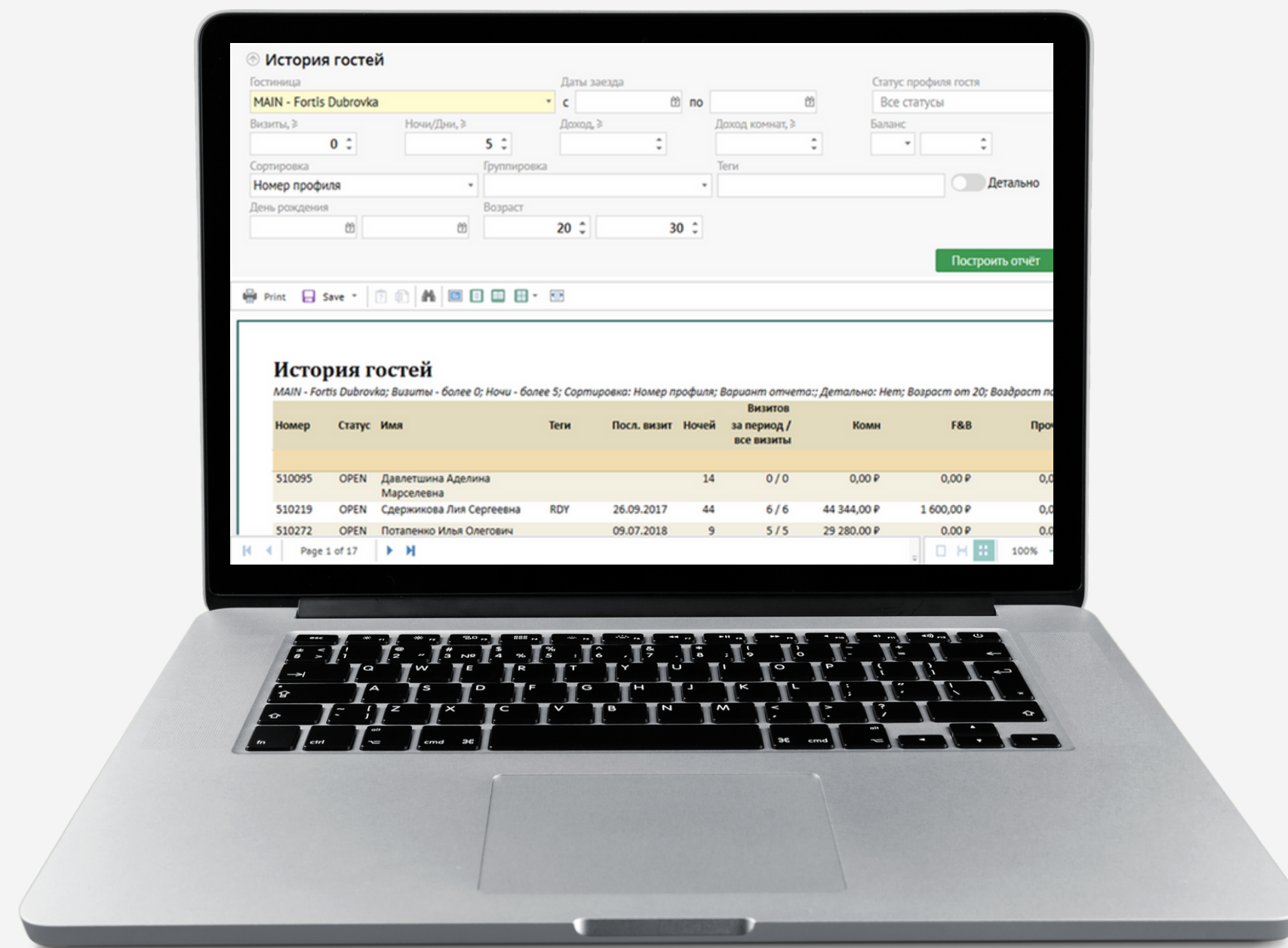
КЛИЕНТСКИЕ СЕГМЕНТЫ

- % ПОСТОЯННЫХ ГОСТЕЙ?
- КАК НАС БРОНИРУЮТ И ПО КАКОЙ ЦЕНЕ?
- СКОЛЬКО ТРАТЯТ ДОПОЛНИТЕЛЬНО (ADR, REVPAR)
- КАК УЗНАЮТ О НАШЕМ ОТЕЛЕ?
- ОТКУДА К НАМ ПРИЕЗЖАЮТ ГОСТИ?
- КАКОВА ГЛУБИНА БРОНИРОВАНИЯ НОМЕРОВ В РАЗЛИЧНЫЕ ПЕРИОДЫ?
- СКОЛЬКО ЧЕЛОВЕК ПРОЖИВАЕТ В НОМЕРЕ?
- КАКОВА СРЕДНЯЯ ДЛИНА ПРОЖИВАНИЯ ГОСТЯ?



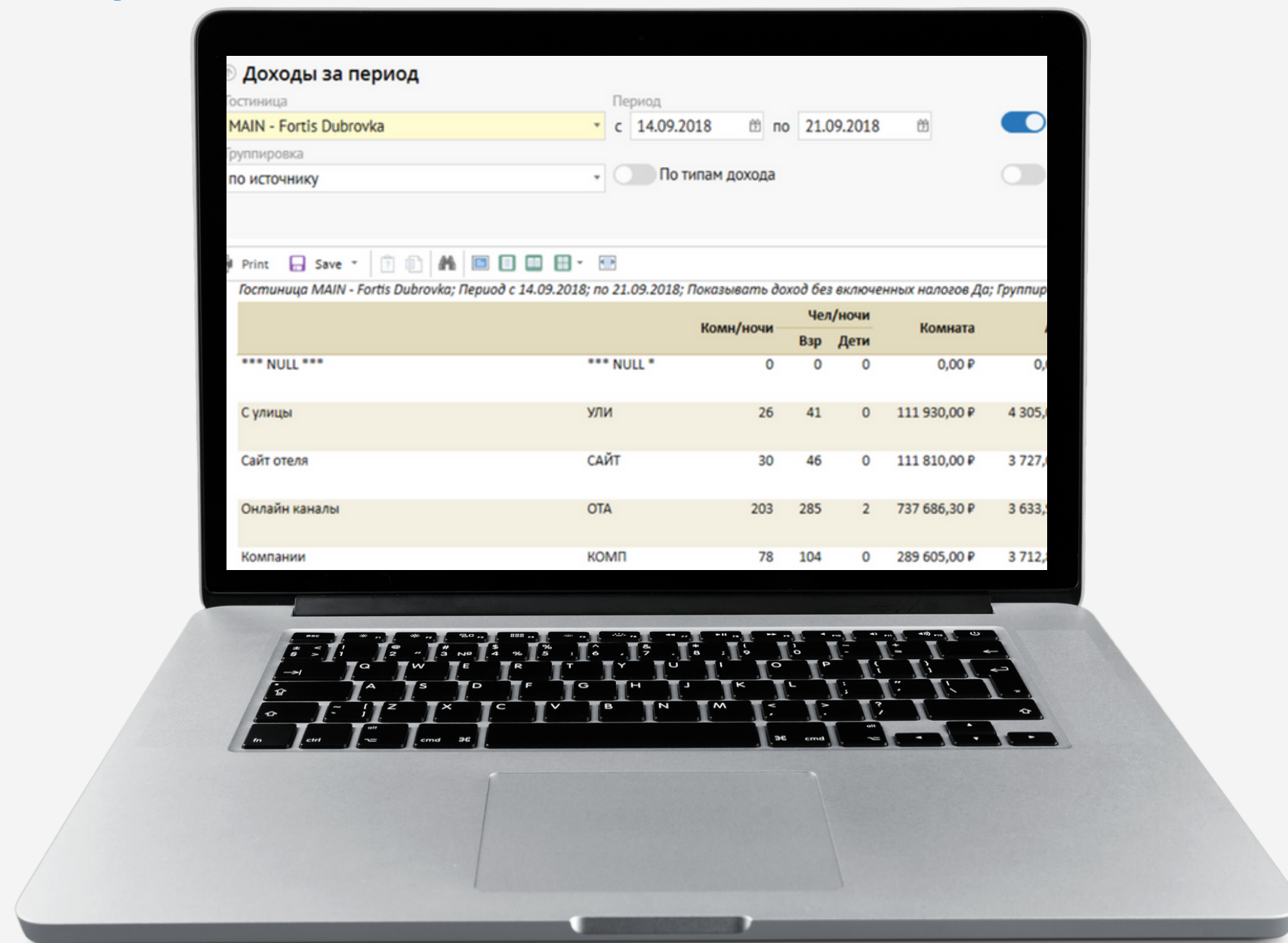
В ОСНОВЕ CRM-СТРАТЕГИИ ЛЕЖИТ БАЗА ДАННЫХ И СТАТИСТИКА

**% ПОСТОЯННЫХ ГОСТЕЙ? КТО
ЯВЛЯЕТСЯ ПОСТОЯННЫМ ГОСТЕМ?**





КТО ВАШ ГОСТЬ? СОБИРАЕМ СТАТИСТИКУ



КАК НАС БРОНИРУЮТ И ПО КАКОЙ ЦЕНЕ?



КТО ВАШ ГОСТЬ? СОБИРАЕМ СТАТИСТИКУ

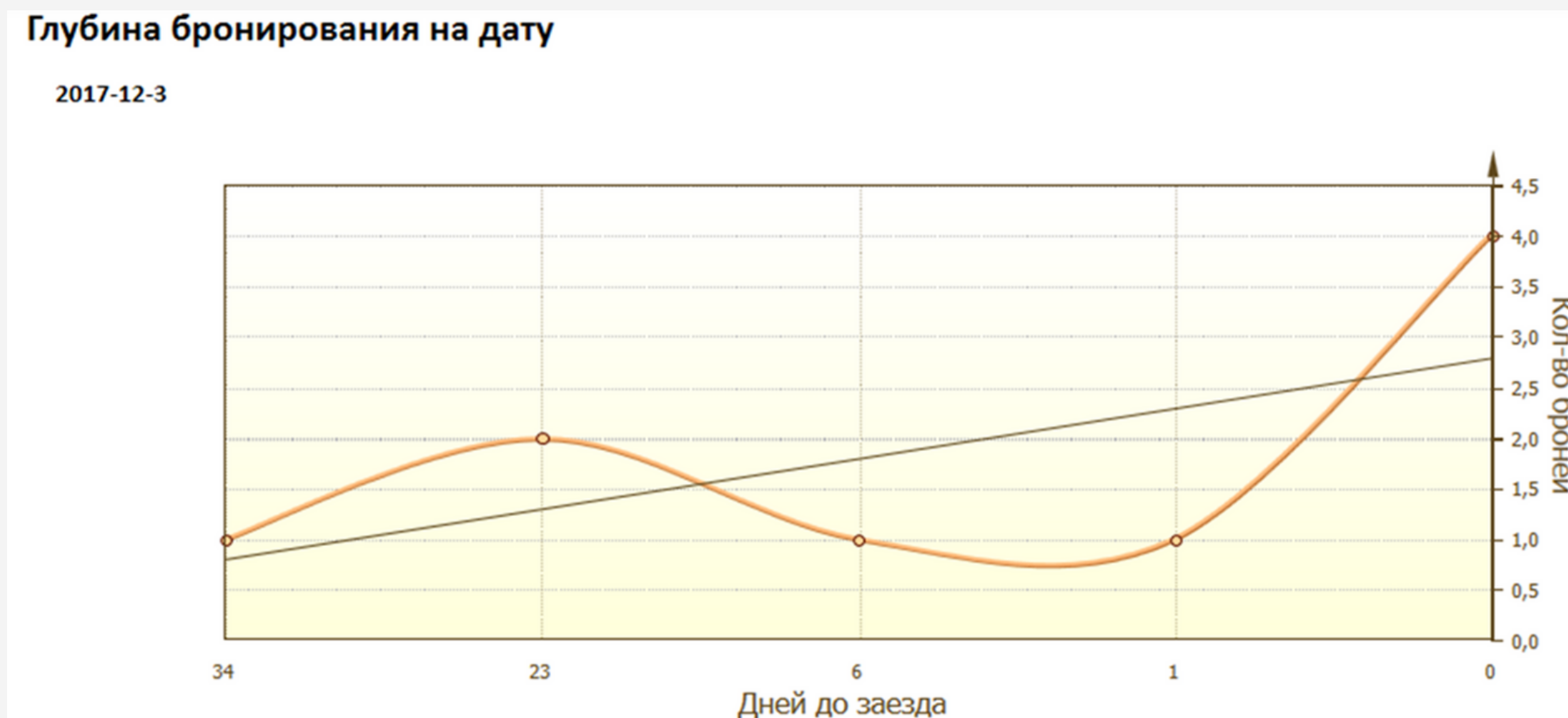
Проживает гостей	69
Взр	69
Дети	0
ADR без учета служебных	3 878,91 ₽
ADR без учета служ. и льготн.	3 952,10 ₽
ADR (средний отпускной тариф)	3 878,91 ₽
RevPAR (Средний доход на комнату)	3 173,66 ₽
RevPAC (Средний доход на гостя)	3 345,76 ₽
Среднее кол-во гостей на комнату	1,2778
Заезд (комнаты)	23

- КАК УЗНАЮТ О НАШЕМ ОТЕЛЕ?
- ОТКУДА К НАМ ПРИЕЗЖАЮТ ГОСТИ?
- СКОЛЬКО ЧЕЛОВЕК ПРОЖИВАЕТ В НОМЕРЕ?
- КАКОВА СРЕДНЯЯ ДЛИНА ПРОЖИВАНИЯ ГОСТЯ?
- СКОЛЬКО ТРАТЯТ ДОПОЛНИТЕЛЬНО (ADR, REVPAR)

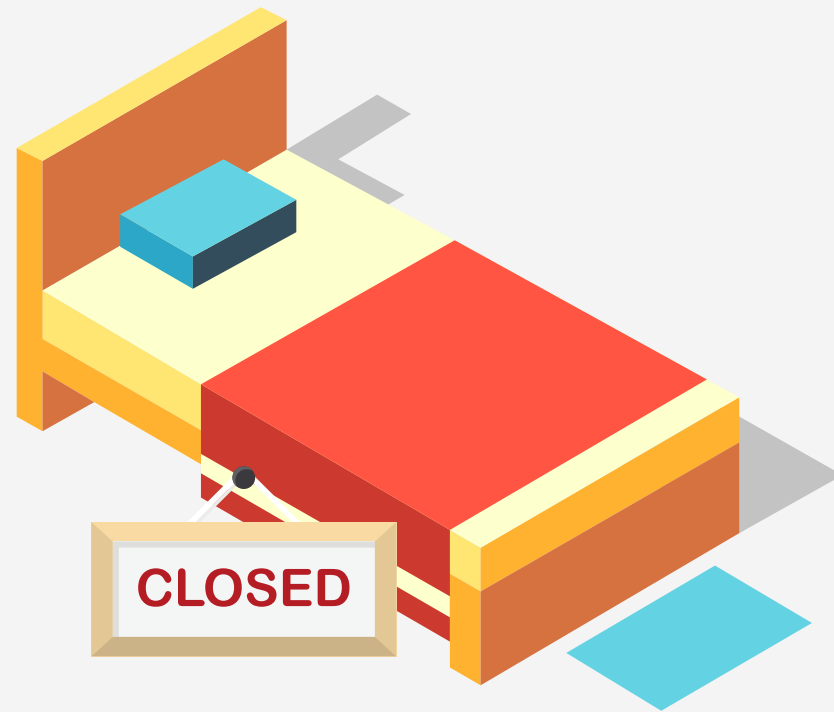


КТО ВАШ ГОСТЬ? СОБИРАЕМ СТАТИСТИКУ

КАКОВА ГЛУБИНА БРОНИРОВАНИЯ НОМЕРОВ В РАЗЛИЧНЫЕ ПЕРИОДЫ?



ОСНОВНОЕ ПРАВИЛО **REVENUE MANAGEMENT** – ЗАРАБАТЫВАЙ НА СПРОСЕ



Конечность товара во времени.
Номер, который может
быть занят сегодня
нельзя продать завтра



Один и тот же товар
можно и нужно продавать
по разным ценам в зависимости
от спроса (сезонность) и потребностей клиентских
сегментов (пакеты, спецпредложения)

***REVENUE MANAGEMENT, YIELD MANAGEMENT – УПРАВЛЕНИЕ ДОХОДОМ – ПРОДАЖА НУЖНОЙ КОМНАТЫ НУЖНОМУ ГОСТЮ
В ПРАВИЛЬНЫЙ МОМЕНТ ПО ПРАВИЛЬНОЙ ЦЕНЕ ПОСРЕДСТВОМ НУЖНОГО КАНАЛА ПРОДАЖ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ БОЛЬШЕГО
ДОХОДА.**

ДИНАМИЧЕСКОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ



**ВАША ЦЕНА ЗА НОМЕР В ДАННЫЙ
МОМЕНТ ЗАВИСИТ ОТ:**



ЗАГРУЗКИ ВАШЕГО ОТЕЛЯ



**ВЫПОЛНЕНИЯ ПЛАНА ПО ДОХОДАМ
НОМЕРНОГО ФОНДА (REVPAR)**



**ЦЕН КОНКУРЕНТОВ В ДАННЫЙ
МОМЕНТ**

КАНАЛ ПРОДАЖ



**ИЗУЧИВ ОСНОВНЫЕ
КЛИЕНТСКИЕ СЕГМЕНТЫ, МЫ
ПОНИМАЕМ, КАК
КОММУНИЦИРОВАТЬ С ГОСТЕМ**



**ГОСТЬ ВИДИТ НА ЭКРАНЕ СВОЕГО
КОМПЬЮТЕРА ТУ ЦЕНУ ЗА НОМЕР, ПО
КОТОРОЙ ВЫ ХОТИТЕ ЕМУ ПРОДАТЬ
ЕГО В ДАННЫЙ МОМЕНТ.**

АВТОМАТИЗАЦИЯ

МИНИМИЗИРУЕТ КОЛИЧЕСТВО СОТРУДНИКОВ И ОШИБОК, СВЯЗАННЫХ
С ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ ФАКТОРОМ.



Logus HMS - мощный
инструмент аналитики



CRM (АМО, BITRIX 24)



METABASE

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Елена Марченко

+7 905 504-34-40
emarchenko@lihotec.com

+7 495 787 22 15
www.librahospitality.com
www.logus.pro
sales@logus.pro

