1. Предложение

При помощи камер видео наблюдения и ведения “журнала” можно делать предлагать клиентам бонусные карты либо дисконты по их предпочтениям либо частым обстоятельства .

К примеру если клиенты приезжают группой , в командировочных целях более 2х раз, выдавать дисконт на посещения сауны и скидки на барную карту . Либо, (учитывая общие предпочтения ) заселять постояльцев ближе друг к другу , либо делать дисконт на Коттедж 2,3 спальны

Если клиенты приезжают семьей (т. е с детьми ) , также более 2х раз , выдавать бонусные карты / дисконт на посещение катка при условии , что билеты купит каждый член семьи .

Если клиенты приезжают одиночно/ парами следует распределять их на возрастные категории ( 18-21 год) , (22-30 ) , ( 31-45 ) , (45+)  
 \*При постоянном посещении клиентами 18-21 год как правило следует делать ставку на предпочтения в сторону горнолыжных развлеченийа так же ресторана и алкогольных напитков . Т.Е к примеру , помимо скидки в 10% на разовое пополнение баланса для оплаты в баре от суммы (которая будет на 30-35%) выше, чем средний чек оплаты того же кол-ва людей за тот же срок проживания , до (20%) на чек, который будет выше на 40+ % выше чека на то же кол-во людей , с теми же сроков проживания. Можно добавить приоритет к заселению ближе к горнолыжным развлечениям .

\*При постоянном посещении клиентами 22-30 лет , стоит уделять внимание посещения ресторана , и учета вкусовых приоритетов гостей , т.е, расположение ближе к ресторану и также добавление скидочной карты при разовом пополнение баланса на сумму выше 40% среднего чека на коже кол-во людей для того же срока проживания.

\*При посещении людей 31-45 лет делать учет на посещение парной и финской сауны , так же вводить бонусные минуты при превышении среднего времени на то же кол-во людей при том же времени проживания .

\* При посещении людей 45+ лет стоит уделять внимание сугубо личным предпочтениям и учитывать , что эта категория в среднем более платежеспособней остальных ( стоит задуматься о внесении “ Пакетов услуг “ за которые при превышении средней нормы , будет выдаваться скидка

Также возможно имеет смысл вносить скидки для оплаты наличными ( При оплате через терминал в основном берется больший процент )

2 . Метрики

1)

Отдых (Сауна, парная , бассейн)

Тщательное слежение за временем освобождения помещения до прихода другого клиента (Основная проблема саун, бассейнов, парных и т.д – задержка, не соблюденеи времени бронирования

а) метрикой будет время от завершения бронирования , до , освобождения помещения

b) Показатель в норме , когда он будет не более 10 минут

c)Более 10 минут - не в норме

(Самое простое решение – не составлять план бронирования вплотную, оставляя не менее 20-30 минут между бронями . Это немного уменьшит кол-во оплаченых часов помещения , но , в разы повысит удобство как для посетителей, так и для персонала )

2)

Зона барбекю   
Важно, чтобы зона была готова точно к времени гостей ( Выполнены все договоренности гостей , если такие были ) Т.Е разоженны угли , чистая готовочная поверхность, сама зона барбекю . Если отель предоставляет свою продукциюдля приготовления - так же долго быть все своевременно

а) метрикой будет время от ожидание гостя по бронированию до полных выполненных договоренностей

b) норма будет >5 минут ожидание гостя

с) при неуспевании , невозвожности выполнить догвооренности предоставить клиенту бонус/ скидку

3)

Персонал

Ввести рейтинг персонала по его специальностям , при этом выведя среднии показания нарушений/штрафов в своей сфере . Это поможет повысить конкуренцию и успеваемость среди персонала. Лучшему работнику давать бонус , который вычитается с худшего работника, при условии , что он превысил норму нарушений в его специальности

a) Метрикой будет выступать превышение нарушений в % от нормы

b) При превышении на менее 20% от средне выведенной нормы – метрика в норме

с) При превышении более чем на 20% от нормы – метрика не в норме ( карается штрафом от месячной зп)

(при вычета штрафа у сотрудника-аутсайдера эти деньги можно прибавлять либо лучшему сотруднику , либо по процентно в зависимости от заслуг )

Это повысит стимул работать без ошибок для работниковы низшего ранка, а так дже повысит продуктивность лучших работников

4)

Клиент

Ввести 100 бальную шкалу репутации гостя на основе потраченных им денег и отзывов от самих работников . На основе этой репутации , при решение двухсторонних обстаятельств делать выбор в сторону гостя ( При идеальной репутации )

а) Метрика будет от 80 до 100 баллов – в норме

б ) при метрике от 50 до 80 баллов –среднее значение

в) при метрике ниже 50 баллов делать вывод не в сторону клиента

5)

Заселение

При заселении важно , чтобы гость получал сразу номер, при соблюдении условий заселения , без ожидания на уборку, освобождения старыми постояльцами и т.д .

Это крайне негативно сказывается на репутацию отеля

а) метрика– до 15 минут в норма ( время на заполнение документов на заселение , перенос багажа в номер )

b) более 15 минут без влияния причины постояльца – метрика не в норме

c) При возникновении проблем с номеров , времени заселения , и при наличии свободных номеров той же ценовой категории и тех же характеристик – стоит предложить постояльцу заселиться туда