

به نام خدا



فاز اول پروژه آزمایشگاه پایگاه داده

حدیث غفوری (9825413)

موضوع انتخابی: دیتابیس هتل ها

توضیحات و نیازها

پایگاه داده مشتریان یکی از حیاتی ترین جنبه های یک هتل برای داشتن بازاریابی موثر و حفظ استاندارد است. اطلاعاتی مانند اطلاعات جمعیتی، رفتارهای خرید و ترجیحات خرید، می تواند بازاریاب ها را برای توسعه استراتژی هایی راهنمایی کند که تبدیل های بالاتری را در کمپین هایشان ایجاد کند. برای ارایه خدمات مناسب به مشتری ها باید داده های مرتبط به آنها تحلیل شود در نتیجه باید این داده های ابتدا در جایی ذخیره شوند که بهترین و بهینه ترین راه استفاده از پایگاه های داده است.

مزایای استفاده از دیتابیس ها و تحلیل داده ها

بازاریابی هدفمند و هدف گذاری مجدد

اکثر هتل ها از اطلاعات قبلی در مورد مشتریان خود برای کمک به درک بهتر مشتری در سطح فردی استفاده می کنند. مشتریان هتل، هر کدام شرایط و ویژگی های منحصر به فردی دارند. هتل ها مشتریانی را از مسافران تجاری گرفته تا خانواده هایی که با بودجه کم کار می کنند و کسانی که به دنبال چیزی خاص برای سفرهایشان هستند جذب می کنند. علاوه بر کمک به مدیریت مالی هتل، داده ها همچنین می توانند به افرادی که در بخش بازاریابی هستند کمک کند تا محتوای بازاریابی خود را به طور مؤثرتری هدف قرار دهند.

بازاریابی شخصی

یکی از مهمترین مزایای نگهداری پایگاه داده مشتری این است که به ایجاد بازاریابی شخصی کمک می کند. با حفظ اطلاعات شخصی هر مشتری، شرکت ها می توانند به راحتی مشتریان قبلی را با پیشنهادات جدید خود با ارسال پیشنهادات جدید بر روی تلفن یا ایمیل های ذخیره شده در پایگاه داده، به روز کنند. به ویژه، این امکان وجود دارد که افراد را با نام مورد خطاب قرار دهید و برای افرادی که شرایط خاصی را برآورده می کنند، ایمیل ارسال کنید و پیام را مرتبط تر و معنادارتر می کند.

بازاریابی ایمیلی

یک قانون موثر بازاریابی این است که تا حد امکان به مشتری نزدیک شوید. یکی از مؤثرترین راه ها برای کسانی که در زمینه هتل ها فعالیت می کنند تا از بازاریابی شخصی سازی استفاده کنند، از طریق کمپین های بازاریابی ایمیلی، با هدف دقیق و به روزرسانی مداوم خبرنامه است.

به عنوان مثال، یک هتل می خواهد یک بسته تخفیف ویژه برای جشن تولد ارائه دهد. خوشبختانه هتل یک پایگاه داده مشتریان با تاریخ تولد و ایمیل آنها دارد. سپس هتل می تواند یک الگوی سفارشی ایجاد کند که در روز تولد شخصی برای شخصی ایمیلی ارسال می کند و در صورت تمایل به جشن گرفتن، یک کوپن تخفیف ویژه برای جشن تولدش به او ارائه می کند.

جمعیت شناسی (PMS)

داده هایی مانند سن، مکان و تعداد فرزندان می توانند به بازاریابی و میز پذیرش شما کمک کنند تا توصیه های مرتبط تری ارائه دهند. هر گروه سنی ترجیح غذایی خاصی دارد. خانواده هایی که بچه دارند بیشتر به سمت فست فود سوق داده می شوند. زوج هایی که به تنهایی سفر می کنند توصیه هایی برای مکان های رمانتیک می خواهند. داده های جمعیت شناختی همچنین به شما کمک می کند تا درک کنید که مشتریان اصلی شما واقعا چه کسانی هستند، که ممکن است بر برندسازی و پیام رسانی کلی شما تأثیر بگذارد.

دلیل اقامت

دانستن اینکه آیا مهمانان شما برای کسب و کار، تفریح یا یک جشن در آنجا هستند یا نه، می تواند به شما در سفارشی کردن خدمات و بهبود تجربه مهمان کمک کند. تحویل قهوه تازه دم شده به فردی که در یک سفر کاری در صبح زود اقامت دارد همیشه یک تقویت

کننده خلق و خو است. ارسال تخفیف تابستانی به گروه های مسافرتی در واقع می تواند شانس شما را برای جذب مشتریان بیشتر افزایش دهد. خدمات شخصی یک راه اثبات شده برای ایجاد وفاداری طولانی مدت است.

تجزیه و تحلیل داده های مشتری به هتلداران اجازه می دهد تا ترجیحات و اهداف مشتری را درک کنند.

داده های زمان واقعی و استراتژی های قیمت گذاری هتل

ردیابی داده های real-time برای صنعت هتلداری به طور مستقیم سودآور است. تجزیه و تحلیل الگوهای رزرو، روندهای تقاضا را نشان می دهد که می توانید از آنها برای اجرای قیمت گذاری پویا استفاده کنید. هتل ها همچنین می توانند از داده های real-time برای ایجاد بسته های سفارشی و ارائه آن ها به مشتریان مناسب در زمان مناسب استفاده کنند.

مدیریت کانال های رزرو هتل

هتل ها از کانال های مختلفی مانند آژانس های مسافرتی آنلاین، رزرو مستقیم و رزرو وب سایت رزرو می کنند. تجزیه و تحلیل داده ها در هتل ها، به رسانه های مختلف برای تعیین حجم رزرو دریافتی از هر کانال نگاه می کند. هتلداران می توانند از این اطلاعات برای درک اینکه کدام کانال بیشترین رزرو را دارد و روی کدام کانال باید کار کرد استفاده کنند. این داده ها برای تدوین استراتژی بازاریابی مناسب که به رزرو هتل شما در همه کانال ها رونق مناسبی می دهد، مهم است.

مدیریت موجودی

تجزیه و تحلیل داده ها در هتل ها برای مدیریت موجودی مفید است. با تجزیه و تحلیل داده ها در هتل ها، عرضه خود را از نزدیک پیگیری کنید و روند استفاده را با گذشت زمان شناسایی کنید. این به شما کمک می کند تا تعادل موجودی را حفظ کنید - نه موجودی شما تمام می شود و نه بیش از نیاز می شود. مدیریت موجودی کارآمد نیز برای اجرای موفقیت آمیز استراتژی های قیمت گذاری هتل مفید است.

پیش بینی تقاضا

تجزیه و تحلیل الگوهای رفتار مشتری و داده های real-time می تواند به شما کمک کند تقاضا را با دقت بالاتر پیش بینی کنید. تجزیه و تحلیل پیش بینی تقاضا برای مدیریت درآمد، مدیریت موجودی و اجرای استراتژی های قیمت گذاری پویا مفید است.

موجودیت ها

- مشتریان : این موجودیت مربوط به اطلاعات شخصی مشتریان است شامل نام، نام خانوادگی، شماره ملی و...
- راه ارتباط با مشتری : شماره تلفن، آدرس، ایمیل و...
- اتاق ها : تعداد تخت، درجه کیفیت اتاق و....
- کارمند : اطلاعات شخصی شخص، سمت، حقوق و...
- رزرو : تاریخ رزرو، اطلاعات شخص رزرو کننده، کارمند مربوطه و...
- مالی : میزان تاریخ و زمان دریافت وجه، شخص پرداخت کننده و....
- ارزیابی عملکرد کارکنان
- اطلاعات هتل : نام مدیر، ستاره هتل، آدرس، شهر و