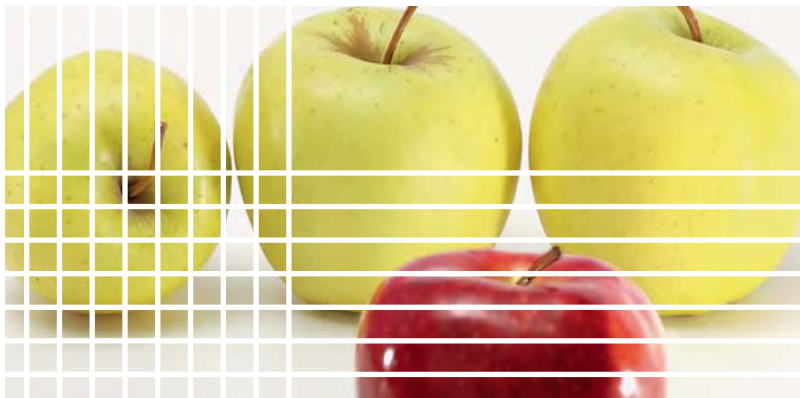


В разговоре о типичных
ошибках в борьбе
за лояльность гостя мы
упомянули аббревиатуру
CRM – программное решение,
позволяющее рассматривать
знания о гостях как
функциональную систему.
Подробнее о том, что такое
CRM, мы попросили рассказать
специалистов компаний,
занимающихся ее разработкой
и продажей.



ЛОЯЛЬНОСТЬ КАК СИСТЕМА

В разговоре приняли участие представители компаний: EDELINK: Татьяна СЕРГЕЕВА, руководитель направления маркетинга; HRS-Системы для гостиниц и ресторанов: Александр ЛЕФЁРОВ, руководитель отдела гостиничных систем Fidelio /модуль CRM в FidelioV8/; LIBRA INTERNATIONAL: Сергей ФОМИН, генеральный директор Libra OnDemand Hospitality CRM; Tillypad XL: Людмила АЛЯМОВСКАЯ, коммерческий директор /решение CRM в системе автоматизации Tillypad XL/.



Что такое Customer Relationship Management, для решения каких задач предназначена программа, какие процессы позволяет автоматизировать?

Edelink. CRM – это инструмент, который помогает в реализации выстроенной программы лояльности отеля по отношению к своим клиентам. Система не существует сама по себе. Это комплекс процедур, направленный на предоставление дополнительного сервиса при безупречном оказании стандартных услуг. Для отеля стандартными будут услуги по проживанию и все связанные с ним процессы – процедуры заселения/выселения, уборка номеров, заявленные дополнительные возможности. Для выстраивания системы лояльности необходимо изучить предпочтения клиентов, а в программе CRM будет храниться эта информация, на основе которой выстраиваются индивидуальные предложения. Информация заносится в единую базу, к которой могут обращаться служащие отеля из разных подразделений – портье, менеджеры по маркетингу, специалисты сервисной службы и т.п.

пример возможностей ПРОГРАММЫ

Edelink. Рассмотрим вариант использования бонусных баллов в цепочке отелей, где есть CRM система, или специальный модуль внутри PMS системы, отвечающий за хранение такой информации. Постоянный или корпоративный клиент пользуется услугами только данной цепочки отелей. На его персональный счет поступают баллы, которые в дальнейшем могут быть использованы для оплаты услуг в том же отеле или в других отелях цепочки. Каждый отель, использующий систему бонусных баллов, может самостоятельно устанавливать политику начисления баллов гостям и определять цены в баллах для оплаты своих услуг.



Принтскрин
экрана демоверсии
программы
Эдельвейс 6.10.00
от компании
Edelink.

HRS. Самый главный человек в отеле – это гость. Только неотступное следование этому правилу может обеспечить безупречную репутацию и прибыльность гостиницы. Модуль CRM позволяет хранить и обрабатывать массу информации, начиная от основных данных (телефон, адрес, день рождения) и заканчивая интересами и предпочтениями гостя: любимые номер, блюдо, газета и т.д.

Основные задачи, которые позволяют решать CRM-системы следующие. Во-первых, ведение базы данных клиентов и контрагентов, с которыми вы работаете, контактных лиц в каждой компании, при этом автоматически формируется статистика доходов, полученных по каждой ком-



«Портрет гостя»
– схема от
компании
Libra Hospitality.

пании и гостя. Во-вторых, ведение истории взаимоотношений, в которой отражаются все «активности» по каждому клиенту. В-третьих, планирование и контроль выполнения различных действий, связанных с той или иной компанией или гостем: можно планировать встречи, переговоры, отправку материалов, отслеживать выполнение этих заданий, видеть историю взаимоотношений с каждым гостем. Сотрудники могут более эффективно планировать свой рабочий день, их руководители могут видеть планы, дополнять и контролировать. В-четвертых, автоматическое формирование списков клиентов по множеству критериев с возможностью последующей рассылки по электронной почте. Например, можно отобрать всех гостей, которые останавливались в отеле более 10 раз, направить им благодарственное письмо и предложить специальные условия на следующее бронирование. Или проинформировать всех постоянных гостей о новом ресторане, или поздравить всех гостей с Новым годом. В-пятых, сформированный список со всеми необходимыми данными можно экспортировать в Word или Excel. В-шестых, система позволяет вести автоматический учет предпочтений гостя: если гость любит определенный номер, тип номера, столик в ресторане, СПА-процедуру – то при бронировании система автоматически предложит именно то, что предпочитает гость.



Принтскрин экрана
с демоверсией
программы
Fidelio V8 от
компании HRS.

В-седьмых, начисление бонусных баллов: вы можете начислять гостю баллы, которые могут быть использованы для оплаты каких-либо услуг, повышение уровня обслуживания, предоставления сертификатов на бесплатный ужин и т.д. В частности, гость может использовать имеющиеся баллы при онлайн-бронировании на сайте отеля. Наконец, в-восьмых, формирование необходимой отелю статистики и отчетности.

Libra Hospitality. CRM – это система, позволяющая обрабатывать большой массив данных о клиентах для наиболее полного понимания и удовлетворения их потребностей и, соответственно, повышения лояльности. Поскольку на привлечение нового гостя уходит в шесть раз больше средств, каждая гостиница сталкивается с необходимостью максимально увеличить базу постоянных гостей. Для чего нужно создать портрет гостя, чтобы знать, какие дополнительные услуги развивать и какие сегменты рынка требуют дополнительного внимания. Гостям начинает надоедать обезличенный сервис, предоставляемый отелями. Гость хочет, чтобы его обслуживали персонализированно, предугадывали желания и учитывали предпочтения. В современном отеле, с его нацеленностью на максимально быструю обработку потока клиентов, такой сервис возможен только при наличии CRM-системы. Если гостиница небольшая, то все это отслеживать можно, используя отчеты системы управления отелем. Любая гостиничная цепочка сталкивается с проблемой «грязной» базы клиентов – во всех объектах в систему управления вводится информация о гостях. Нужно очень четко отслеживать и вовремя объединять дублирующие профили клиентов. Отдел продаж гостиницы должен эффективно планировать свою работу, информировать гостей о специальных предложениях согласно их предпочтениям с помощью e-mail рассылки – наиболее результативно это можно делать с использованием CRM системы.

micros® | FIDELIO

Управляете отелем, рестораном, клубом?

Узнайте как решения от
ведущего международного
производителя позволяют
еще более эффективно
управлять Вашим бизнесом:

- системы управления
отелем и рестораном
- клубные и SPA системы
- электронные мини-бары
- управление продажами
- электронная дистрибуция



Системы для
гостиниц и
ресторанов

Тел.: +7 (495) 796-99-00
Факс: +7 (495) 796-99-01
www.hrs.ru hrs@hrs.ru

пример возможностей ПРОГРАММЫ

Libra Hospitality. Гость бронирует номер в гостинице. Он заходит в личный кабинет на сайте гостиницы, смотрит, сколько бонусов у него на счету, как их можно сейчас потратить, выбирает оптимальный способ гарантии брони и производит бронирование. Система высылает на e-mail гостя подтверждение бронирования, в котором можно отметить свои предпочтения, выбрав из списка нужные опции, либо указав их как комментарий. В этом подтверждении может находиться информация о возможности заказа дополнительных услуг, апгрейда номера и т.п. – таким образом, гостиница начинает процесс продаж дополнительных услуг еще до заезда гостя.

Далее, например, за три дня до заезда на адрес гостя приходит приветственное письмо с напоминанием о том, что его ждут, описанием, как лучше добраться до отеля.

АЭРОПОРТ: гостя встречает заказанный им трансфер, он приезжает в отель, в номере уже лежит его любимая газета, стоит док-станция для айфона, и подушки заменены на антиаллергенные.

РЕСТОРАН: официант, авторизовав посетителя по карте гостя, предлагает блюда из меню, зная его предпочтения и антипатии и учитывая противопоказания, к примеру, аллергию.

УСЛУГИ В НОМЕРЕ: гость в номере заходит на страничку отеля в личный кабинет. Гость может просмотреть свой счет, ознакомиться с информацией о событиях в отеле, заказать дополнительную уборку, рум-сервис и т.д.

После выезда из гостиницы через несколько дней на адрес гостя приходит электронная анкета, где он с помощью балльной системы или чек-боксов оценивает работу различных служб отеля. Это достаточно важный момент – гостиница избавляется от необходимости раскладывать в номерах «простыни» бумажных анкет (причем анкеты с негативными отзывами персоналом часто уничтожаются).

Далее гостиница поздравляет гостя с днем рождения, информирует о своих спецпредложениях, тематических событиях, которые могут быть интересны конкретному гостю (система также позаботится о том, чтобы отсеять лишние рассылки с информацией, которая не интересна данному гостю).



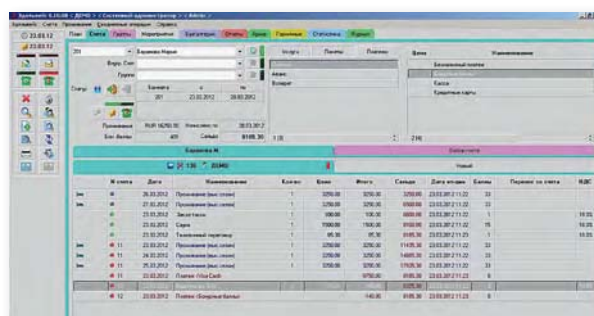
Принтскрин экрана с демоверсией программы от компании **Libra International.**

Tillypad XL. CRM – это система управления взаимоотношениями с клиентами. С технической точки зрения это программное обеспечение для сбора, хранения и анализа данных о гостях и их пребывании в вашем заведении. В более широком понимании – это философия ведения бизнеса, позволяющая привлекать новых клиентов и повышать лояльность уже существующих, а также планировать маркетинговую политику, исходя из анализа данных по работе заведения. У CRM есть две основных задачи – сбор данных о гостях и эффективное управление этими данными. Система позволяет собирать максимально полную информацию – и стандартную анкету, и предпочтения гостя в плане размещения и питания, и данные о всех дополнительных услугах, которыми он воспользовался за время своего пребывания в заведении. Используя эти сведения, отель или ресторан могут повысить лояльность гостя, обслужив максимально удобным и приятным для него способом, например, предложив любимые блюда или предоставив его любимый номер.

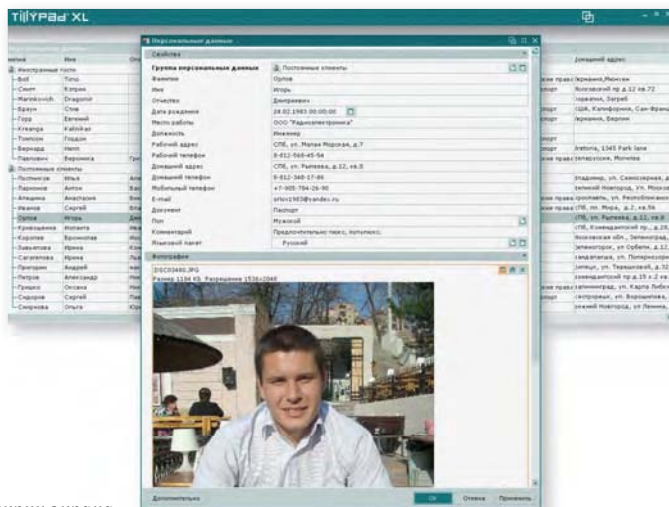
Задача CRM по эффективному управлению собранными данными включает в себя анализ информации и автоматизацию маркетинговых программ: sms-оповещения, расчет скидок и бонусов, поздравления гостей и многое другое. CRM в нашей системе автоматизации позволяет получать разнообразные статистические отчеты по деятельности заведения, делать срезы различных данных. Анализ этих данных дает руководству заведения возможность разрабатывать более эффективные маркетинговые мероприятия. Например, заполнить номера отеля в не сезон или ресторан в пустое время между ланчем и ужином можно с помощью адресных предложений, направляемых клиентам по базе CRM. При этом система автоматизирует все необходимые действия по программам лояльности. Единоразово настроив правила этих программ, больше не придется тратить время на расчет скидки гостя или просмотр всей базы данных, чтобы найти и поздравить именинников. Все рассылки (sms и e-mail) CRM также делает автоматически. Ненавязчивый, но продуманный сервис – поздравления, приглашения на мероприятия, сообщения об акциях – все это напоминает гостям об отеле или ресторане. Сегодня уже мало представлять качественный сервис, он должен быть еще и персонализированным. Поэтому система CRM как мощный инструмент работы с гостями востребована как никогда. Отказаться от CRM без особого ущерба для себя может только совсем небольшое заведение, которое собирает и обрабатывает подобную информацию вручную.

Каковы общие технические требования для внедрения программы? Возможно ли самостоятельное существование CRM без Property Management System, или эта программа разработана как приложение к общей системе управления?

Edelink. Во многих системах класса PMS CRM – неотъемлемая часть программы. Однако если отель пожелает пользоваться такой системой отдельно, он может попробовать выбрать из достаточно большого числа присутствующих на рынке CRM решений. Трудность заключается в том,



Принтскрин экрана демоверсии программы **Эдельвейс 6.10.00** от компании **Edelink.**



Принтскрин экрана
с демонстрацией программы
Tillypad XL от компании
Tillypad XL.

что большинство современных CRM своего рода универсальные платформы, для удобного их использования в конкретной области – отеле – может потребоваться достаточно большая доработка. Если у вас есть свои программисты – такой путь выбрать можно. Иначе стоит искать программы, ориентированные именно на гостиницы. Но их выбор значительно меньше.

HRS. Модуль CRM может использоваться даже при отсутствии PMS, однако абсолютное большинство отелей используют их совместно. Гостиницей управлять необходимо в любом случае, и совместное использование PMS-системы и модуля CRM позволяют обеспечить максимальную эффективность работы отеля.

Libra Hospitality. Наша CRM система не требует дополнительных затрат на установку серверного оборудования и системного ПО. Это «облачное» решение. Пользователь системы просто заходит на свою страничку в Интернете и погружается в специально разработанную для него оболочку. PMS и CRM системы выполняют совершенно разные функции, и ни в коем случае одна система не может заменить другую.

Tillypad XL. На рынке CRM решений есть самостоятельные программные продукты, которые работают отдельно от общей системы управления. Однако в этом случае перед отелем стоит задача каким-то образом состыковать эти системы, чтобы свободно работать с данными из обоих источников. Сотрудники отеля могут механически переносить данные из одной базы в другую, либо необходимо будет решать этот вопрос на программном уровне с помощью ответственных специалистов. Поэтому удобнее всего выбрать систему CRM, изначально интегрированную в PMS. Что касается предприятий общественного питания, то в этой сфере существует четкое понимание того, что ресторан не может успешно работать без системы управления. Поэтому наличие ресторана с CRM, но без системы управления, практически невозможно. Общее техническое требование к внедрению CRM – наличие соответствующего оборудования, которое подбирается, исходя из размеров предприятия и количества необходимых рабочих мест. При внедрении необходимо четко определить правила сбора информации о гостях, а также принципы программ лояльности. Тогда CRM изначально будет работать с максимальным эффектом. В случае необходимости настройки системы можно изменить.

пример возможностей ПРОГРАММЫ

Tillypad XL. Наше решение CRM интегрировано в систему автоматизации Tillypad XL. Поэтому возможности CRM весьма разнообразны и охватывают все аспекты проводимых маркетинговых акций. Для примера возьмем бонусную программу, когда за деньги, потраченные на услуги, на бонусный счет гостя начисляется определенное количество баллов. Например, за каждые 100 рублей – 10 баллов. Накопленные баллы гость может потратить на оплату своего заказа в любой момент. То есть фактически CRM содержит в себе некий электронный кошелек, аналог банковского счета, в котором ведет учет движений всех средств. При этом у руководства есть возможность в любой момент посмотреть промежуточный отчет по проводимой акции, чтобы оценить ее эффективность или внести коррективы.

Гость, в свою очередь, получает sms-сообщения с информацией обо всех движениях бонусных средств на своем счете (сколько было списано, начислено и какой остаток). Гость понимает, что для отеля или ресторана бонусная система не игра, а часть финансовой системы, и что он может контролировать эту часть со своей стороны. Это повышает доверие гостя к заведению и его программе лояльности и стимулирует участвовать в ней и далее.



+7 (812) 457 0707, +7 (495) 638 5630 | info@edelin.ru
➤ Купить | Регистрация | www.edelin.ru

ТЕХНОЛОГИИ И РЕШЕНИЯ
ДЛЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

