

3 kroky

pro výběr správného CRM pro Váš hotel

1. krok: Identifikujte své potřeby



- **Udělejte si seznam postupů či výhod, které nevyužíváte** (podívejte se do informačního bulletinu D-EDGE na červenec 2019).
- Spolupracujte s dalšími vedoucími týmů při pojmenování jejich CRM potřeb a spojení rozpočtů. Ve většině hotelů je CRM sdíleno mezi týmy marketingu, tržeb, recepce a concierge.
- Odpovězte na tyto 3 otázky:
 - **Chcete na místě zajistit služby na míru?**
(Pokud ano, je povinný obousměrný PMS)
 - **Chcete dělat správnější rozhodnutí?**
(Pokud ano, je povinný centrální profil ve Vašem budoucím CRM)
 - **Chcete prosazovat přímý prodej?**
(Pokud ano, CRM by měl zahrnovat integraci webových stránek, věrnostní komunikaci, vouchery a sociální média)

2. krok: Vyhodnotte výhody a nastavte si cíle



- Stručně popište potenciální vliv CRM na tržby, náklady nebo služby pro hosty.
- Zamyslete se, jak byste si přáli rozdělit svou klientelu: Business/Volný čas/Částka utracená v hotelu/Délka pobytu.
- Zamyslete se, jak budete plánovat distribuci a propagaci podle rozdělení klientů a jejich pořizovacích nákladů.
- **Stanovte si svůj zdrojový kurz OTA a vypočítejte projekce tržeb pokud byste mohli přesunout 5, 10 nebo 20 % toho trhu na přímý.**

3. krok: Získejte předběžnou cenu



- **Vytvořte užší výběr poskytovatelů CRM** (zde je neúplný seznam uznávaných CRM pro hotely: Cendyn, dailypoint, Sellenity, Serenata,...)
- Ujistěte se, že Váš dotaz zahrnuje:
 - **Integraci obousměrného PMS v reálném čase,**
 - **Centrální profil,**
 - **Bezproblémovou integraci všech modulů, které potřebujete**
(Komunikace, věrnost, integrace webových stránek...)
- **Vyžádejte si předběžnou cenu od 1 až 3 prodejců CRM** a nechte si vytvořit prezentaci na míru, která řeší Vaše současné problémy.