

3 passi

per selezionare il CRM più adatto al vostro hotel

Passo 1: Identificare le vostre esigenze



- **Fate una lista delle procedure o vantaggi di cui non usufruite** (vedi la Newsletter D-EDGE luglio 2019).
- Collaborate con gli altri **team leader per individuare le loro esigenze** e unificate i vostri budget. Nella maggior parte degli hotel, il CRM è condiviso con i team di marketing, revenue, reception e portineria.
- Rispondete a queste 3 domande:
 - **Volete fornire un servizio personalizzato in loco?**
(se sì, un PMS a 2 vie è obbligatorio)
 - **Volete prendere decisioni più brillanti?**
(se sì, un Profilo centrale nel vostro futuro CRM è obbligatorio)
 - **Volete spingere le vendite dirette?**
(se sì, il vostro CRM dovrebbe prevedere l'integrazione con il sito web, le comunicazioni di fidelizzazione, i voucher e i social media).

Passo 2: Valutare i benefici e fissare gli obiettivi



- Descrivete brevemente il **potenziale impatto che il CRM** avrà su ricavi, costi o servizi per gli ospiti.
- Pensate a come vorreste **segmentare la vostra clientela**: Business/ Tempo libero/Importo speso presso l'hotel/Durata del soggiorno.
- Pensate a come **pianificherete la vostra distribuzione e promozione** in base ai segmenti di clientela e ai relativi costi di acquisizione.
- **Stabilite la percentuale del traffico delle OTA e calcolate le proiezioni dei ricavi nel caso in cui spostaste il 5, 10 o 20% di quel mercato alla distribuzione diretta.**

Passo 3: Ottenere un preventivo



- **Fate un elenco ristretto di alcuni fornitori di CRM** (ecco un elenco non esaustivo di noti CRM per gli hotel: Cendyn, dailypoint, Sellenity, Serenata,..)
- Assicuratevi che la vostra richiesta includa:
 - **Integrazione PMS a 2 vie in tempo reale,**
 - **Profilo centrale,**
 - **Integrazione omogenea di tutti i moduli necessari** (Comunicazione, fidelizzazione, integrazione con il sito web..)
- **Ottenete un preventivo da 1-3 fornitori di CRM** e chiedete loro di creare una presentazione personalizzata che risolva le vostre criticità attuali.