

آنچه از بازاریابی خدمات هتل باید بدانیم

موفقیت در بازاریابی صنعت هتلداری نیاز به درک تفاوت‌های بین بازاریابی کالاهای فیزیکی و بازاریابی خدمات دارد. خدمات را فعالیتی گویند که از یک طرف به طرف دیگر ارائه می‌شود و لزوماً نامحسوس است و مالکیت چیزی را به دنبال نخواهد داشت. این موضوع، یکی از مشخص‌ترین ویژگی‌های خدمات است. علاوه بر این ویژگی، برای کسانی که در بازاریابی خدمات فعالیت دارند، موارد دیگری هم حائز اهمیت است:

• **ناهمگنی / تغییرپذیری:** با توجه به ماهیت خدمات، خدمات منحصر به فرد هستند و حتی توسط ارائه‌دهنده خدمات مشابه، تکرار نمی‌شوند.

• **فناپذیری:** خدمات پس از استفاده، قابل ذخیره شدن، بازگشت یا فروش مجدد نیستند. هنگامی که خدمات به مشتری ارائه می‌شود، مشتری به‌طور کامل از آن استفاده می‌کند و نمی‌تواند آن را به مشتری دیگری تحویل دهد.

• **همزمانی تولید و مصرف:** این موضوع به این واقعیت اشاره می‌کند که خدمات در یک زمان تولید و مصرف می‌شوند. علاوه بر این، جداسازی خدمات از ارائه‌دهنده خدمات بسیار دشوار است.

• **فسادپذیری:** خدمات را نمی‌توان برای آینده ذخیره کرد و بعد به فروش رساند.

اصلی‌ترین خدمت در هتل

خدمات هتل قابل تفکیک به موارد متعددی است. یکی از اصلی‌ترین خدمات یک هتل، اتاق‌های مهمان هستند. در اکثر هتل‌ها، بخش اتاق، درآمد بیشتری را نسبت به بخش‌های دیگر تولید می‌کند. اتاق‌های هتل‌ها مکان اصلی ارائه خدمات به مهمانان و مرکز درآمد غالب یک هتل هستند. برخی بررسی‌ها نشان می‌دهد بین ۶۰ تا ۸۰ درصد از درآمد هتل‌ها از طریق اجاره اتاق‌ها حاصل شده است. سال‌هاست که دیگر هتل‌ها فقط اتاق استاندارد ندارند و با توجه به درخواست مهمانان اتاق‌های متفاوتی را ارائه می‌کنند. در هتل‌ها، اتاق‌های مختلف با نرخ‌های متفاوت وجود دارد. این نرخ‌ها نیز بسته به زمان، درصد اشغال و یا سایر عوامل ممکن است متفاوت باشند. در هتل‌ها، بر اساس نوع تخت، تعداد مهمانان هر اتاق، تعداد تخت، دکور، مبلمان خاص یا ویژگی‌های خاص، اتاق‌ها طبقه‌بندی و قیمت‌گذاری می‌شوند. در اینجا به ۲۳ نوع از اتاق‌ها اشاره خواهد شد:

Single (اتاق اختصاصی متعلق به یک نفر که ممکن است یک یا چند تخت داشته باشد)؛ Double (اتاق اختصاصی جهت دو نفر که ممکن است یک یا چند تخت داشته باشد)؛ Triple (اتاق مخصوص سه نفر که ممکن است سه تخت یک‌نفره یا یک تخت دونفره و یک تخت یک‌نفره داشته باشد)؛ Quad (یک اتاق مخصوص اقامت چهار نفر)؛ Queen (یک اتاق با یک تخت دونفره که اندازه تقریباً بزرگ‌تری دارد)؛ King (یک اتاق بزرگ با یک تخت بزرگ)؛ Twin (یک اتاق با دو تخت یک‌نفره)؛ Hollywood Twin Room (یک اتاق بزرگ که می‌تواند مورد استفاده چهار نفر قرار گیرد)؛ Double-double (یک اتاق با دو تخت دونفره)؛ Studio (یک اتاق با یک نیمکت تخت‌شو)؛ Suite/ Executive Suite (یک سالن با یک یا تعداد بیشتری

اتاق خواب): Junior Suite (یک اتاق مجلل با تخت و محل نشیمن یا یک اتاق نشیمن با یک اتاق خواب); Presidential Suite (غالباً گران‌ترین اتاق ارائه شده توسط یک هتل / معمولاً یک اتاق یا اتاق خواب و یک فضای بزرگ با تأکید بر دکوراسیون مجلل، امکانات و لوازم با کیفیت و خدمات عالی); Apartments (یک اتاق دارای امکاناتی همچون آشپزخانه و مختص اقامت‌های طولانی); Connecting rooms (اتاق‌هایی با ورودی‌های جدا از خارج و یک درگاه اتصال بین آنها); Murphy Room (اتاقی دارای یک مبل راحتی که تخت آن در دکور به دیوار فرو می‌رود و می‌تواند از یک اتاق خواب به اتاق نشیمن تبدیل شود); Accessible Room / Disabled Room (این نوع اتاق برای مهمانان دارای معلولیت طراحی شده); Cabana (اتاق نزدیک استخر); Adjoining rooms (اتاق‌هایی با یک دیوار معمولی اما بدون در); Adjacent rooms (اتاق‌های نزدیک به یکدیگر در طول یک سالن); Villa (یک نوع خانه مستقل که برای حفظ حریم خصوصی مهمانان مورد استفاده قرار گرفته و دارای فضای بیشتری است); Executive Floor/Floored Room (اتاق‌های واقع شده در طبقه کاری و تجاری هتل که امکان دسترسی آسان به سالن اجرایی را فراهم می‌کند); Smoking / Non-Smoking Room (اتاق‌های سیگار و غیر سیگار).

اما اتاق‌های هتل باید در سه حوزه زیر کارآیی داشته باشند:

-عملکردی: اتاق‌های هتل باید بتوانند در سه بخش نیاز مهمان را تامین کنند؛ تختخواب خوب برای خوابیدن، میز برای انجام کار و یک مبل راحت برای استراحت یا پذیرایی کوچک. تختخواب‌ها نباید از طرفین به دیوار چسبیده و اتاق باید دارای مواردی چون پریز برق و اخیراً، دو پورت USB در هر طرف تخت باشد.

-سادگی: سادگی باعث کاهش هزینه‌ها در اتاق‌های اقتصادی می‌شود. عدم استفاده از وسایل پرزرق و برق در اتاق‌های معمولی باعث راحتی مهمان و دسترسی سریع‌تر او به موارد درخواستی خواهد شد. مثلاً می‌توان از تلویزیون‌های تخت نصب شده بر دیوار، قلاب روی دیوار به جای کمد و از میزهای تاشونده روی دیوار استفاده کرد.

-تکنولوژی بالا: فناوری با سرعت بیشتری نسبت به گذشته پیشرفت کرده و این تغییرات هم از انتظارات مشتریان و هم از راهکارهای صنعت هتلداری به‌شمار می‌رود. استفاده از تکنولوژی بالا، خواست اکثر مهمانان هتل است. این ویژگی باعث رشد تجربه مهمان نیز خواهد شد. این روند در صنعت منجر به بهبود عملکرد و صرفه‌جویی هزینه‌ها در هتل‌های بزرگ شده است.

منبع: مسعود غلامی - دنیای اقتصاد