

利用高科技、提升石家庄星级酒店服务效益

文/黄彩英 王文芳

随着经济全球化步伐的加快,我国社会主义市场经济的不断完善,以及社会进步,人们生活水平的提高,闲暇时间的增多,商务市场、旅游市场面临新一轮的增长,给酒店服务业带来了新的机遇,近年来,素有“南北通衢,燕晋咽喉”的石家庄,作为重要的交通枢纽,加上京津南部门户的特殊位置,来石从事经贸活动、参加会议、观光旅游的人越来越多。石家庄星级酒店在数量、规模,入住率,服务质量等方面都取得飞速发展,这对河北经济、特别是省会经济的发展起到至关重要的作用。但是,在欣喜之余,我们也清醒的感受到石家庄星级酒店业普遍存在着专业化经营、个性化服务、品牌经营跟不上时代要求这一问题,这就需要在技术上的创新和高科技的引进。特别是随着我国酒店业在此特指石家庄星级酒店业物资基础的逐步丰富和加入WTO后,越来越多的酒店面临“国际竞争国内化,国内竞争白热化”的市场竞争局面,顾客资源将是21世纪至关重要的竞争资源。酒店业也已经强烈地认识到在酒店的经营管理中,不仅存在着人操纵下物质流和资金流,更存在着信息流。信息已成为独立于人、物质资料、资金、设施、设备之外的另一种重要资源。而客户信息在酒店的生存和发展中则是信息的中中之重。对于住店者来说,满意加惊喜的服务意味着“当我登记入住时,请称呼我的姓名;当我抵达客房时,请送上我喜欢的杂志;当我结帐离店时,请问候我的家人。”

总之,顾客都希望能够享受到个性化的服务。如此复杂具体的信息,单凭个人的大脑是无法容纳的。因此要确保个性化服务的准确提供,还必须依靠现代高科技——计算机数据库系统去记录顾客的特别爱好、购买习惯、旅行历史甚至其家庭主要成员等。尤其是对酒店的常客,要详细记录顾客的职位头衔、消费偏好、文化差异、禁忌、购买行为特征、住店行为等等。只有这样,才有可能更有针对性地服务顾客,确实提供高效用、高效率的个性化服务。所以更快更好地把握顾客信息、充分利用顾客信息,给顾客提供满意加惊喜的服务,直接关系到酒店的生存与发展。因此建立一个完善的顾客关系管理系统对当今每一个酒店来说是刻不容缓的。

顾客关系管理系统是以计算机技术、数据库技术为手段,通过对顾客详细资料(一般包括入住客房类型、每一次居住的时间长度、信用情况、预定方式、爱好各种活动、特殊要求、生日、结婚周年纪念日、投诉等。)的搜集、分析和管理的,了解他们的偏好和个性化需求,并以提供个性化的商品和服务来提高顾客满意度,从而提高酒店竞争力。调研也表明:顾客对酒店记住并重视他们的习惯和偏好,从而感到受到尊重,愿意再次光顾的可能性是97%。

通过顾客关系管理系统,充分了解顾客信息,然后开展“一对一”的服务,或经常性地通过电话联系,或者顾客生日时赠送鲜花,或者细致入微关注顾客入住酒店的感觉和感受。例如某位顾客上次在入住酒店时曾讲过不喜欢酒店准备的那种品牌的洗发水,那么几个月后当他再次光临这家酒店时,一瓶他喜欢的品牌的洗发水在浴室中等着他。使顾客对酒店产生信任感,他们认为在此酒店消费更安全、更放心。而忠诚的顾客在酒店的综合消费能力不但会相应提高,而且会向社会、自己的亲戚朋友和同事推荐酒店,义务宣传酒店的优点,为酒店树立良好的口碑,从而为酒店带来新的客源。

顾客对酒店产品和服务的要求越来越高,酒店要在顾客需求的基础上,提供一系列便利条件。有效整合虚拟和实体网络资源,让顾客自己选择不同的沟通渠道,随时的获得服务。例如,通过网络,顾客在家里就可获得相关酒店产品的信息,选择自己需要的产品和服务。酒店应在以下几个方面不断努力:首先、设立产品展示区,将产品图像的声、影、形、色等虚拟的产品橱窗展示在上网客户面前,24小时为顾客服务;其次,充分利用信息基础,建立一个全河北、全国乃至全球的高速安全的预定中心,提供快速的响应;最后,酒店与银行结算联网开发网络结算系统,将网上销售的结算与银行转帐系统联网,使消费者能够轻松地在网上预订客房,网上结算酒店各种消费。以互联网为依托,开展网上营销。通过互联网酒店产品直接与消费者个体进行双向的沟通,如需求调查、产品介绍、网上订购以及售后服务、市场调查,顾客联络等一系列活动,网络的高速度、低成本优势使得酒店向酒店提供有针对性的产品和增值服务。充分体现现代酒店的个性化需求和定制营销和“一对一”营销,使顾客获得最佳满意度。

总之,石家庄星级酒店要真正将“以科技为本”贯穿体现在整体运营过程之中。利用管理信息系统对酒店运行过程中的人流、物流、资金流、信息流进行有效管理,提高酒店的管理效益及经济效益,提高服务质量、工作效率等。利用现代电子、信息及实用类产品,如VOD视频点播和查阅系统、智能化自动管理、电子监控、声、光控感技术等以科技环境让顾客感受现代文明的快捷舒

适，利用高效、节能、环保的新材料、新能源提高酒店综合效益，促进酒店深层次健康发展（黄彩英/大连理工大学人文学院，河北科技大学文法学院；王文芳/河北科技大学文法学院）

相关链接

利用高科技、提升石家庄星级酒店服务效益
基于信息不对称的产品市场分析及对策
关于木地板企业营业推广的思考
浅议山地城市旅游线路设计
无线增值业务营销发展浅析
关于市场营销战略的理论研究
议建立与时俱进的企业经营理念
浅析客户开发和保有成本限制的简明模型
中国高校实施教育产业品牌经营战略的必要性

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心