

Projekat: Integraciona mreža hotela Srbije - IMHOS (Kontinuirano praćenje zadovoljstva gostiju u hotelima Srbije)

Nepovoljna ekonomska situacija, izražena konkurencija, nedostatak vremena, dovele su do sve težeg poslovanja turističkih preduzeća u Srbiji, a posebno objekata za smeštaj.

Prema dostupnim informacijama i retkim istraživanjima u smeštajnim objektima, malo ili skoro uopšte se ne sprovodi sistematsko istraživanje zadovoljstva gostiju. Izuzetci upravo potvrđuju pravilo. Objekti smeštaja (Hoteli) koji sprovode ispitivanje zadovoljstva gostiju su ili u sistemu čiji je to standard (franšizna obaveza), ili su sproveli sisteme upravljanja kvalitetom. Uglavnom je na menadžerima da takve upitnike obrađuju i reaguju na eventualne lošije ocene gostiju, što ih dovodi u situaciju, zbog velikog broja načina obrade, da nisu uvek u mogućnosti da pravilno sagledaju eventualni problem i nađu adekvatno rešenje.

Površno i neredovno praćenje zadovoljstva gosta stvara nezadovoljnog gosta što direktno dovodi do: povećanja broja izgubljenih gostiju, niske lojalnosti, negativne konotacije u preporukama, a sve to opet uzrokuje smanjenje prihoda. Opšte poznata činjenica je da se zadovoljan gost pohvali, u proseku, trojici ljudi, dok nezadovoljan gost svoje negativno iskustvo podeli čak devetorici. Preporuka time dobija na značaju, jer krug porodice i prijatelji predstavljaju omiljeni način prikupljanja informacija i često je presudna za donošenje odluke o smeštaju. Društvene mreže i sve veća očekivanja gostiju samo olakšavaju mogućnosti za prosljeđivanje negativnih iskustava sve većem broju ljudi. Porast broja nezadovoljnih gostiju vodi povećanju troškova, većoj stopi prebega-gubitka gosta, i manjem profitu.

Rešenje, koje se samo nameće, jeste povećanje zadovoljstva gosta, što i treba da bude primarni cilj svakog objekta za smeštaj. Objekti koji postižu veći stepen zadovoljstva gosta imaju više ponovljenih dolazaka, stvaraju lojalnost i pozitivne preporuke.

Kako bi minimizirali gore navedene negativne posledice, potrebno je implementirati kontinuirano praćenje zadovoljstva gostiju preko standardizovanih upitnika i to na nivou Srbije. Ovakav način, jedinstven u Srbiji, omogućava Objektu permanentan uvid zadovoljstva gosta, blagovremeno ispravljanje eventualnih propusta a samim tim povećanje pozitivnih iskustava gostiju.

Direktne koristi od porasta zadovoljstva gosta, pomoću kontinuiranog praćenja su: niži troškovi prodaje i marketinga, povećana lojalnost klijenata, manja stopa prelaska gostiju, pozitivne lične poruke, povećan stepen tolerancije prema cenama, zaštita od konkurencije i nestabilnosti okruženja.

Zadovoljan gost, praktično radi, besplatno, za Objekat.

Zašto se pridružiti programu kontinuiranog praćenja zadovoljstva gosta na nivou Srbije?

Projekat kontinuiranog praćenja zadovoljstva gosta nudi jedinstveno rešenje ovog vitalnog segmenta kroz obradu i analizu podataka preko više parametara na teritoriji Srbije.

Prvi parametar jeste objektivna i nezavisna analiza Objekta preko empirijskih podataka iz upitnika po više kriterijuma, uz stručne preporuke i sugestije.

Drugi parametar je umrežavanje podataka u jedinstveni informacioni sistem IMOSS. Glavna korist umrežavanja je sagledavanje Objekta u odnosu na destinaciju, regiju, Srbiju, kategoriju Objekta i sl. Ovakvi podaci daju realnu sliku Objekta i omogućuju menadžmentu da preduzme korake za repozicioniranje u odnosu na navedene kriterijume.

Treći parametar predstavlja neizbežno i u mnogim zemljama obavezno, anonimno istraživanje zadovoljstva zaposlenih. Ovaj segment često je potpuno zapostavljen, najčešće izgovorima o višku radne snage i sl. ali se zaboravlja da zaposleni predstavljaju Objekat pred gostom i kao takvi direktno utiču na njegovo zadovoljstvo.

Četvrti parametar predstavlja korelacionu analizu oba upitnika i pomenuta tri parametra te omogućava Objektu jedinstven pregled i u mnogome olakšava unapređenje poslovanja. Ovaj parametar je presudan za donošenje kratkoročnih, srednjoročnih i dugoročnih planova o razvoju i unapređenju svakog Objekta.

Podaci koji se obrađuju i analiziraju pomoću gore navedenih parametara baziraju se na objektivnim i nepristrasnim analizama i u određenom vremenskom periodu mogu da dovedu do dramatičnog povećanja

prihoda i to: smanjenjem troškova, povećanim brojem lojalnih gostiju, kvalitetnijim investiranjem u Hotel (u zavisnosti od potreba gostiju), poboljšanjem opšteg imidža Objekta, pozitivne lične poruke i preporuke ...

Integralna Mreža Hotela Srbije (IMHOS) predstavlja, za Srbiju, jedinstvenu mogućnost da po različitim kriterijumima (destinacija, region, Srbija, kategorija Hotela...), u realnom vremenu, prikaže jasnu poziciju i trend Objekta u odnosu na zadate kriterijume.

Ovakav vid prezentovanja dobijenih rezultata, koji praktično ne postoji na teritoriji Srbije, predstavlja moćan alat koji omogućava menadžmentu da definiše ciljeve i strategije budućeg poslovanja.

Pod određenim uslovima IMHOS može da ukaže na eventualne probleme na nivou destinacije, regije i sl. i tako omogućiti zajedničko delovanje zainteresovanih strana da sprovedu akcije rešavanja problema koje Objekat nije u stanju da samostalno rešava.

Rezultati koji će se objavljivati na IMHOS predstavljaju isključivo zbirne podatke analaza članica. Iako su članice IMHOSS po definiciji konkurencija jedna drugoj, dobijeni rezultati ne mogu stvoriti nelojalnu konkurenciju, jer se hoteli posmatraju kroz ultimativni cilj svakog Hotela, a to je zadovoljstvo gosta. IMHOS ne zahteva od članica finansijske podatke, načine poslovanja, broj noćenja, način upravljanja i sl. IMHOS je zasnovan na jednakosti članova te ni jedan Hotel neće biti favorizovan niti degradiran – klauzula jednakosti.

HORES