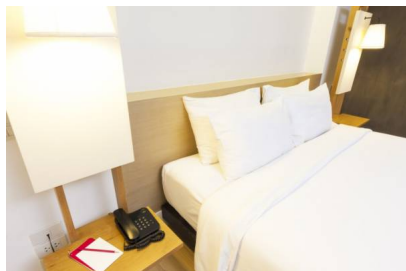


# НАЗВАНИЕ НОМЕРА ОТЕЛЯ ВЛИЯЕТ НА ПРИБЫЛЬ



Вы когда-нибудь задумывались, играет ли роль название типа номера при бронировании? Некоторые эксперты по управлению доходами отелей считают, что играет, и они призывают менеджеров отелей дважды подумать, прежде чем называть свои номера старомодным способом, например «Стандартный».

По словам Чема Эрреро, профессора Школы туристического бизнеса FORST, «когда номер называется «Стандартный» или «Стандарт», клиент представляет пространство без дополнительной ценности - даже если номер конкурентоспособен - такое название снижает ценность номера в глазах заказчика».

Предприниматели в индустрии гостеприимства должны помнить, что то, как номера отелей указаны в каталоге бронирования, важно для клиента при принятии решения. И в ряде случаев необходимо внести изменения при наименовании или классификации помещений, что повысит их привлекательность при бронировании и повысит их доходность.

## Часто игнорируемый аспект

Эксперты подчеркивают, что управляющие отелями редко обращают внимание на важность названия номеров. Традиционные наименования, такие как «стандартный», «двухместный», «с видом» или «без вида», определяют конкурентоспособность этих отелей.

Профиль клиента изменился за последние годы, и теперь они требуют вещей с начала организации поездки, то есть с момента, когда они решают сделать заказ. Поэтому отели должны рассказать определенную историю, и она начинается с названия номера в котором предполагаемый заказчик планирует остановиться.

Например это не одно и то же если номер в системе бронирования называется «стандартный одноместный», рядом с чем-то вроде , называемым «Green Urban Junior». Без сомнения, учреждения, которые занимались этим вопросом, видели, что количество бронирований увеличилось.

## Выигрышная стратегия для прибыльности отеля

Крайне важно, чтобы управляющие и владельцы отелей полностью понимали, что их главная задача при управлении отелем - максимизировать прибыль. Именно название номера в отеле является одним из решающих факторов для достижения прибыльности. На самом деле, в большинстве даже продвинутых тур направлений около половины отелей имеют названия своих номеров, которые не впечатляют потенциальных заказчиков, а в некоторых случаях даже вызывают их откровенный отказ от бронирования.

Положительный пример - это заведения, которые предлагают дополнительную ценность при бронировании номера. Важно помнить, что большой процент клиентов выбирает пункт назначения в зависимости от города или места, а не отеля, поэтому сопоставление пункта назначения и его характеристик с названием номера будет очень успешной и прибыльной

стратегией.

Date: 2020-02-03

Article link: <https://www.tourism-review.su/nazvanie-nomera-v-otele-igraet-bolsuju-rol-news11378>