

CHIẾN LƯỢC KINH DOANH KHÁCH SẠN HIỆU QUẢ

Làm sao để nâng cao hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực khách sạn đang là bài toán khó trong thị trường cạnh tranh gay gắt như hiện nay. Bạn đang loay hoay trong việc xác định hướng đi đúng cho khách sạn? Hãy tham khảo ngay những chiến lược kinh doanh khách sạn dưới đây.

1. Chiến lược kinh doanh khách sạn là gì?

Theo M.Porter, chiến lược kinh doanh là tập hợp các mục tiêu dài hạn và các biện pháp, cách thức để đạt được mục tiêu, lợi thế cạnh tranh bền vững trong bối cảnh thị trường nhất định.

Đặc thù của kinh doanh khách sạn là các sản phẩm dịch vụ, vì vậy việc xác định chiến lược đúng đắn là điều rất cần thiết để khách hàng sử dụng các dịch vụ của khách sạn, từ đó tăng doanh thu và lợi nhuận cho khách sạn.

2. Chiến lược kinh doanh khách sạn hiệu quả

2.1 Tập trung vào khách hàng

Nghiên cứu thị trường và xác định khách hàng mục tiêu là việc đầu tiên cần làm khi xác định chiến lược kinh doanh. Khách hàng là người trực tiếp trải nghiệm dịch vụ và cũng là người tạo ra doanh thu chính cho khách sạn...

Các chương trình quảng bá, xúc tiến bán, PA của khách sạn cần lấy khách hàng làm trung tâm, đề cao trải nghiệm người dùng. Phân tích thông tin nhân khẩu học, hành vi, sở thích khách hàng mục tiêu, xem lượng khách tìm đến khách sạn thuộc nhóm nào, bình dân hay cao cấp, mức chi trả của họ cho dịch vụ lưu trú là bao nhiêu, họ có yêu cầu gì trong khi ở khách sạn; từ đó bạn sẽ xây dựng được kế hoạch kinh doanh khách sạn và kế hoạch phát triển hiệu quả.

2.2 Cải thiện chất lượng phòng và dịch vụ

Chú trọng đầu tư hệ thống cơ sở vật chất và dịch vụ giúp khách hàng có những trải nghiệm tuyệt vời khi đến với khách sạn của bạn là điều cần thiết. Mỗi loại hình khách sạn sẽ có những yêu cầu về trang thiết bị khác nhau: khách sạn nhỏ phục vụ khách hàng bình dân nên yêu cầu số phòng và dịch vụ đi kèm không quá cầu kỳ, ngược lại các khách sạn cao cấp cần đáp ứng nhu cầu khách hàng về chất lượng phòng, trang thiết bị hiện đại, phục vụ bữa sáng và các hoạt động vui chơi, giải trí.

Ngoài ra, với sự phát triển nhanh chóng của khoa học, công nghệ, việc ứng dụng các phần mềm quản lý, book phòng trực tuyến giúp tăng tiện ích và tiết kiệm thời gian, chi phí quản lý cho khách sạn. Các phần mềm thông minh giúp bạn dễ dàng quản lý số lượng phòng trống, tình hình khách thuê phòng, trả phòng, điều chỉnh hệ thống đèn, điện, điều hòa, máy sưởi,... và giúp khách hàng có thể đặt phòng và thanh toán nhanh chóng trên website của khách sạn.

2.3 Đầu tư phát triển nhân sự

Ngày nay, yếu tố con người trở thành một phần quan trọng không thể thiếu đối với sự phát triển của doanh nghiệp. Đào tạo chuyên môn, nghiệp vụ cho đội ngũ nhân sự khách sạn từ tiếp tân, nhân viên buồng phòng, nhân viên kinh doanh,... góp phần tạo nên sự chuyên nghiệp cho khách sạn trong mắt khách hàng. Nhân sự được phát triển tốt sẽ tạo thành lợi thế cạnh tranh bền vững và lâu dài của khách sạn so với các đối thủ.

2.4 Xây dựng chiến lược marketing cho khách sạn

Marketing ngày nay đã trở thành hoạt động không thể thiếu đối với bất kỳ doanh nghiệp kinh doanh nào. Bạn có thể áp dụng chiến lược marketing hỗn hợp 7P bao gồm: Product (Sản phẩm), Price (Giá cả), Place (Địa điểm), Promotion (Quảng bá), People (con người), Process (Quy trình), Physical Evidence (cơ sở hạ tầng, vật chất hỗ trợ marketing) vào trong hoạt động marketing của mình.

Chiến lược marketing hiệu quả giúp định vị hình ảnh thương hiệu của khách sạn trở nên phổ biến, được nhiều người biết đến. Một số phương tiện quảng cáo khách sạn có thể áp dụng là tivi, báo đài, mạng xã hội (Facebook, Youtube) hoặc các công cụ tìm kiếm phổ biến như Google, Coc coc,... Tùy quy mô và nguồn lực mà khách sạn có thể xây dựng đội ngũ marketing riêng cho doanh nghiệp hoặc sử dụng các dịch vụ marketing thuê ngoài để triển khai kế hoạch marketing hiệu quả.

3. Chiến lược kinh doanh khách sạn mùa thấp điểm

Cho dù là kinh doanh khách sạn cao cấp hay bình dân thì đều xảy ra tình trạng sụt giảm doanh số trong mùa thấp điểm, khi nhu cầu du lịch, nghỉ dưỡng của khách hàng giảm mạnh. Vậy chiến lược kinh doanh khách sạn mùa thấp điểm như thế nào để tối ưu hóa lợi nhuận?

3.1 Triển khai các gói khuyến mãi hấp dẫn

Giá là điều hầu hết mọi khách hàng quan tâm. Vì vậy khách sạn có thể đưa ra các chương trình giảm giá phòng, tặng combo, tặng kèm quà khi khách đặt phòng trong những mùa vắng khách. Các khuyến mãi hấp dẫn trong ngân sách cho phép sẽ đem lại giá trị và thu hút sự chú ý của khách hàng, từ đó đảm bảo mức doanh thu để khách sạn có thể chi trả các chi phí duy trì.

3.2 Chiến lược kinh doanh khách sạn qua mạng xã hội

Facebook, Youtube, Instagram là những mạng xã hội phổ biến hiện nay mà khách sạn có thể khai thác để gia tăng sự kết nối với khách hàng. Đội ngũ marketing, nhân viên khách sạn có thể quảng bá, chia sẻ, review các sản phẩm, dịch vụ đến khách hàng tiềm năng thông qua fanpage, các hội nhóm về du lịch, nghỉ dưỡng. Đây là hình thức quảng cáo không mất nhiều phí nhưng đem lại hiệu quả đáng mong đợi cho hoạt động kinh doanh của khách sạn.

3.3 Tích hợp bán phòng thông qua website và các kênh phân phối

Hiện nay, khách hàng có xu hướng tìm phòng trên internet và tiến hành book phòng ngay trên website của khách sạn và các trang booking nổi tiếng.

Chính vì vậy, khách sạn tìm kiếm khách hàng tiềm năng bằng cách liên kết với các đại lý bán phòng uy tín. Bên cạnh đó, khi bán phòng trực tuyến, khách hàng có thể đặt và thanh toán bất cứ đâu và bất cứ khi nào. Điều này vừa thuận tiện cho khách hàng vừa có lợi cho khách sạn vì không tốn quá nhiều chi phí.

4. Chiến lược kinh doanh khách sạn mùa cao điểm

Thiếu phòng, chất lượng không đảm bảo ... là những tình trạng thường xuyên xảy ra vào mùa cao điểm của khách sạn. Để có thể đáp ứng đầy đủ nhu cầu của khách nhưng vẫn đạt chất lượng tốt nhất, nhà quản lý cần phải biết các chiến lược kinh doanh vào mùa cao điểm để đạt hiệu quả cao.

4.1 Mục tiêu

Sau khi nhìn lại mục tiêu ở mùa trước và rút ra những điều cần thiết, doanh nghiệp nên dành thời gian để nghiên cứu và dự báo về xu hướng phát triển trong tương lai. Hãy theo dõi và tận dụng thông tin để phát triển kế hoạch công việc đã đặt ra như: mục tiêu kinh doanh trong mùa cao điểm bạn đang hướng đến là gì? có thể tăng bao nhiêu % doanh số? ...

4.2 Hiểu rõ khách hàng

Sẽ rất khó đáp ứng tất cả các nhu cầu của khách lưu trú, chỉ cần một điều khiến khách không hài lòng cũng sẽ làm ảnh hưởng đến hình ảnh khách sạn. Hãy đặt khách hàng ở trung tâm của chiến lược bằng cách thực hiện cuộc khảo sát để tìm hiểu về sở thích, nhu cầu, xu hướng đi du lịch của khách thường xuyên.

4.3 Sự đa dạng trong sản phẩm, dịch vụ

Hãy chắc chắn rằng khách hàng có nhiều hơn một lựa chọn về những sản phẩm, dịch vụ mà khách sạn cung cấp. Việc đó có thể giúp các khách sạn điều tra về xu hướng du lịch hiện tại cũng như việc kết hợp các chương trình giảm giá, khuyến mãi sẽ khiến khách hàng không thể cưỡng lại được.

Ngoài ra, hãy cung cấp thêm những dịch vụ tiện lợi như tour guide, vận chuyển ... để khách có thể tự cảm nhận những giá trị mà doanh nghiệp khách sạn đem lại.

4.4 Thời gian

Thời gian là rất quan trọng cho bất kỳ chiến dịch nào. Để chuẩn bị cho việc phục vụ khách trong những tháng cao điểm, các doanh nghiệp khách sạn phải lập bảng dự báo và kế hoạch khoảng 6 tháng hoặc hơn. Điều này cần sự làm việc chuyên nghiệp và hợp tác giữa các bộ phận trong hệ thống khách sạn.

4.5 Sự làm việc hiệu quả của các bộ phận khách sạn

Kinh doanh khách sạn muốn đạt được hiệu quả cao trong việc tối đa hóa lợi nhuận thì các bộ phận trong hệ thống khách sạn phải làm việc thật sự hiệu quả và có sự liên kết trong công việc với nhau.

4.6 Thông điệp

Thông điệp là điều rất quan trọng cho bất kỳ chiến dịch nào, nó cần phù hợp với nhu cầu và mong muốn của khách hàng. Nếu khách sạn của bạn có một thông điệp tốt, kết hợp với các hoạt động xúc tiến hiệu quả, bạn sẽ không quá lo lắng về khách hàng và đạt được những thứ bạn mong muốn.

4.7 Phát triển các kênh marketing trực tuyến

Hãy tập trung vào một số kênh quảng cáo hiệu quả, tránh việc rải rác ở quá nhiều kênh vì tỷ lệ khách hàng tìm kiếm bạn từ những trang quảng cáo là không cao. Để có thể bắt đầu những chiến dịch marketing phù hợp, doanh nghiệp cần phải có đủ nguồn lực (thời gian, chi phí, thông tin) để thực hiện. Ngân quỹ marketing khác nhau sẽ ảnh hưởng đến các chiến dịch marketing khác nhau.