

➤ Come conquisto i manager: Cristal Palace Hotel di Palermo

Servizi, accoglienza e software GP Dati al servizio di chi viaggia per lavoro



Nel cuore di Palermo, il Cristal Palace Hotel offre tutti i confort richiesti oggi dalla clientela business: dai servizi essenziali per lavorare (connettività, area per congressi, spazi per pranzare con clienti e partner) alla nuova area benessere, che sarà completa entro la fine del 2011, dotata di palestra con doccia abbronzante integrale, hammam con bagno di vapore, vasca e doccia per idromassaggio, sale per il massaggio tradizionale turco. *“Oggi anche il cliente business vuole sentirsi coccolato: è per questo che, oltre alla zona relax, stiamo realizzando al decimo piano le junior suite, dove i clienti potranno rilassarsi nella Doccia Emozionale oppure nella vasca idromassaggio, guardando la TV o ascoltando la musica”* dice Daniele Vasta, Sales Manager della struttura.

Per gestire tutti i servizi offerti alla clientela, il Cristal Palace Hotel ha scelto la suite **Scrigno di GP Dati Hotel Service Spa**, adottando sia il modulo di gestione PMS sia le soluzioni dedicate alla ristorazione e ai congressi (Easymeal e Scrigno meeting & congressi), alla contabilità (Sigla ed Economato), al CRM e al Revenue Management: *“Conoscevo già i prodotti di GP Dati per avere usato per anni e con soddisfazione il gestionale Hotel++ nella struttura dove lavoravo precedentemente”* prosegue Daniele Vasta.

“Al momento di effettuare la scelta per il Cristal Palace, non ho avuto dubbi nel consigliare la suite Scrigno e nel raccomandare di usare fin dall'inizio tutti i sistemi di gestione dei diversi reparti, in modo da automatizzare i processi, velocizzare il lavoro e avere dei report precisi. Ovviamente questo tipo di soluzione richiede di formare con costanza il personale, che deve essere incentivato a utilizzare anche le funzionalità più raffinate dei moduli: un processo necessario a creare una base dati valida, che possa poi essere usata per operazioni di fidelizzazione e CRM”.

Tutti i moduli di Scrigno infatti attingono e conferiscono dati a un database centrale, dove le informazioni vengono storicizzate, profilate ed elaborate: in questo modo i diversi reparti dell'albergo (Front-Desk, Marketing e Vendite, Amministrazione, Direzione) condividono dei dati sulla clientela coerenti e costantemente aggiornati.

“Scrigno inoltre ci ha convinto perché è un sistema che permette di registrare e di avere il controllo in tempo reale sia delle prenotazioni raccolte direttamente dal booking, sia di quelle effettuate via internet attraverso i canali B2B e B2C.

Abbiamo infatti deciso di dotarci del booking engine a due vie sia per i privati sia per i clienti business: se riusciamo ad evitare le commissioni delle agenzie e dei portali e ad abituare i clienti a utilizzare il nostro sito Internet, abbiamo diversi vantaggi - possiamo usare il contatto diretto per operazioni up selling; possiamo fare delle offerte personalizzate; e soprattutto, possiamo fare degli upgrade a favore del cliente, investendo quanto risparmiamo con la disintermediazione.

Per le aziende convenzionate, a cui vogliamo dare un servizio sempre più efficiente e personalizzato, abbiamo implementato con GP Dati un portale riservato, dove possono prenotare direttamente usando la tariffa convenzionata oppure la BAR”.

IL RUOLO DI GP DATI

➤ Una domanda a Daniele Vasta, Sales Manager del Cristal Palace Hotel di Palermo: **Quali sono le funzionalità della suite Scrigno che lei ritiene più utili nel suo lavoro?**

➤ Risposta: **“Trovo ottima e molto ben fatta la parte di Revenue e analisi. Scrigno Datawarehouse infatti mi permette di profilare la clientela e di interpretare gli indici di produttività dell'albergo, incrociando diverse variabili come il confronto fra budget previsionale e consolidato e il trend progressivo. Inoltre posso gestire con il modulo di Revenue Management l'overbooking e i vincoli di vendita, vale a dire le leve fondamentali del Revenue, in modo razionale e trasmettere in tempo reale le indicazioni ai diversi canali di vendita”.**

L'hotel ha inoltre adottato i moduli di CRM e Mmail: una volta profilata la clientela e decisi i segmenti da coinvolgere in una determinata operazione di marketing, il reparto Vendite può lanciare la campagna promozionale via mail o fax, registrando automaticamente nella scheda di ogni cliente contattato l'iniziativa e monitorando le adesioni o meno all'offerta.

