What are the keys to launching a new hotel?

1. **Determine the Best Location**

Location has traditionally been the most important critical success factor. In the right location, where competitors are not fulfilling all customer needs, a hotel can thrive. However, in a neighborhood that has heavy competition from existing hotels, success may not be so forthcoming.

1. **Plan for Capital**

Whether you buy an existing hotel, build one from scratch, or renovate a building into a hotel, you will need millions of dollars to invest. Assuming you do not have this money, you will need to seek bank loans and/or angel investment in your hotel.

1. **Have a Business Plan**

A simple, clear, but persuasive hotel business plan is necessary not only for you to think through how you will take on the opportunity, but for you to convince any investor or lender that you have the ability to do so. No savvy investor will be attracted by a lack of planning.

1. **Provide Exceptional Service**

Hotels achieve this critical success factor by ensuring the staff is knowledgeable, courteous and capable of resolving any conflicts that arise. Providing quality service also entails remembering the names and preferences of repeat visitors and giving advice about attractions and surroundings.

1. **Implement a Smart E-commerce Strategy**

A successful e-commerce strategy maximizes the economic value of your website and relies on three key factors:

* Your website's visibility
* Your website's sales focus
* The bookable offers you promote on your website
1. **Structure a Smart Pricing Strategy**

Set a smart pricing strategy that increases hotel occupancy. Determine room rates based on costs and market research. Pricing factors include:

* Staffing costs
* Room category
* Time and length of stay
* Maintenance costs
* Competitor pricing
1. **Be Flexible**

Customers can have completely different expectations of a hotel, so your team needs to be given the authority to make decisions to accommodate them when possible.

A manager with the authority to make exceptions can turn a situation around and earn a good reputation for quality customer service.

1. **Differentiate**

There are two fundamental ways to differentiate and gain a competitive edge: be better and be different:

1. Be significantly better at something that everyone provides by doing the underlying activities differently.
2. Create a meaningful product attribute that the competition doesn’t offer.
3. **Focus on Quality Management**

Quality management includes employee satisfaction and involvement.

By concentrating on employee satisfaction as well as customer service, a hotel can increase the likelihood that employees are happy and, in turn, provide excellent customer service.

1. **Invest in a Strategic Marketing Plan**

The goal of a hotel’s marketing plan is to ensure long-term success. Employ an integrated strategy that will reach your target market segments. Utilize marketing, public relations, advertising and sales efforts to gain brand recognition and ultimately drive revenue.

Каковы секреты успешной работы новой гостиницы?

1. **Выберите лучшее месторасположение**.

Расположение традиционно является решающим фактором успеха. Если место выбрано правильно, а конкуренты не удовлетворяют нужды потребителей, отель может оказаться процветающим.

1. **Спланируйте использование финансовых средств.**

 Покупаете ли вы уже существующий отель, или строите его с нуля, или перестраиваете уже имеющееся здание под отель, в любом случае вам нужны будут миллионные инвестиции. Если у вас нет таких денег, вам нужно будет брать кредит в банке и/или обратиться за финансовой помощью к инвесторам.

1. **Составьте бизнес-план**.

Простой, ясный и убедительный бизнес-план необходим не только для того, чтобы продумать, как лучше реализовать свои возможности, но и для того, чтобы убедить в успешной реализации этих возможностей заимодателя или инвестора. Ни один здравомыслящий инвестор не заинтересуется проектом, не имеющим

 плана реализации.

1. **Предоставьте безупречный сервис.**

Отели достигают этой важной для успеха цели, обеспечивая себя знающим и обходительным персоналом, способным решить любые возникающие конфликты.

Качественный сервис предполагает также запоминание имен и предпочтений постоянных гостей, а также умение посоветовать подходящие развлечения и сориентировать в окружающей обстановке.

1. **Внедрите разумную стратегию интернет продаж.**

Успешная стратегия интернет продаж значительно увеличивает экономическую выгоду вашего сайта и основана на трех основных правилах:

-внешняя привлекательность сайта

- торговая ориентация сайта

- акции по бронированию, предлагаемые вашим сайтом.

 6. **Разработайте грамотную ценовую политику.**

 Грамотная ценовая политика способна увеличить загрузку отеля. Устанавливайте стоимость номеров основываясь на маркетинговых исследованиях в данной области . При этом учитывайте:

 -стоимость оборудования номера

 -категорию номера

 -время и длительность проживания

 -стоимость технического обслуживания

 -конкурентоспособность цен.

 7. **Будьте гибкими**

Гости могут иметь самые разные ожидания от отеля, поэтому персонал должен иметь право принимать решения для удовлетворения их запросов, если это возможно.

Менеджер, наделенный правом делать исключения, может найти выход из сложной ситуации и создать репутацию отелю как имеющему качественный сервис.

 8. **Отличайтесь.**

Существует два основных пути отличиться и достичь пика конкурентоспособности: быть лучше и иметь то, что отличает вас от других.

1. Будьте явно лучше в том, что предлагают все, делая это по-особенному
2. Создайте выразительный атрибут, которого нет у конкурентов.

9.**Сосредоточьтесь на качественном менеджменте.**

Качественный менеджмент обеспечивает удовлетворенность персонала своей работой и его заинтересованность.

Концентрируясь на удовлетворенности персонала , а также на обслуживании гостей, отель может повысить вероятность того, что довольные работники в свою очередь обеспечат отличный сервис.

10. **Вкладывайте средства в стратегический маркетинговый план**.

Цель маркетингового плана отеля состоит в обеспечении долгосрочного успеха. Применяйте общую стратегию, которая позволит достигнуть поставленной вами цели в данном рыночном сегменте. Используйте маркетинг, связи с общественностью, рекламу и активную продажу для получения признания и в конечном счете достижения высокой доходности.