

Маркетингов одит

Маркетинговият одит предоставя възможността да се получи независима външна оценка за ефективността на дейностите в сферата на маркетинга и продажбите на хотелските услуги и да се идентифицират възможностите за оптимизиране на работните процеси в хотела. Целта на маркетинговия одит е да анализира и представи на хотелския мениджмънт (собственик, комплексен управител, хотелски управител, маркетинг мениджър, главен счетоводител) решения за оптимизиране на резултатите, **измервани чрез обема на продажбите, стойността на приходите и нивата на заетост на хотелската база.**

Одитът обхваща следните области:

- ❖ Функции и организация на работните процеси
- ❖ Процедури за вземане на решения
- ❖ Контрагенти
- ❖ Взаимодействие с останалите отдели в хотела
- ❖ Конфигурация на хотелски софтуеър
- ❖ Приемане и обработка на резервации (по e-mail, факс, телефон, online, на рецепция, от туроператори)
- ❖ Следене на заетости
- ❖ Рекламно присъствие

Одитът включва:

- ✓ Наблюдение и анализ на работните процеси
- ✓ Интервюта и анкети
- ✓ Оперативен доклад
- ✓ Решения и препоръки

Резултати/Цели:

- ✓ Повишаване на ефективността в сферата на Маркетинга и Продажбите
- ✓ Оптимизиране на дейностите (task & time management)
- ✓ Ясно дефиниране на целите
- ✓ Вземане на обосновани решения чрез използването на аналитични показатели
- ✓ Използване на информационни технологии и софтуеърни приложения
- ✓ Ръст на продажбите
- ✓ Максимизиране на приходите
- ✓ Оптимизиране на заетостите