

## Продуктов одит

Продуктовият одит включва цялостен оперативен анализ и обективна оценка на хотелския продукт и неговите елементи (настаняване, изхранване, ресторанти и заведения, СПА и уелнес, конферентни услуги, анимация, други допълнителни услуги) като целта е да бъдат идентифицирани и посочени **възможности за оптимизиране на приходите, чрез изграждане/промяна/подобряване на хотелски продукт, съобразен със съвременните тенденции в търсенето на хотелски и туристически услуги** на местния и чуждите пазари. Одитът включва методология и насоки за въвеждането на необходимите промени в хотелския продукт, които след завършването на одитния процес се предоставят на собственика на хотела (или на хотелския мениджмънт).

### **Одитът обхваща:**

#### **Елементите на хотелския продукт:**

- ❖ Хотел
- ❖ Ресторант(и) и бар(ове)
- ❖ СПА и Уелнес услуги
- ❖ Конферентен блок
- ❖ Анимация
- ❖ Други допълнителни услуги

### **Както и:**

- ❖ Човешки ресурси – органиграма, длъжностни характеристики, квалификация, работни процеси
- ❖ Рекламна и маркетингова стратегия
- ❖ Price / Quality ratio
- ❖ Конкуретна среда

### **Одитът включва:**

- ✓ Наблюдение и анализ на хотелския продукт
- ✓ Наблюдение и анализ на работните процеси
- ✓ Интервюта и анкети
- ✓ Програма „Таен клиент“
- ✓ Оперативен доклад
- ✓ Решения и препоръки
- ✓ Методология и насоки за въвеждането на нов хотелски продукт

### **Резултати/Цели:**

- ✓ Идентифициране на възможности за оптимизиране или промяна на хотелския продукт с цел бъдещо увеличение на приходите, чрез добавянето на стойност и/или предлагането на по – високо качество на хотелските услуги.
- ✓ Възможност за навлизане на нови пазари и привличането на нови клиенти

- ✓ Оптимизиране на дейности и процеси (task & time management) в технологията на обслужване и създаване на хотелския продукт с цел минимизиране на разходи
- ✓ Дефиниране на конкурентните предимства на хотела (хотелския продукт) и препоръки относно тяхното промотиране по отношение на пазарно позициониране, маркетингови стратегии, рекламни и корпоративни материали и др. Стр. | 2
- ✓ Идентифициране на нуждите от допълнително обучение на персонала
- ✓ Ръст на продажбите
- ✓ Максимизиране на приходите