

Verlag Innovatie inspiratie trip Andromeda Hotel & Hotel Upstairs

Tijdens een bezoek aan **Andromeda Hotel** en **Hotel Upstairs** aan de Belgische Kust (Oostende) gaven de general managers ons meer inzicht in de innovatieve management strategieën die ze toepassen.

- Om de bezettingsgraad van jouw onderneming te verhogen, zijn drie dingen cruciaal: locatie, prijs en bezoekerservaring. Vanuit een sterke visie met een zeer klantgerichte focus, werden kamerprijzen verlaagd en ontbijt inbegrepen in de prijs. Er werd een nieuwe ontbijtruimte met zicht op zee gecreëerd, zodat ook de mensen die geen zeezicht hadden op de kamer, van het zeezicht konden genieten. Het resultaat voor de bezoeker is een lagere prijs én betere ervaring.
- Het analyseren van reviews van jouw onderneming is van groot belang. Zo speelde Andromeda Hotel in op de zaken waar hun bezoekers online over praten. C-Hotels groep werken met een kwaliteitsmanager voor alle hotels: hij/zij bekijkt reviews en probeert oplossingen te vinden daar waar problemen opduiken.
- Het belangrijkste is om naar je bezoekers te luisteren en verschillende doelgroepen te bieden wat ze nodig hebben. Mensen die in jouw hotel verblijven voor zaken, willen graag ontbijten om 06u30 's ochtends, terwijl mensen die op vakantie zijn misschien willen uitslapen en ontbijten om 10u30.
- Elke medewerker heeft zijn/ haar verantwoordelijkheid en is bevoegd om actie te ondernemen. Bijv. de frontoffice heeft een lijst met alle mogelijke problemen die zich kunnen voordoen (in elke stap van de customer journey) met oplossingen voor elk probleem. Als er geen oplossing voor het probleem gevonden kan worden, kan de front office verantwoordelijke de manager bellen.
- Als je eigenaar bent van 10 hotels is het prioritair om aandacht te besteden aan de identiteit van elk hotel (Urban city concept, Art Deco-hotel, 4-sterrenhotel ...). Elk hotel heeft een identiteit nodig die verschillende bezoekers kan aanspreken met verschillende budgetten.

