



revitup

Hotel Digital & Revenue Mastering

CASE STUDY

ALIANTHOS GARDEN HOTEL





TO SUCCESS STORY
ΤΗΣ REVITUP & ΤΟΥ

ALIANTHOS GARDEN HOTEL

Εισαγωγικό σημείωμα

Το μοναδικό βιώσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για κάθε επιχείρηση είναι η γνώση. Τόσο το 2023 όσο και το 2024, στη Revitup επιλέξαμε να μοιραστούμε κομμάτι αυτής της γνώσης με την αγορά, καθώς πραγματικά πιστεύουμε όχι μόνο στις υπηρεσίες μας, αλλά και στο ελληνικό ξενοδοχειακό προϊόν - και μέλλον.

Η ανάγκη για δυναμική προσαρμογή μέσω της χρήσης των δεδομένων, καθιστά αναπόφευκτη την υιοθέτηση μίας νέας κουλτούρας, αυτής της ανοιχτής επικοινωνίας και της διαφάνειας, η οποία αποτελεί το βασικό χαρακτηριστικό των ψηφιακών υπηρεσιών.

Είμαστε πολύ χαρούμενοι που και φέτος, ένας πελάτης μας εμπιστεύτηκε την κουλτούρα μας στο να μοιραστούμε με την τουριστική αγορά, τους προμηθευτές μας και τους ανταγωνιστές μας τη γνώση. Για εμάς, η διαδικασία της ανοιχτής πληροφορίας, αποτελεί το επιστέγασμα μίας λέξης που χαρακτηρίζει μία ολοκληρωμένη υπηρεσία, την Εμπιστοσύνη. Ειδικά όταν το αντικείμενο της υπηρεσίας αποτελεί η Κερδοφορία του πελάτη, το πιο σημαντικό κομμάτι μιας επιχείρησης.

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε όλη την ομάδα μας, όχι μόνο για τον επαγγελματισμό που δικαιολογεί την εμπιστοσύνη, αλλά και που εργάστηκε για το παρόν συλλογικό έργο. Ευχόμαστε καλή σεζόν με καλή ανάγνωση και ελπίζουμε η παρούσα μελέτη περίπτωσης (case study) να φανεί χρήσιμη τόσο θεωρητικά όσο και πρακτικά, σε όσους αφιερώσουν μέρος του πολύτιμου χρόνου τους να την μελετήσουν.

Με εκτίμηση,
Γιώργος Εργαζάκης / Μηνάς Λιαπάκης
Ηράκλειο Κρήτης, Ιούλιος 2024



ΔΙΕΘΝΕΣ
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

ΣΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΠΡΟΪΟΝ ΤΟ 2024

Αισίως μία τριετία μετά την πανδημία του COVID-19, η οποία κυριολεκτικά μεταμόρφωσε τον τουριστικό κλάδο, οι διεθνείς προορισμοί ανταγωνίζονται μεταξύ τους τόσο για τον μαζικό τουρισμό, όσο και για τον μεμονωμένο και ποιοτικό ταξιδιώτη. Σε αυτό το δυναμικό πλαίσιο, οι ελληνικοί προορισμοί οφείλουν να αντιμετωπίσουν τις αλλαγές με ευελιξία και να προσαρμοστούν στις νέες απαιτήσεις της αγοράς. Την υψηλή ζήτηση για τους ελληνικούς προορισμούς, την οδηγεί η Αθήνα, με ταχείς ρυθμούς ανάπτυξης του ξενοδοχειακού προϊόντος της.

Το ερώτημα που αιωρείται, είναι τι μπορεί να βελτιώσει μία μεμονωμένη μέση οικογενειακή ξενοδοχειακή επιχείρηση. Επιπλέον, το ταξίδι γίνεται ακριβότερο, ο επισκέπτης θα διαφοροποιείται περισσότερο ποιοτικά, που σημαίνει και η ξενοδοχειακή υπηρεσία ωφέλιμο θα ήταν να αποκτήσει αντίστοιχα χαρακτηριστικά σε όλο τον κύκλο ζωής της.

Η εποχικότητα στους δημοφιλείς προορισμούς μειώνεται, η ζήτηση αυξάνεται και κανείς φυσικά δεν μπορεί να διασφαλίσει το πόσο θα διαρκέσει αυτό. Το βέβαιο είναι ότι αυτή η δυναμικότητα που χαρακτηρίζει την τουριστική αγορά, “επιβάλλει” **τη διαμόρφωση μίας ολιστικής στρατηγικής καταγραφής, παρακολούθησης και εξαγωγής συμπερασμάτων από “Big Data”,** την “υπερβολικά μεγάλη” δηλαδή ποσότητα δεδομένων.

Τα εν λόγω δεδομένα, εκτός του ότι με την κλιμακούμενη ψηφιοποίηση των υπηρεσιών θα αυξάνονται και οι απαιτήσεις επεξεργασίας τους, θα πρέπει να παρακολουθούνται καθημερινά από το Τμήμα Πωλήσεων και Μάρκετινγκ του εκάστοτε οργανισμού. Η κάθε ξενοδοχειακή επιχείρηση θα πρέπει να “μάθει” να τα διαχειρίζεται με τέτοιο τρόπο ώστε να προσαρμόζεται δυναμικά και ταυτόχρονα στη ζήτηση σε όλα τα στάδια της απευθείας (και όχι μόνο) πώλησης: στη διαθεσιμότητα, στην δυναμική τιμολόγηση και τελικά στην πιο κερδοφόρα κράτηση-πώληση του δωματίου-προϊόντος.



ΟΙ
ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ

ΤΗΣ ΕΙΚΟΝΑΣ

ΤΗΝ ΕΠΟΧΗ ΤΗΣ ΤΕΧΝΗΤΗΣ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗΣ

Την τελευταία περίοδο ένα δημοφιλές θέμα για τη διεθνή επιχειρηματική κοινότητα αποτελεί η τεχνητή νοημοσύνη και οι επιπτώσεις σε όλους τους κλάδους της αγοράς. Αυτό συμβαίνει, καθώς πολλές εργασίες που σήμερα εκτελούνται από ανθρώπους, θα εκτελούνται κάποια στιγμή με αυτοματοποιημένες διαδικασίες (ευφυή συστήματα), με όποια μορφή θα έχουν τα robots στο μέλλον. Στον τουριστικό κλάδο, εκεί όπου προς το παρόν χρησιμοποιείται πιο διαδεδομένα η τεχνητή νοημοσύνη, είναι η ψηφιακή εικόνα και η προώθηση των επιχειρήσεων και των προορισμών.

Πλέον υπάρχει η επιλογή της αυτόματης δημιουργίας video, με τη χρήση μόνο πρωτογενούς υλικού, κάνοντας τη διαχείριση του μείγματος επικοινωνίας και προώθησης σαφώς όσο πιο εύκολη μεν, τόσο και πιο πολύπλοκη δε, και από την άλλη η αυθεντικότητα του ίδιου προϊόντος θα αποτελεί σταδιακά πιο δυσεύρετο πόρο διαφοροποίησης. Συνέπεια των παραπάνω αλλαγών, θα είναι ότι κάποιοι προορισμοί θα υπάρχουν μόνο ψηφιακά και τότε το ζήτημα για τους Stakeholders του κλάδου (κράτη, επιχειρήσεις, εκπαιδευτικά ιδρύματα κ.ο.κ.) θα αποτελεί η ψηφιακή διαχείριση των πραγματικών προορισμών, πόσο μάλλον για μία χώρα όπως η Ελλάδα, όπου τα μοναδικά περιβαλλοντικά τοπία και η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά της, αποτελούν σημεία αναφοράς σε παγκόσμιο επίπεδο.

Ο συνδυασμός Ψηφιακής Στρατηγικής και Διαφημιστικής Αποδοτικότητας για το Revenue των Ξενοδοχειακών επιχειρήσεων

Το τμήμα Μάρκετινγκ και Πωλήσεων κάθε ξενοδοχείου πιέζεται για την αποτελεσματική προώθηση της ξενοδοχειακής επιχείρησης, με τη χρήση των ψηφιακών εργαλείων, το συντονισμό με τα δεδομένα ζήτησης, και την προσαρμογή σε μία αποτελεσματική στρατηγική έως το τέλος της ετήσιας περιόδου, η οποία να εξασφαλίζει τη βιώσιμη κερδοφορία της επιχείρησης. Όταν ο προορισμός διαθέτει υψηλή ζήτηση, σίγουρα το επιχειρηματικό ρίσκο είναι μικρότερο, όταν όμως ο προορισμός δεν είναι δημοφιλής και αναγνωρίσιμος διεθνώς, οι προκλήσεις απαιτούν διαφορετική αντιμετώπιση.

Στη ξεχωριστή τοποθεσία του Πλακιά στην Κρήτη, το Ξενοδοχείο Alianthos Garden επέδειξε την ικανότητα να μετεξελιχθεί και να ανταποκριθεί στις διαρκώς μεταβαλλόμενες απαιτήσεις της αγοράς, κάτι το οποίο θεωρούμε υποχρέωσή μας να αναδείξουμε ως Best Practice των ανθρώπων μας.



ΟΙ
ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ

ΤΗΣ ΕΙΚΟΝΑΣ

ΤΗΝ ΕΠΟΧΗ ΤΗΣ ΤΕΧΝΗΤΗΣ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗΣ

Στο πλαίσιο της τριετούς συνεργασίας μας με το Alianthos Garden, ο στόχος ήταν να αναπτύξουμε αφενός μια ολοκληρωμένη μακροπρόθεσμη Στρατηγική Μάρκετινγκ και Πωλήσεων, και αφετέρου να γίνουν ενέργειες που θα ενισχύσουν την αναγνωρισιμότητα του ξενοδοχείου, όπως και την διατήρηση της ήδη καλής εικόνας του καταλύματος. Άμεσος στόχος η αύξηση των κρατήσεων-πωλήσεων στο ξενοδοχείο και απώτερος στόχος η γενικότερη αναβάθμιση της επιχείρησης σε όλα τα επίπεδα.

Στο πλαίσιο αυτό, θα παρουσιάσουμε την Ολιστική Στρατηγική σε επίπεδο Πωλήσεων, Marketing και Performance, τις ενέργειες που εφαρμόστηκαν, αλλά και τα αποτελέσματα που επιτεύχθηκαν, ενισχύοντας ρεαλιστικά την παρουσία του καταλύματος στην αγορά. Το όραμα της προσέλκυσης νέων επισκεπτών και της διατήρησης της καλής εικόνας σε επισκέπτες που έχουν επισκεφθεί το κατάλυμα ή την περιοχή στο παρελθόν, έγινε πραγματικότητα μέσα από επίμονη ομαδική δουλειά, προσήλωση στους στόχους και εμπιστοσύνη στα δεδομένα.

Λίγα λόγια για το Alianthos Garden Hotel

Το ξενοδοχείο Alianthos Garden είναι ένα ξενοδοχείο τριών αστέρων που βρίσκεται στον Πλακιά Κρήτης. Η ακριβής χιλιομετρική απόσταση από το αεροδρόμιο Ηρακλείου είναι 115 χιλιόμετρα, ενώ από το αεροδρόμιο Χανίων είναι 97 χιλιόμετρα. Έχει δυναμικότητα 95 δωματίων και 8 τύπους διαμερισμάτων, με την πλειονότητά τους είναι δίκλινα ή τρίκλινα με λίγα διαμερίσματα και Studios (Garden View, Side Sea View και Sea View), ενώ πουλάει κυρίως Half Board, με δυνατότητα Bed & Breakfast. Το ξενοδοχείο είναι εποχικής λειτουργίας και παραμένει ανοιχτό από τον Απρίλιο έως τον Οκτώβριο, ακολουθώντας την τουριστική σεζόν της Κρήτης. Κύριες αγορές του ξενοδοχείου αποτελούν οι γερμανόφωνες αγορές.



ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

ΟΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΝΑΡΞΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η πρόκληση ενός μη δημοφιλούς προορισμού και η δυναμική πώληση δωματίων Online

- Το ξενοδοχείο βρίσκεται σε έναν τουριστικό προορισμό που δε διαθέτει ένα αρκετά ισχυρό Brand, γεγονός που επηρεάζει την έκθεση του καταλύματος στο online περιβάλλον, με αποτέλεσμα να αυξάνει τη δυσκολία να δημιουργηθεί μία συνεχής ροή κρατήσεων.
- Υψηλή εξάρτηση από τη Γερμανόφωνη αγορά - κυρίως από Γερμανούς Tour Operators - με ύπαρξη οικονομικού δίκλινου δωματίου ΜΟΝΟ για συμβόλαια.
- Οι τιμές τόσο ανά τύπο δωματίου όσο και ανά περίοδο, είναι υψηλότερες της τιμής του μέσου όρου τιμής δωματίου του προορισμού.
- Θέματα διαφοράς τιμών με wholesale κανάλια (χονδρικής) που επηρεάζουν τόσο την κερδοφορία ανά τύπο δωματίου, όσο την ημερήσια τιμή πώλησής του.
- Οι πωλήσεις βασίζονταν κυρίως στο φθηνότερο τύπο δωματίου, στις οποίες ακολουθούνται τακτικές overbooking/overselling που οδηγεί σε μείωση εσόδων.

Τι συμπεραίνει κανείς από τις προαναφερόμενες προκλήσεις;

Οι προκλήσεις καθιστούσαν ακόμα πιο επιτακτική την **Ολιστική Στρατηγική της Revitup σε επίπεδο Sales & Marketing**. Με λίγα λόγια, εκτός από την κύρια ανάγκη δημιουργίας του Ετήσιου Στρατηγικού Πλάνου, αυτή τη φορά η ομάδα μας είχε να αντιμετωπίσει μία ακόμα πρόκληση, την ύπαρξη ενός ξενοδοχείου σε έναν μη ευρέως γνωστό προορισμό.

Ένας άγνωστος στο ευρύ κοινό προορισμός αποτελεί μία μεταβλητή με ανισορροπία προσφοράς, που συνεπάγεται έκτακτες (και άγνωστες σε επίπεδο κόστους) ανάγκες σε διαφημιστικό budget, κάτι το οποίο αποτελεί ένα πολύ σημαντικό αντικίνητρο για μία ολοκληρωμένη διαφημιστική προβολή **που έχει στόχο την αύξηση του Revenue και του καθαρού κέρδους της επιχείρησης.**



ΠΩΣ ΚΑΤΑΦΕΡΑΜΕ ΝΑ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΟΥΜΕ ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΣΕ ΜΙΑ ΤΡΙΕΤΙΑ;

ΤΟ ΤΡΙΕΤΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΠΛΑΝΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ

Η Στρατηγική Μάρκετινγκ του Alianthos Garden βασίστηκε σε μια ολοκληρωμένη προσέγγιση που εστίασε στην ανάδειξη των μοναδικών χαρακτηριστικών του ξενοδοχείου και τη δημιουργία ακόμα πιο στενών σχέσεων με το υπάρχον κοινό αλλά και τη δημιουργία νέων κοινών.

Αναλύοντας λεπτομερώς το ανταγωνιστικό τοπίο και τις ανάγκες των επισκεπτών, αναγνωρίσαμε τις κύριες τάσεις της αγοράς και εντοπίσαμε κρίσιμες ευκαιρίες για την επέκταση των δραστηριοτήτων του Ξενοδοχείου.

Εστίασαμε στο αυτονόητο: οι τοπικές παραδόσεις, ο πολιτισμός και οι φυσικές ομορφιές του Πλακιά αποτέλεσαν την κύρια πηγή έμπνευσης για την ανάπτυξη πρωτότυπου περιεχομένου και τη δημιουργία μοναδικών εμπειριών για τους επισκέπτες.

Με στόχο τη βελτίωση της εικόνας του ξενοδοχείου, εφαρμόστηκε μια στρατηγική που συνδυάζει υπηρεσίες Ψηφιακού Μάρκετινγκ, Δημιουργία και Διαχείριση της Ιστοσελίδας, Social Media, Email Marketing και Διαχείριση online παρουσίας σε Metasearch κανάλια, με σκοπό την ενίσχυση του brand του πελάτη μας και την αύξηση των κρατήσεων, **δημιουργώντας ένα περιβάλλον εμπιστοσύνης** μεταξύ των επισκεπτών και του καταλύματος.

Στο **Ετήσιο Πλάνο Πωλήσεων που εκπονήθηκε**, δόθηκε έμφαση στη δημιουργία μιας ενιαίας στρατηγικής που συμπεριλαμβάνει όλα τα Segments των Πωλήσεων. Έπειτα, εφαρμόστηκαν συγκεκριμένες τακτικές που ενισχύουν τη χρήση του website του ξενοδοχείου ως αυτόνομου καναλιού, σε συνεργασία με τα υπόλοιπα κανάλια πώλησης, ώστε να επιτευχθεί ο στόχος της αύξησης των καθαρών εσόδων με βάση το αρχικό πλάνο.



TA DIGITAL ΕΡΓΑΛΕΙΑ

Η ΣΤΑΔΙΑΚΗ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΕΙΚΟΝΑΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ

Οι αγορές- στόχοι που επιλέγησαν, προέκυψαν αρχικά από έρευνα αγοράς, αναλύθηκαν και τμηματοποιήθηκαν. Στη συνέχεια, δημιουργήθηκε η πρόταση Revitup για το ετήσιο διαφημιστικό budget προς τη διοίκηση του ξενοδοχείου. Έπειτα από το συνδυασμό των δεδομένων και του πλάνου, ο τελικός πελάτης- επισκέπτης πείστηκε από την online διαφήμιση του ξενοδοχείου και τελικά επέλεξε τις διακοπές του στο ξενοδοχείο Alianthos.

Το συμπέρασμα της προσπάθειας είναι ότι λειτούργησε η online στόχευση που κάναμε και μετετράπηκε το αρχικό κοινό που στοχεύθηκε σε Lookers & Bookers. Ας δούμε επιμέρους κάποια στοιχεία από το σχεδιασμό και την υλοποίηση του πλάνου.

Το online marketing επιτρέπει ακριβώς αυτό το πράγμα στις επιχειρήσεις που το εφαρμόζουν με συνέπεια: **να συνδεθούν με τους πελάτες τους με πιο αποτελεσματικό και προσωποποιημένο τρόπο**. Υπάρχουν πολλά εργαλεία που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη δημιουργία μιας ισχυρής ψηφιακής παρουσίας για ένα ξενοδοχείο τα οποία και παραθέτουμε:

Brand Identity / Website

Η δημιουργία της νέας ιστοσελίδας αποτέλεσε καίριο βήμα για την ενίσχυση της παρουσίας του Alianthos Garden στο διαδίκτυο και την αύξηση της προβολής του. **Προσέφερε έναν μοντέρνο και ευανάγνωστο σχεδιασμό**, που αντανάκλασε την ποιότητα και τον χαρακτήρα του ξενοδοχείου. Ανέδειξε τα μοναδικά του χαρακτηριστικά και προσέφερε εύκολη πρόσβαση σε πληροφορίες για τις παροχές, τις τοπικές δραστηριότητες και τις ειδικές προσφορές.

Με τη βελτίωση της online εμπειρίας των επισκεπτών και την απλοποίηση της διαδικασίας κράτησης, η νέα ιστοσελίδα συνέβαλε στην αύξηση της κίνησης στον ιστότοπο και στην αύξηση των κρατήσεων, ενισχύοντας έτσι την επιτυχία του ξενοδοχείου. Η επίδραση της νέας ιστοσελίδας ήταν καταλυτική, τόσο για την εικόνα της επιχείρησης, όσο και για την αύξηση του απευθείας εσόδου.



TA DIGITAL ΕΡΓΑΛΕΙΑ

Η ΣΤΑΔΙΑΚΗ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΕΙΚΟΝΑΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ

Social Media

Τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης αποτέλεσαν ισχυρό εργαλείο για την αύξηση της αναγνωρισιμότητας και της διασύνδεσης με το κοινό για το Ξενοδοχείο Alianthos Garden. Μέσα από τη συνεχή ανάρτηση περιεχομένου, όπως φωτογραφίες και βίντεο από τις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου και τις τοπικές εμπειρίες, δημιουργήθηκε μια ζωντανή και διαδραστική κοινότητα.

Η αλληλεπίδραση με τους ακολούθους μέσω σχολίων, μηνυμάτων και ανταλλαγής απόψεων ενίσχυσε τη σχέση εμπιστοσύνης μεταξύ του ξενοδοχείου και των πελατών. Επιπλέον, η ενεργή παρουσία σε διάφορα κοινωνικά δίκτυα βοήθησε στην αύξηση της προβολής του ξενοδοχείου, προσελκύνοντας νέους επισκέπτες αλλά και συμβάλλοντας στην δημιουργία μιας μεγάλης κοινότητας.

Email Marketing

Το email marketing αποδείχθηκε ως ένα πολύ αποτελεσματικό εργαλείο για την επικοινωνία με τους υπάρχοντες και πιθανούς πελάτες του Ξενοδοχείου Alianthos Garden. Μέσω προσεκτικά σχεδιασμένων newsletters, παρείχαμε πληροφορίες για ειδικές προσφορές, εκδηλώσεις και πακέτα διακοπών, που κινητοποίησαν το ενδιαφέρον των παραληπτών. Με προσεκτικά επιμελημένα μηνύματα, είχαμε τη δυνατότητα να προβάλλουμε τα μοναδικά χαρακτηριστικά του ξενοδοχείου και τις εξαιρετικές υπηρεσίες του.

Η διαρκής παρακολούθηση και ανάλυση των αποτελεσμάτων, μας επέτρεψε να προσαρμόσουμε στρατηγικά τις καμπάνιες μας, βελτιώνοντας το ποσοστό ανοίγματος και την απόκριση των παραληπτών. Με την ενίσχυση της επικοινωνίας μέσω email, πετύχαμε την αύξηση των κρατήσεων και τη βελτίωση της συνολικής επιτυχίας του ξενοδοχείου.

Metasearch Channels

Η σωστή τοποθέτηση και παρουσία του καταλύματος σε δημοφιλείς μηχανές αναζήτησης ταξιδιών όπως TripAdvisor, Trivago, HolidayCheck (βασικό κανάλι στις γερμανόφωνες αγορές) και Google MyBusiness, αποτελούν καίρια εργαλεία για την επιτυχή προώθηση του Ξενοδοχείου Alianthos Garden.

Η παρουσία του ξενοδοχείου σε αυτά τα κανάλια επέτρεψε στην επιχείρηση να είναι ορατή σε εκατομμύρια ταξιδιώτες που αναζητούν τον ιδανικό προορισμό τους. Η προβολή σε αυτά τα κανάλια επέτρεψε στο ξενοδοχείο να προσελκύσει νέους πελάτες και να ενισχύσει την αναγνωρισιμότητά του.

Οι αξιολογήσεις και οι κριτικές που λαμβάνονται μέσω αυτών των καναλιών συνέβαλαν στην αύξηση της εμπιστοσύνης των πελατών και την απόφασή τους για κράτηση. Με τη στρατηγική του στα metasearch κανάλια, το ξενοδοχείο κατάφερε να αξιοποιήσει του δυναμικού της αγοράς και την επιτυχία του σε διεθνές επίπεδο.



PERFORMANCE

Η ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΗΣ ONLINE ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ: META & GOOGLE ADS

Το Alianthos Garden αποτέλεσε μια πραγματική πρόκληση για εμάς στο κομμάτι της διαχείρισης της online προώθησης, καθώς υπήρχε κοινό έξω από το βασικό κανόνα και δεν το στοχεύαμε έως το 2021. Ο προορισμός του Πλακιά δεν προσέλκυε μαζικό τουρισμό αλλά περισσότερο εναλλακτικούς ταξιδιώτες που θα ήθελαν να ανακαλύψουν τις πιο παρθένες ομορφιές της Κρήτης. Αυτό το ποιοτικό κοινό, στοχεύσαμε με το σωστό μείγμα προώθησης, και καταφέραμε να τους κάνουμε Lookers στο site μας, αναδεικνύοντας τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά τόσο του ξενοδοχείου, όσο του προορισμού.

Premiumization ξενοδοχείου & προορισμού

Η απόφαση που πάρθηκε ως ομάδα μαζί με τη διοίκηση του ξενοδοχείου, είναι να εφαρμοστούν ενέργειες με στόχο το premiumization του ξενοδοχείου αλλά και του Πλακιά συνολικά. Η ανάδειξη της ποιότητας ήταν αποτέλεσμα πολλών ενεργειών σε κομμάτι marketing, όπως για παράδειγμα η δημιουργία νέου website αλλά και των Πωλήσεων.

Σε αμιγώς διαφημιστικό επίπεδο το ξενοδοχείο ξεκίνησε να έχει μια συντεταγμένη και συνεχής προβολή σε Meta & Google Ads με χώρες στόχο τις παραδοσιακά δυνατές αγορές του προορισμού όπως η Γερμανία, αλλά και άνοιγμα νέων αγορών όπως Ηνωμένο Βασίλειο και Γαλλία.

Meta Ads

Σε επίπεδο Meta Ads προχωρήσαμε σε αρκετές ενέργειες που στόχο είχαν να αναδείξουν ξενοδοχείο & προορισμό. Με αυτές τις ενέργειες αναδείξαμε την ομορφιά της περιοχής και την συνδέσαμε με το ξενοδοχείο. Για παράδειγμα στοχεύσαμε Hikers και Nature Lovers, προβάλλοντας εμπειρίες Hiking που προσφέρει το ξενοδοχείο στους ταξιδιώτες, προβάλαμε τις όμορφες παραλίες της περιοχής συνδέοντας αυτές με εκδρομές που προσφέρει το ξενοδοχείο, αναδείξαμε ημέρες γευσιγνωσίας που προσφέρει το ξενοδοχείο και πολλές ακόμα ενέργειες παρόμοιου χαρακτήρα. Μεγάλη βοήθεια σε όλες αυτές τις ενέργειες ήταν το εκτεταμένο φωτογραφικό υλικό που είχε διαθέσιμο το ξενοδοχείο. Με τα παραπάνω αρχίσαμε να αναδεικνύουμε το ξενοδοχείο και τον προορισμό και να τον κάνουμε γνωστό στο σωστό κοινό, το κοινό που δεν αποτελεί μαζικό τουρισμό, αλλά απολαμβάνει την φύση και τις ομορφιές του κάθε τόπου.



PERFORMANCE

Η ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΗΣ ONLINE ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ: META & GOOGLE ADS

Google Ads

Σε επίπεδο Google Ads έγινε αντίστοιχη στόχευση στο κομμάτι των χωρών και αρχίσαμε στοχεύοντας αναζητήσεις από χρήστες που έψαχναν διαμονή στη Νότια Κρήτη. Σταδιακά όμως όλες οι παραπάνω ενέργειες καρποφόρησαν καθώς από τη σεζόν του 2022 άρχισαν να γίνονται αρκετές αναζητήσεις συγκεκριμένα για τον Πλακιά που πριν δεν υπήρχαν. Προφανώς όλες οι παραπάνω ενέργειες ευεργέτησαν συνολικά την περιοχή και τις επιχειρήσεις της αναδεικνύοντας την σε ένα μεγαλύτερο κοινό.

Μετρήσιμα διαφημιστικά αποτελέσματα σε τρεις σεζόν (2021-2024)

- Ενδεικτικό της ενδυνάμωσης του brand Alianthos Garden είναι η αύξηση των αναζητήσεων στο όνομα του ξενοδοχείου (στις αγορές στόχο) **στην πλατφόρμα της Google +59% (2022 vs 2021) και +56% (2023 vs 2022).**
- **2 εκατομμύρια χρήστες ετησίως** από τις αγορές-στόχους, είδαν κάποια διαφήμιση του Alianthos Garden στο δίκτυο της META (Facebook & Instagram) το 2023.
- Τις χρονιές 2021-2023 συνολικά μέσα από το δίκτυο διαφημίσεων της Meta, **ήρθαν στο website του Alianthos Garden πάνω από 100 χιλιάδες χρήστες.**

Έπειτα από την παρουσίαση των διαφημιστικών ενεργειών, σειρά έχει η παρουσίαση των **στρατηγικών ενεργειών στις Πωλήσεις και το Revenue.**



Η ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗΣ REVITUP

ΕΤΗΣΙΟ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΠΛΑΝΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΟΙ ΑΛΛΑΓΕΣ ΤΟΥ SALES MIX

Επιλογές και Προτεραιότητες Τα σενάρια για τα κανάλια πωλήσεων

Μέσα από το Ετήσιο Στρατηγικό Πλάνο Revitup, καταφέραμε και αναδείξαμε το Alianthos Garden από την ψηφιακή και χιλιομετρική απόσταση του Πλακιά τοποθετώντας το “δίπλα” στο Ρέθυμνο και βέβαια στην Κρήτη, σε επίπεδο προβολής και ψηφιακών αναζητήσεων. Ο συνδυασμός μίας online διαφημιστικής στρατηγικής μειορροπημένες τακτικές πωλήσεων, ήταν το κύριο ζητούμενο.

- Πρόβλεψη διαφορετικών σεναρίων βασισμένα στις προτεραιότητες και τις συνθήκες πώλησης του καταλύματος (budgeting).
- Σχεδιασμός στρατηγικής διαφοροποίησης του συγκεκριμένου ξενοδοχειακού προϊόντος (differentiation).
- Σχεδιασμός παροχής προϊόντων με Added Value, βασισμένος σε εμπλουτισμό της εμπειρίας του επισκέπτη και προώθηση τους μέσα από τα κανάλια πώλησης του ξενοδοχείου.
- Σχεδιασμός ή δημιουργία εξειδικευμένων προσφορών ανά τύπου δωματίου και ανά περίοδο, για τη βελτίωση της ισορροπίας στο Μιγμα Πωλήσεων.
- Προσέγγιση **Δυναμικής Τιμολόγησης** στηριζόμενο σε Ετήσιο Σχέδιο Πωλήσεων, - βασισμένο σε σενάριο Κερδοφορίας.
- Σχεδιασμένη προσέγγιση σε στοχευμένες πωλήσεις σε διαφορετικές περιόδους βασισμένες σε τάσεις της αγοράς, και δράσεις σε συμφωνίες και πρόγραμμα δραστηριοτήτων.

Η υλοποίηση του στρατηγικού πλάνου είχε μεγάλη επιτυχία λόγω της εμπιστοσύνης που έδειξε ο Ξενοδόχος προς την ομάδα της Revitup. Με πίστη στη στρατηγική μας, ο ξενοδόχος επέλεξε να ακολουθήσει πιστά το πλάνο & να επενδύσει στις στοχευμένες αγορές μέσω διαφημίσεων, ενισχύοντας το απευθείας κανάλι πωλήσεων. Ας ρίξουμε μια πιο λεπτομερή ματιά στη στρατηγική πωλήσεων και εισόδων.



Η ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗΣ REVITUP

Η ΒΙΩΣΙΜΗ ΚΑΙ ΡΕΑΛΙΣΤΙΚΗ ΛΥΣΗ: ΜΕΙΓΜΑ ΚΑΝΑΛΙΩΝ, ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ & ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Η συνεργασία μας με τον Alianthos ξεκίνησε το 2021

Η Revitup παρουσίασε το Annual Plan προβλέποντας τις πωλήσεις των επομένων ετών. Σε βάθος τριετίας καταφέραμε και ενισχύσαμε αποτελεσματικά τις απευθείας Πωλήσεις στο Website, αλλά και τα υπόλοιπα κανάλια με βάση την Ολιστική Στρατηγική μας. Πιο συγκεκριμένα, όπως φαίνεται στους παρακάτω πίνακες, καταφέραμε να βελτιώσουμε όλους τους Κύριους Δείκτες Απόδοσης, που καθορίζουν τη βελτίωση της Κερδοφορίας του καταλύματος (βλέπε Πίνακα 1 & 2):

METRICS	2021 - 2022	2022 - 2023	2021 vs 2023
Total Revenues	+69%	+15%	+95%
Website Revenue	+35%	+24%	+67%
ADR	+14%	+10%	+26%
Google Ads Revenues	+30%	+90%	+147%
META Ads Revenues	+87%	+209%	+479%
Website Visits	+105%	+55%	+216%
Total Impressions	+16%	+66%	+93%

Πίνακας 1: Κύριοι Δείκτες Απόδοσης 2021-2023



Η ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗΣ REVITUP

Η ΒΙΩΣΙΜΗ ΚΑΙ ΡΕΑΛΙΣΤΙΚΗ ΛΥΣΗ: ΜΕΙΓΜΑ ΚΑΝΑΛΙΩΝ, ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ & ΠΩΛΗΣΕΩΝ

ONLINE SALES	2022 vs 2021	2023 vs 2022	2023 vs 2021	PACE 2024 vs 2023
Total Revenue	+69%	+15%	+95%	+95%
Room Nights	+35%	+24%	+67%	+67%
Average Daily Rate	+14%	+10%	+26%	+26%

Πίνακας 2: Κύριοι Δείκτες Διαμονής 2021-2024

Ειδικότερα, με την εφαρμογή της Ετήσιας Στρατηγικής Πωλήσεων & Revenue που είχε σχεδιαστεί εκ των προτέρων, στοχεύσαμε στην βελτίωση των απευθείας κρατήσεων του καταλύματος σε βάθος τριετίας, και έπειτα από μία δύσκολη περίοδο, αυτή του COVID-19. Αποτέλεσμα αυτής της Στρατηγικής είναι η βελτίωση των Απευθείας Κρατήσεων σε σχέση με τα υπόλοιπα online κανάλια Πώλησης (Πίνακας 3).

ONLINE CHANNELS SALES MIX	2021*	2022	2023	2024
WebHotelier	72,5%	51%	55%	64%
Booking.com	25,0%	44%	40%	33%
Expedia.com	2,5%	5%	4%	2%
Booking.com	0%	0%	1%	1%

Πίνακας 3: Κύρια Κανάλια Πωλήσεων 2021-2024

*Περίοδος COVID-19



Η ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗΣ REVITUP

Η ΒΙΩΣΙΜΗ ΚΑΙ ΡΕΑΛΙΣΤΙΚΗ ΛΥΣΗ: ΜΕΙΓΜΑ ΚΑΝΑΛΙΩΝ, ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ & ΠΩΛΗΣΕΩΝ

ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΕΣ ΑΥΞΗΣΕΙΣ / ΕΤΟΣ	2020		2021*		2022		2023	
	Revenues	Nights	Revenues	Nights	Revenues	Nights	Revenues	Nights
% Online Revenue	13,32%		27,25%		28,35%		29,84%	
% Online διανυκτερεύσεων		10,87%		28,26%		40%		27,98%

Πίνακας 4: Ποσοστά ανά έτος σε Online Revenue & Nights του ξενοδοχείου σε σχέση με τα συνολικά Revenues & Nights
*Περίοδος COVID-19

Στατιστικά αποτελέσματα από το 2021 στο 2023:

- Αυξήσαμε το συνολικό revenue του ξενοδοχείου στα online κανάλια κατά 95%
- Αυξήσαμε το συνολικό revenue των Direct Bookings του website κατά 67%
- Αυξήσαμε τη Μέση Τιμή Δωματίου (ADR) στα online κανάλια κατά 26%
- Αυξήσαμε τις Διανυκτερεύσεις στα online κανάλια κατά 42%
- Αύξηση συνολικής Κερδοφορίας του ξενοδοχείου κατά 56%
- Αύξηση των online διανυκτερεύσεων από 10,87% το 2020 σε 27,98% το 2023 στο σύνολο των διανυκτερεύσεων.
- Αύξηση του online revenue από 13,32% το 2020 σε 29,84% το 2023 στο σύνολο των εσόδων.

Τα αποτελέσματα μας συνοπτικά

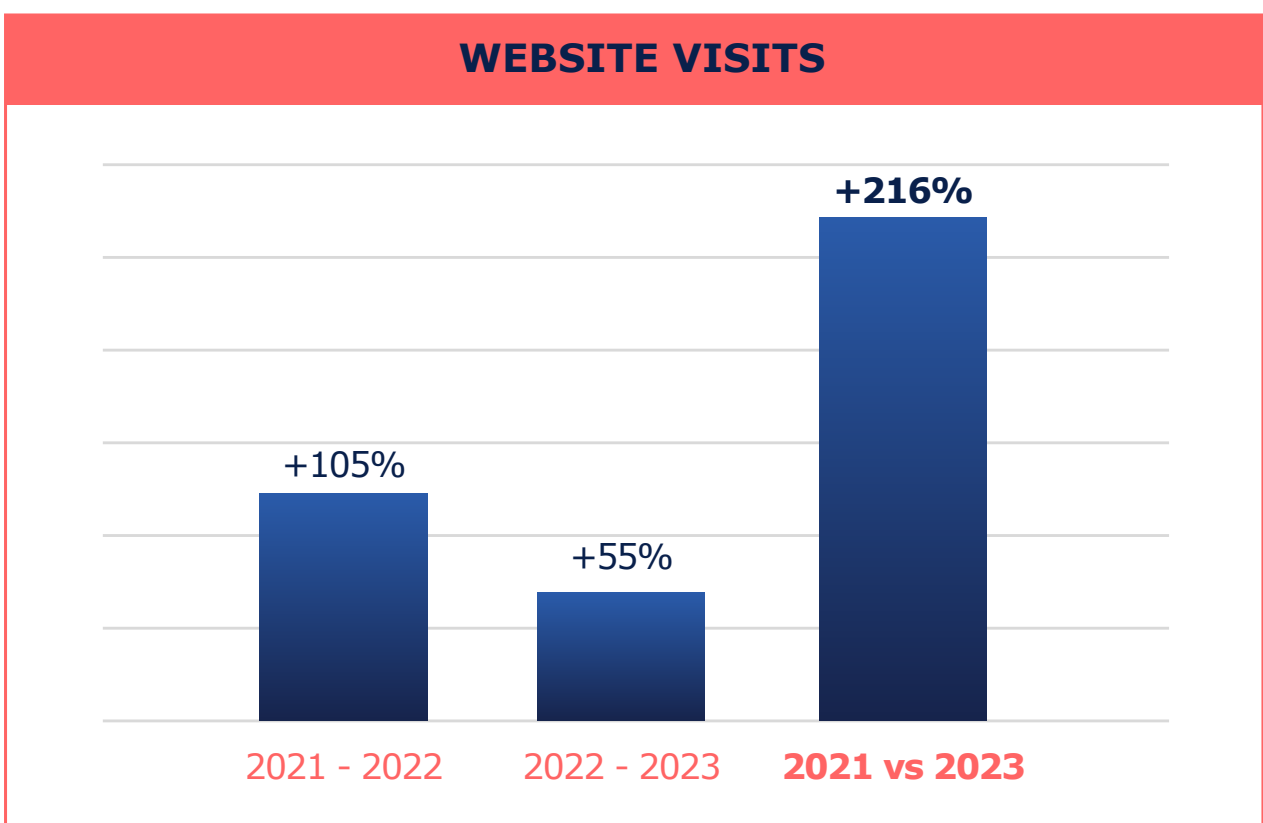
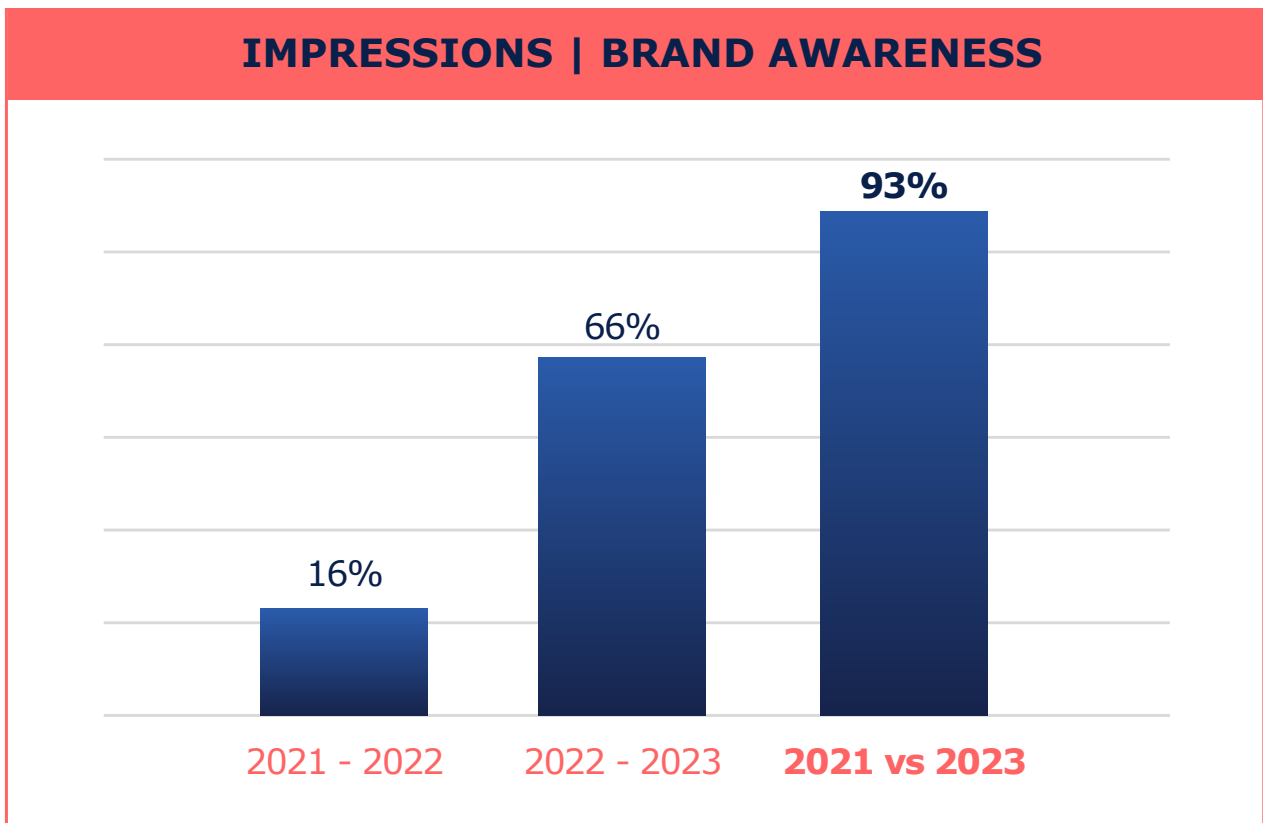
- Κάναμε **premiumised** το Alianthos και πείσαμε τον δυνητικό επισκέπτη να "δει" ένα ξενοδοχείο που δε γνώριζε έως τότε.
- Αντιμετωπίσαμε το **Seasonality** του καταλύματος πρώτα και έπειτα του προορισμού. Δεν εμφανιστήκαμε στις αναζητήσεις των ανθρώπων που αναζητούσαν το Ρέθυμνο, αλλά για Νότια Κρήτη.
- Ο **πελάτης** λοιπόν που σκόπευε να επισκεφτεί την Ελλάδα, την Κρήτη ή το Ρέθυμνο, τον καταφέραμε να τον κάνουμε να κλείσει τις διακοπές του στο Alianthos Garden Hotel.
- Παράλληλα **βοηθήσαμε συνολικά τον προορισμό του Πλακιά** να αναδειχθεί
- Επιπροσθέτως δημιουργήσαμε τη βάση και για **επαναληψιμότητα** επισκεπτών για τα επόμενα έτη!



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

INFOGRAPHICS

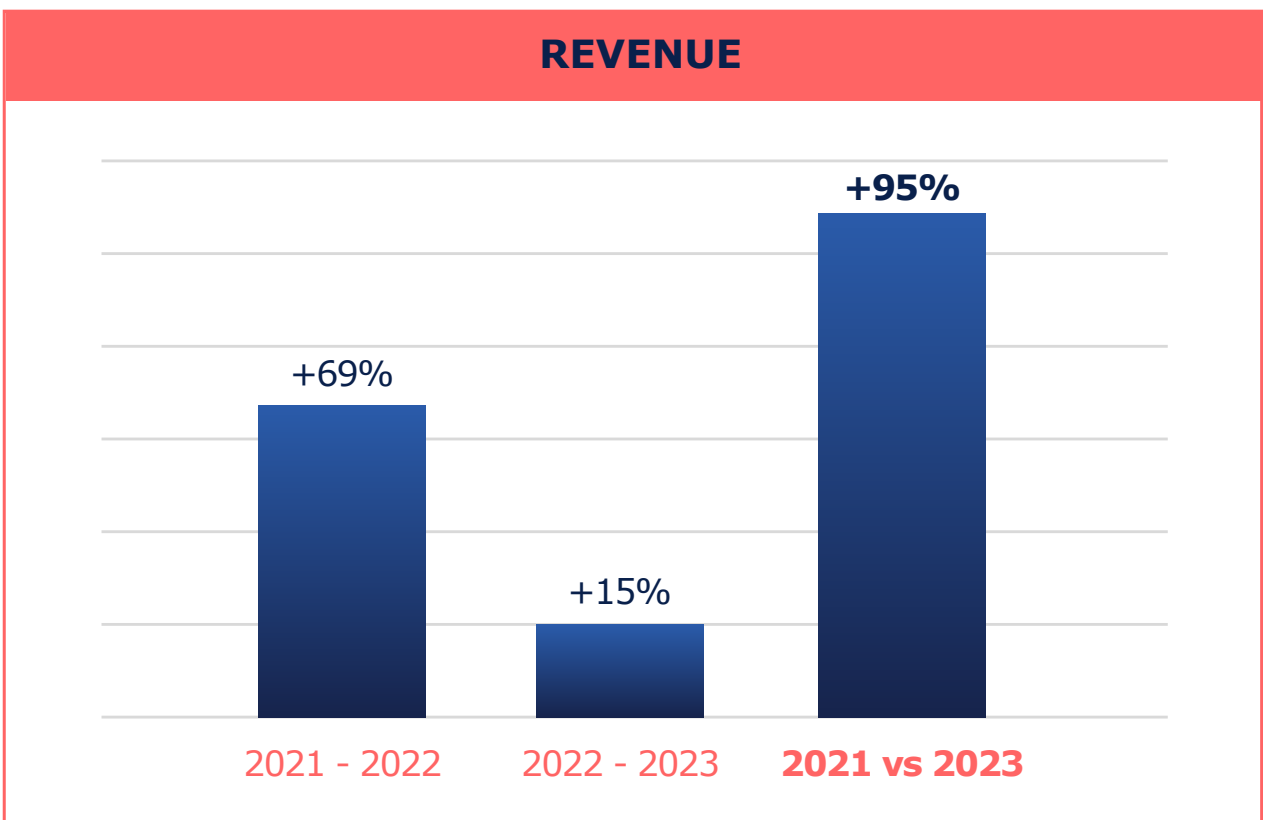
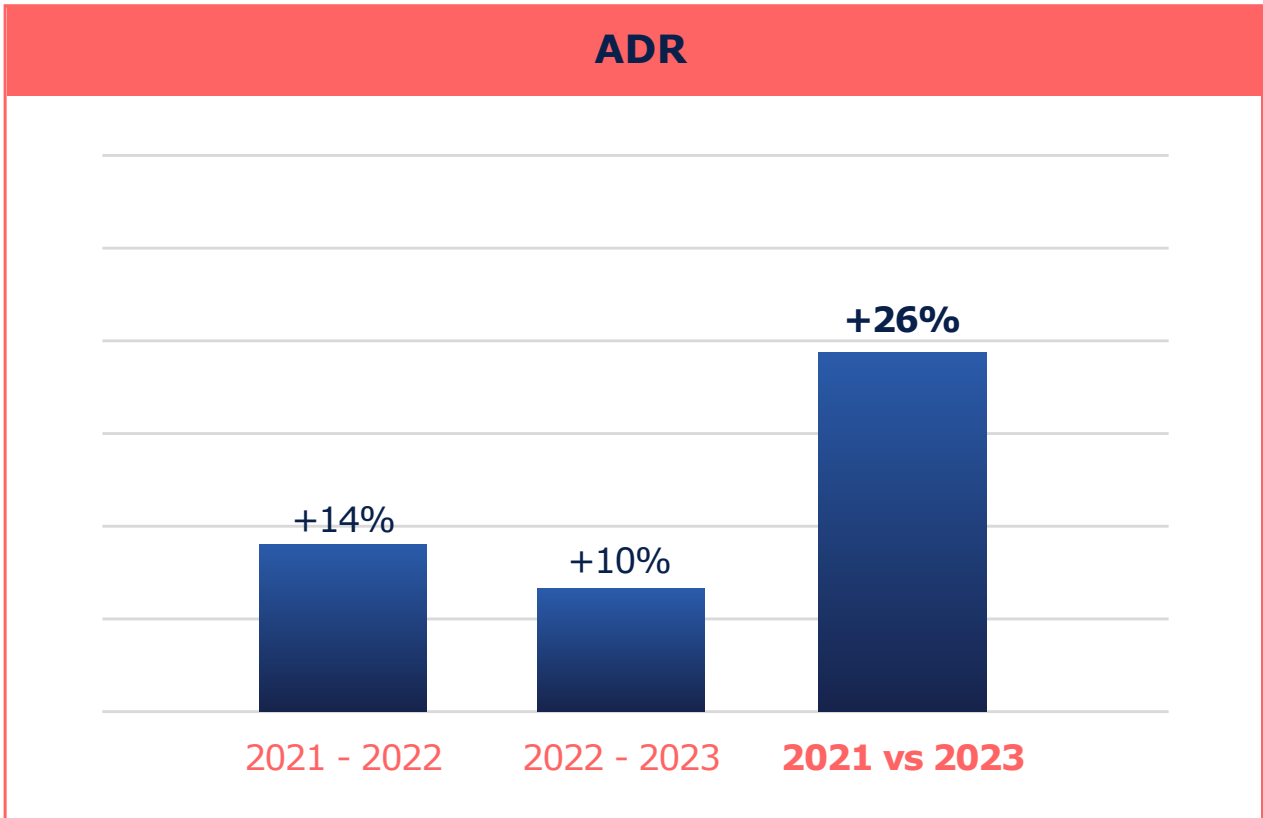
Παρακάτω θα δείτε πιο αναλυτικά πώς το στρατηγικό πλάνο της Revitur βοήθησε στη βελτίωση της online παρουσίας του ξενοδοχείου ανά χρονιά.





ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

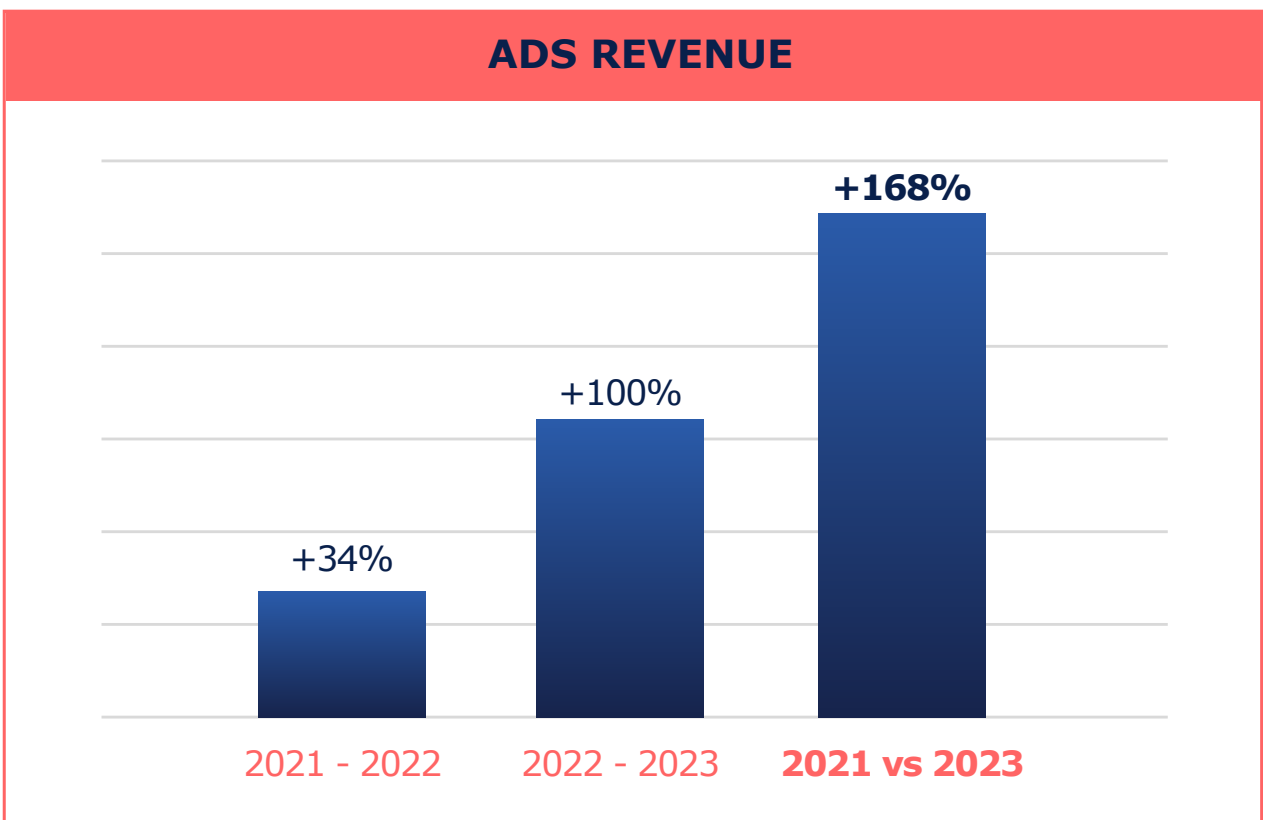
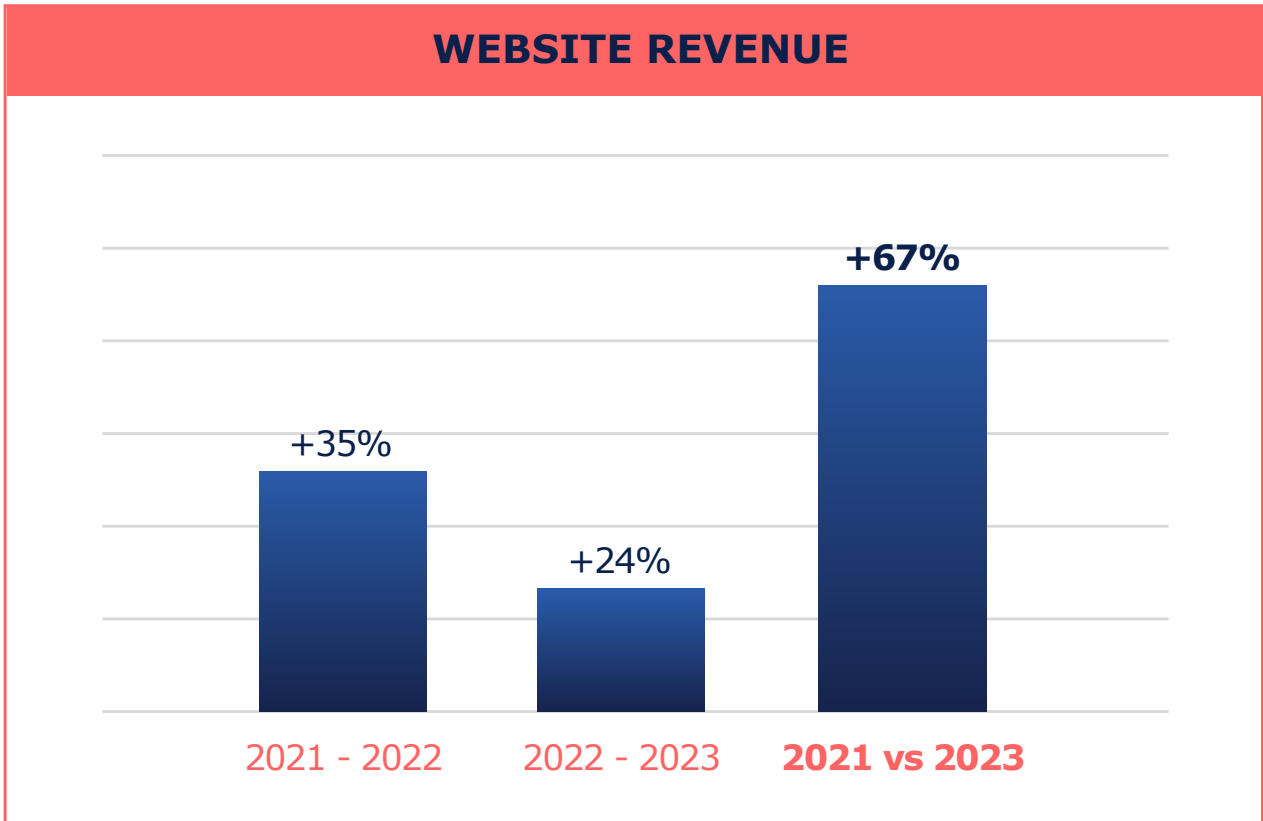
INFOGRAPHICS





ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

INFOGRAPHICS



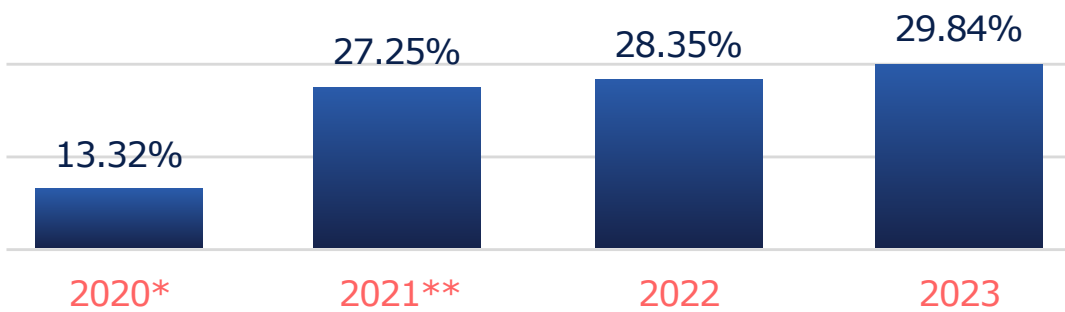


ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

INFOGRAPHICS

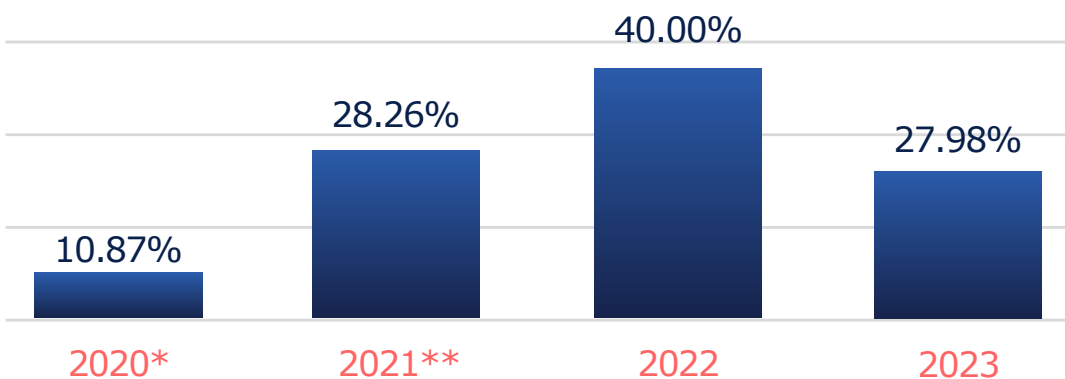
% ONLINE REVENUE (vs Total Revenue)

*Πριν την έναρξη της συνεργασίας μας
**Περίοδος COVID-19



% ONLINE ROOM NIGHTS (vs Total Room Nights)

*Πριν την έναρξη της συνεργασίας μας
**Περίοδος COVID-19





TO SUCCESS STORY
ΤΗΣ REVITUP & ΤΟΥ

ALIANTHOS GARDEN HOTEL

Κλείνοντας, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τόσο τη διοίκηση του ξενοδοχείου, όσο και τους συνεργάτες μας για το μοναδικό αυτό αποτέλεσμα. Όλα αυτά τα χρόνια ως Revitup προσπαθούμε να είμαστε δίπλα στον ξενοδόχο, μοιραζόμαστε τη γνώση και τα δεδομένα, στοχεύοντας μόνο στην κερδοφορία της επιχείρησής του, μέσω της ολοκληρωμένης πρότασής μας!

Η συνεργασία μας με την Revitup είναι και για τους δυο μας, αποδοτική, ανθρώπινη και ωφέλιμη. Δυνατά σημεία της συνεργασίας μας είναι η πολύ καλή επικοινωνία και η εμπιστοσύνη που έχουμε αναπτύξει με την ομάδα, καθώς και η εξειδίκευση τους στις online πωλήσεις και στο digital marketing. Τα αποτελέσματα ξεπέρασαν τις προσδοκίες μας, επομένως σίγουρα θα συνιστούσαμε τις υπηρεσίες της σε άλλους ξενοδόχους.

Κώστας Βαρδάκης – Ιδιοκτήτης Ξενοδοχείου Alianthos Garden

Επίλογος

Αυτά τα εντυπωσιακά αποτελέσματα δεν θα υπήρχαν χωρίς την καθημερινή προσπάθεια των συνεργατών μας και της συνεχής και άμεσης επικοινωνίας μας με τη διοίκηση του ξενοδοχείου, την οποία θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε για την εμπιστοσύνη και την άδεια για δημοσίευση των παραπάνω στοιχείων, με στόχο την εκπαίδευση της αγοράς και του Έλληνα ξενοδόχου.

Νιώθουμε συγκίνηση που η ομάδα μας αποτελεί τον πιο αξιόπιστο ψηφιακό συνεργάτη για τον Έλληνα ξενοδόχο, την εποχή της πληροφορίας και των δεδομένων.

Για εμάς το μόνο που αποδεικνύει το παρόν Case Study είναι ότι με τη σωστή ανάλυση δεδομένων, προγραμματισμό και ομαδική συνεργασία, το αποτελεσματικό Revenue Management αποτελεί ρεαλιστικό στόχο για κάθε ξενοδοχειακή επιχείρηση, που ατενίζει με αισιοδοξία το μέλλον.



ΕΤΗΣΙΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ

REVENUE BY REVITUP

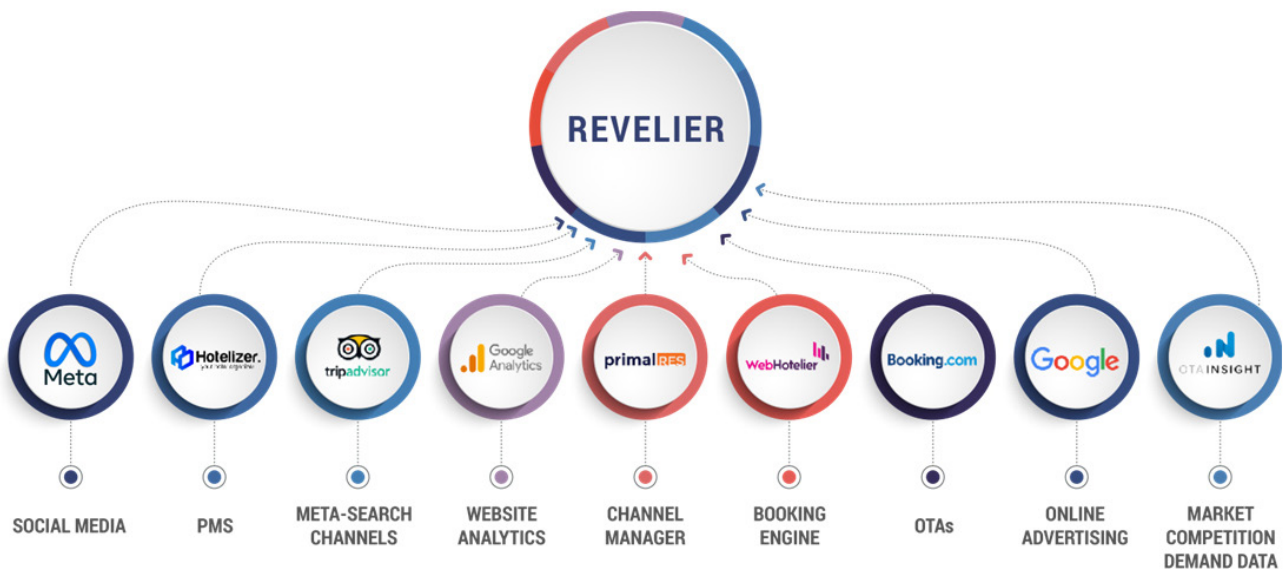
Πρώτο επίπεδο επικοινωνίας	Δεύτερο επίπεδο επικοινωνίας	Τρίτο επίπεδο επικοινωνίας
<p>Ετήσιος 360 Προγραμματισμός με Software και past dates data</p> <p>Ετήσιος σχεδιασμός για τη διάρθρωση σε επίπεδο τιμών, Μίγμα Πρόβλεψης & Στρατηγικής, Μάρκετινγκ & Πωλήσεων.</p> <p>Ετήσιος Διαδικτυακός Προγραμματισμός Μάρκετινγκ, βασισμένο σε δεδομένα πραγματικής ζήτησης του προορισμού και της Εταιρείας.</p> <p>Δημιουργία ετήσιου Διαφημιστικού Σχεδιασμού & Προϋπολογισμού, με βάση τις συγκεκριμένες ανάγκες της επιχείρησης και τα κανάλια Google Ads, Meta Ads και Tripadvisor Ads .</p>	<p>Μηνιαίο & Εβδομαδιαίο Επίπεδο εφαρμογής της Success Team</p> <p>Συνεχής παρακολούθηση της Τιμολογιακής Πολιτικής Ανταγωνιστών μέσω του εργαλείου OTA Insight.</p> <p>Συνεχής επικοινωνία με τη διεύθυνση του ξενοδοχείου σχετικά με τη διαθεσιμότητα.</p> <p>Συνεχής επικοινωνία για την Απόδοση Διαφημιστικών ενεργειών (Organic & Paid ads) σε META & Google Ads.</p> <p>Δείκτες ξενοδοχείου (Έσοδα, ADR, Ποσοστό πληρότητας, Νύχτες δωματίων, Διάρκεια Διαμονής, REVPAR)</p> <p>Αναφορά: Μηνιαία αποστολή reports όλων των εργαλείων και παρουσίαση σε προγραμματισμένα meetings.</p>	<p>Καθημερινός έλεγχος και επικοινωνία</p> <p>Καθημερινή παρακολούθηση των πωλήσεων δωματίων και δυναμική προσαρμογή τιμών.</p> <p>Καθημερινή παρακολούθηση και βελτίωση των τρεχόντων διαφημιστικών προγραμμάτων.</p> <p>Καθημερινή Προσαρμογή & Έλεγχος Επικοινωνίας εσωτερικά, διασφαλίζοντας συνεχώς την Ποιότητα Υπηρεσιών Διαφήμισης & Πωλήσεων.</p>



Η ΒΙΩΣΙΜΗ ΛΥΣΗ ΠΡΟΕΡΧΕΤΑΙ ΑΠΟ ΤΗ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΩΝ DATA

REVELIER: ΤΟ ΕΞΕΛΙΓΜΕΝΟ SOFTWARE ΣΥΛΛΟΓΗΣ & ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

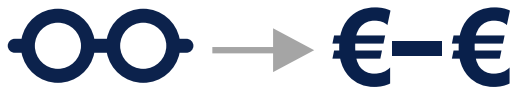
Το **Revelier** αποτελεί το εσωτερικό μας εργαλείο συγκέντρωσης και διαχείρισης δεδομένων με σκοπό την παρακολούθηση όλων των σημαντικών δεικτών (τα αποκαλούμενα και KPIs) αλλά και της συνολικής τουριστικής ζήτησης, σε όλα τα κανάλια (το Demand).



Με τη χρήση του **Revelier** συγκεντρώνουμε και παρακολουθούμε τα δεδομένα ώστε:

- Να αναγνωρίζουμε εκ των προτέρων τις ιδιαιτερότητες των διεθνών αγορών και πώς αυτές μπορούν να επηρεάσουν τις πωλήσεις
- Να ισορροπήσουμε το Μείγμα Πωλήσεων (προσφορά & ζήτηση)
- Να κατευθυνθούμε προς την σταδιακά την οικονομική ανεξάρτηση από τους πράκτορες (TOs)
- Να αυξήσουμε την σταθερή ροή εσόδων για την επιχείρηση
- Να οδηγήσουμε τις απευθείας κρατήσεις, ελέγχοντας τις πωλήσεις μέσω OTA's
- Να ελέγχουμε δυναμικά τις αγορές ώστε να πραγματοποιείται αποτελεσματικότερη διαχείριση της διαφημιστικής επένδυσης
- Να υποστηρίζουμε τον ξενοδόχο να επενδύσει στρατηγικά στις απευθείας πωλήσεις και να χτίσει την Online παρουσία του
- Να απελευθερώσουμε τη δυναμική του website του ξενοδοχείου, καθιερώνοντας το ως ένα κερδοφόρο εργαλείο

Ο ρόλος του ανθρώπινου παράγοντα ήταν και θα είναι ανέκαθεν καθοριστικός. Οι άνθρωποι μας συνεργάζονται με τον ξενοδόχο με βάση τον Ετήσιο Σχεδιασμό Revitur, συνδυάζοντας την τεχνολογία με την ανθρώπινη επαφή και επικοινωνία.



ΜΕΤΑΤΡΕΠΟΝΤΑΣ ΤΟΥΣ LOOKERS ΣΕ BOOKERS

Ο ΣΤΟΧΟΣ ΓΙΑ ΒΙΩΣΙΜΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ

Τα προαναφερόμενα νούμερα αποτυπώνουν ξεκάθαρα τόσο τη στρατηγική όσο και τα αποτελέσματα. Το ερώτημα που απασχολεί τον ξενοδόχο είναι η διαφημιστική δαπάνη και αποδοτικότητά της.

Η έξτρα πρόκληση που αντιμετωπίσαμε, της διαχείρισης ενός μη δημοφιλούς προορισμού σε επίπεδο διαφήμισης, μας έμαθε ότι με σωστό συντονισμό των καναλιών, μπορεί το Premiumization που τέθηκε ως στόχος να είναι εφικτός, ακόμα και για μία οικογενειακή επιχείρηση.

Η έμφαση στους Lookers με το στόχο να μετατραπούν σε Bookers αποτελεί για εμάς το επιστέγασμα μιας τριετούς συνολικής στρατηγικής που ανανεώνει τον κύκλο ζωής του ξενοδοχείου και το μετατρέπει σε μηχανή παραγωγής εσόδων μακροπρόθεσμα.



Η ΠΡΟΤΑΣΗ ΑΞΙΑΣ ΤΗΣ

REVITUP

Η πρότασή μας περιλαμβάνει ένα ολοκληρωμένο ετήσιο πακέτο υπηρεσιών:

- Συμβουλευτική για τα Offline Συμβόλαια και πλήρη διαχείριση για τα Online Συμβόλαια.
- Έμφαση στο ρόλο της Τιμολόγησης, το πιο δυναμικό κομμάτι του Μάρκετινγκ Πωλήσεων και Υπηρεσιών.
- Ομάδα συνεργατών τόσο για Πωλήσεις όσο και για Μάρκετινγκ- Διαφήμιση.
- Συλλογή και επεξεργασία ΟΛΩΝ των Δεδομένων που σχετίζονται με το ξενοδοχειακό προϊόν.
- Σταθερά meetings και απαντήσεις σε ΟΛΕΣ τις ερωτήσεις του συνεργάτη.
- Ψηφιοποίηση όλων των υπηρεσιών, με εύκολη πρόσβαση, ανταλλαγή αρχείων, μέσω τεχνολογικών εργαλείων.
- Μακροπρόθεσμη επένδυση στο Branding του ξενοδοχείου.



revitup

Hotel Digital & Revenue Mastering

Στοιχεία Επικοινωνίας

Ελλάδα

Διεύθυνση: Αθανασίου Καμπέλη 4, 71304, Ηράκλειο Κρήτης
Τηλ.: +30 2810801375
Κιν.: +30 6946492914
Email: hello@revitup.direct

Κύπρος

Διεύθυνση: Λευκώνας 22, 2ος όροφος, Στρόβολος, 2064, Λευκωσία Κύπρος
Τηλ.: +35799157695
Email: dimitris@revitup.direct