

Aparthotel

Performance Dashboard

Τύπος Ακινήτου: παραθαλάσσιο συγκρότημα με 11 studio.

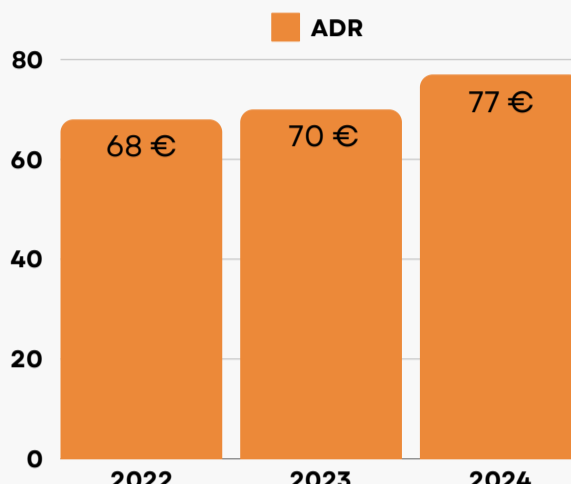
Τοποθεσία: Τερσανάς, Χανιά, Κρήτη

ΡΥΘΜΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Ο ρυθμός πωλήσεων ανα έτος αυξάνεται κατά 8%, ενώ η Μέση Τιμή Πώλησης (ADR) την υψηλή περίοδο είναι τα 100 ευρώ ανα ημέρα.

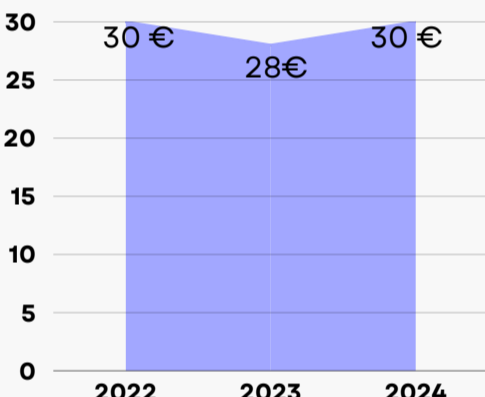
Μέση Αξία Κράτησης

€ 400 (Υψηλή Περίοδο)



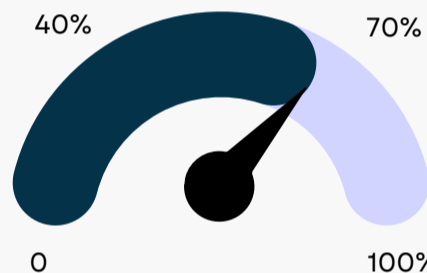
ΚΟΣΤΟΣ ΑΠΟΚΤΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΗ

Το κόστος απόκτησης ενός πελάτη ανά κράτηση έχει αυξηθεί στα +3%.



ΠΟΣΟΣΤΟ ΜΕΤΑΤΡΟΠΗΣ

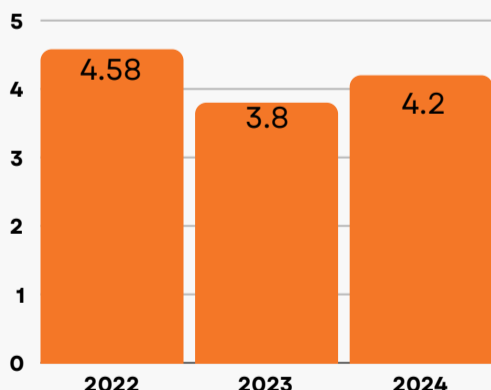
Ποσοστό μετατροπής αιτημάτων σε κράτηση.



Ποσοστό μετατροπής 68%

ΜΕΣΗ ΔΙΑΜΟΝΗ

Η μέση διάρκεια διαμονής του καταλύματος ανά κράτηση είναι οι 4 διανυκτερεύσεις.



ΠΟΣΟΣΤΟ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑΣ

Η πληρότητα ανά σεζόν (Απρίλιο έως Σεπτέμβριο) είναι 80%.



Διανυκτερεύσεις ανα έτος. 1597

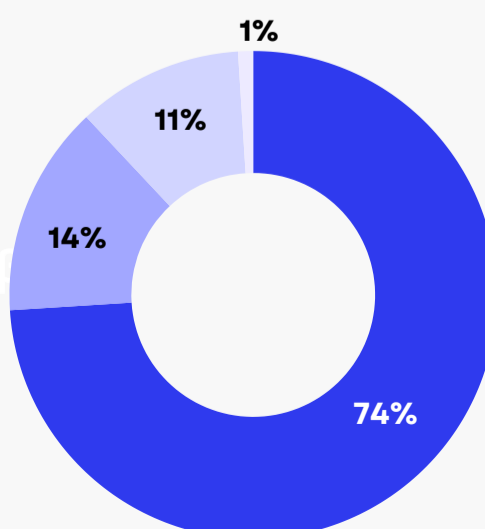
ΚΑΝΑΛΙΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

Booking.com 74%

Airbnb 14%

Website 11%

Other 1%



Case Study ApartHotel στην Περιοχή Τερσανά Χανίων

Παρουσιάζουμε την προσέγγιση που ακολουθήσαμε για ένα ApartHotel με 11 δωμάτια στην περιοχή Τερσανά των Χανίων, με κύριους στόχους την αύξηση της κερδοφορίας και την παροχή εξαιρετικής αξίας στους επισκέπτες.

Προκλήσεις Προ Διαχείρισης

Πριν αναλάβει η Hotelyzer τη διαχείριση, το ξενοδοχείο αντιμετώπιζε σημαντικά προβλήματα που επηρέαζαν την απόδοσή του. Οι κύριες προκλήσεις περιλάμβαναν:

- Έλλειψη Σύγχρονων Εργαλείων Διαχείρισης Εσόδων και Χρήσης Δεδομένων: Το ξενοδοχείο δεν χρησιμοποιούσε εργαλεία παρακολούθησης βασικών KPIs (RevPAR, Occupancy Rate, ADR), οδηγώντας σε χαμηλή πληρότητα και απουσία στρατηγικής τιμολόγησης.
- Μη Αξιοποίηση Προωθητικών Ενεργειών: Το ξενοδοχείο δεν εκμεταλλευόταν τα διαθέσιμα προωθητικά εργαλεία των πλατφορμών όπως οι Non-Refundable τιμοκατάλογοι και οι Early Bird προσφορές και Mobile .
- Μη Συσχέτιση Τιμοκαταλόγων με το Target Group: Έλειπαν εξειδικευμένα πακέτα και ευέλικτες πολιτικές πληρωμών που να απευθύνονται στο target group του ξενοδοχείου, όπως οικογένειες και ζευγάρια.
- Έλλειψη Προσαρμοσμένης Ψηφιακής Στρατηγικής: Η ψηφιακή προβολή και η ποιότητα των φωτογραφιών ήταν ανεπαρκείς, μειώνοντας την ανταγωνιστικότητα του ξενοδοχείου.
- Μη Αποτελεσματική Επικοινωνία με τους Επισκέπτες: Η επικοινωνία ήταν αργή και μη προσωποποιημένη, με αποτέλεσμα να μη δημιουργείτε engagement του πελάτη με το ξενοδοχείο.

Προσέγγιση από την Hotelyzer

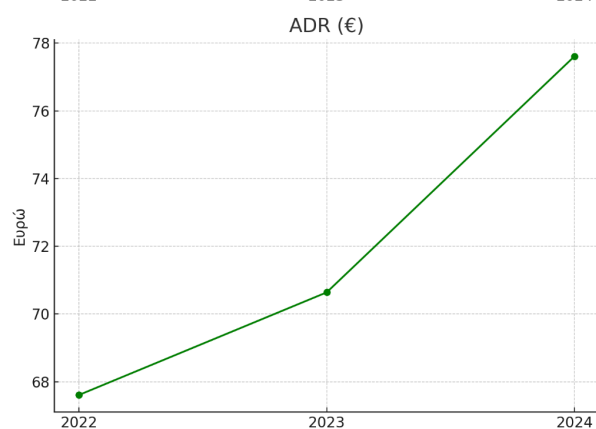
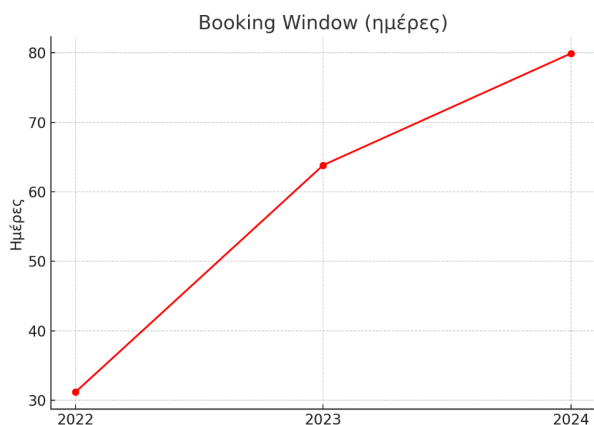
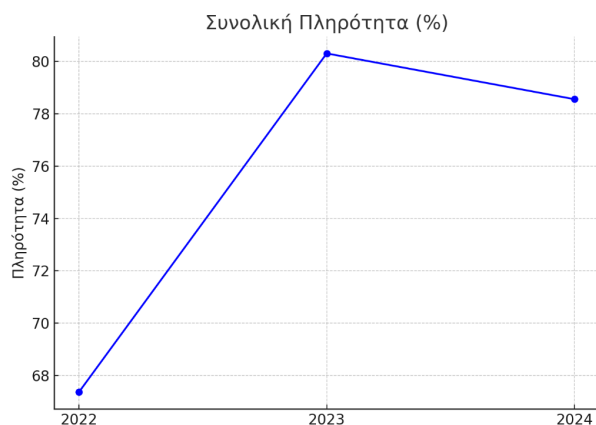
Η Hotelyzer εφάρμοσε μια ολοκληρωμένη στρατηγική εφαρμόζοντας μια συνολική προσέγγιση με στόχο τη βελτίωση της απόδοσης του ξενοδοχείου και της ικανοποίησης των επισκεπτών.

1. Κατηγοριοποίηση Δωματίων & Βελτιστοποίηση Διαθεσιμότητας: Αναδιοργανώσαμε τα δωμάτια σε κατηγορίες Multi Unit, προκειμένου να επιτύχουμε καλύτερη διαχείριση του ημερολογίου. Αυτή η στρατηγική ελαχιστοποιεί τα κενά ημερών και συμβάλλει στην αύξηση της πληρότητας.
2. Δυναμική Τιμολόγηση & Προσφορές: Εφαρμόσαμε δυναμική τιμολόγηση με βάση το Booking Window, τις ημέρες διαμονής και τις ακυρωτικές πολιτικές, ενώ εκμεταλλευτήκαμε προσφορές όπως Non-Refundable τιμοκαταλόγους και εκπτώσεις για κρατήσεις μέσω κινητών συσκευών.
3. Χρήση Τεχνολογίας & Μοντέλων Πρόβλεψης: Εισαγάγαμε δεδομένα στο RMS που χρησιμοποιεί τεχνητή νοημοσύνη για την προσαρμογή των τιμών σε πραγματικό χρόνο, με βάση τη ζήτηση.
4. Αυτοματοποίηση Επικοινωνίας & Βελτίωση Εμπειρίας Πελατών: Μέσω της white label υπηρεσίας μας, παρέχουμε εξατομικευμένες και άμεσες απαντήσεις στους επισκέπτες, προσφέροντας παράλληλα υπηρεσίες Concierge σαν να παρέχονται από το ίδιο το ξενοδοχείο. Αυτή η προσέγγιση ενισχύει την εμπιστοσύνη και τη σύνδεση του επισκέπτη με το ξενοδοχείο, συμβάλλοντας στη δημιουργία θετικής πρώτης εντύπωσης.
5. Concierge & Cross-Selling Υπηρεσίες: Ενσωματώσαμε υπηρεσίες Concierge, αυξάνοντας την ικανοποίηση των επισκεπτών και τα έσοδα μέσω cross-selling υπηρεσιών.

Αποτελέσματα Στρατηγικής

Η στρατηγική που εφαρμόσαμε είχε σημαντική θετική επίδραση στις επιδόσεις του ξενοδοχείου. Ακολουθούν τα αριθμητικά δεδομένα που αντικατοπτρίζουν τα αποτελέσματα της στρατηγικής μας για τα έτη 2022, 2023 και 2024:

Έτος	Σύνολο Διανυκτερεύσεων	Μ.Ο Ατόμων	Αριθμός κρατήσεων	Μ.Ο Διαμονής	Συνολική Πληρότητα	Booking Window	ADR
2022	1133	1,95	342	4,58	67,36%	31,19 ημέρες	67,61€
2023	1622	1,9	625	3,85	80,31%	63,84 ημέρες	70,64€
2024	1586	1,9	565	4,35	78,56%	79,91 ημέρες	77,61€



Ανάλυση Επιδόσεων Ξενοδοχείου (2022-2024)

Ανάλυση Αριθμητικών Επιδόσεων για το ApartHotel στην Περιοχή Τερσανά των Χανίων (2022-2024)

Ας αναλύσουμε τα βασικά αριθμητικά δεδομένα για τις περιόδους **2022**, **2023** και **2024**, όπως καταγράφονται στο αρχείο και να δούμε πώς επιτεύχθηκαν και διατηρήθηκαν τα αποτελέσματα μέσω των στρατηγικών που εφαρμόστηκαν.

Διανυκτερεύσεις

- **2022: 1.133 διανυκτερεύσεις**
 - **Πώς επιτεύχθηκε:** Το ξενοδοχείο λειτουργούσε χωρίς τη χρήση συστημάτων διαχείρισης εσόδων και στρατηγικών προώθησης. Ωστόσο, εφαρμόστηκε μια βασική στρατηγική προώθησης μέσω πλατφορμών όπως το **Airbnb** και το **Booking.com**. Η πληρότητα παρέμεινε σχετικά χαμηλή, καθώς οι υπάρχουσες πολιτικές τιμολόγησης και οι προσφορές δεν ήταν ανταγωνιστικές.
- **2023: 1.622 διανυκτερεύσεις**
 - **Πώς επιτεύχθηκε:** Μετά την εφαρμογή της **δυναμικής τιμολόγησης** και της αναδιοργάνωσης των δωματίων σε κατηγορίες **Multi Unit**, η διαχείριση του ημερολογίου βελτιώθηκε, ελαχιστοποιώντας τα κενά στις κρατήσεις. Η βελτίωση της προβολής μέσω πλατφορμών και η προώθηση ειδικών προσφορών οδήγησαν σε σημαντική αύξηση της αναγνωρισιμότητας και της ζήτησης.
- **2024: 1.586 διανυκτερεύσεις**
 - **Πώς διατηρήθηκε:** Παρά τη μικρή μείωση στις διανυκτερεύσεις, η **σταθεροποίηση** είναι φυσιολογική μετά την έντονη ανάπτυξη του προηγούμενου έτους. Το ξενοδοχείο συνέχισε να επωφελείται από τη δυναμική τιμολόγηση και τις προσφορές, προσελκύοντας ποιοτικές κρατήσεις που διατηρούν υψηλή πληρότητα.

Αριθμός Κρατήσεων (Bookings)

- **2022: 342 κρατήσεις**
 - **Πώς επιτεύχθηκε:** Το ξενοδοχείο διατηρούσε σταθερές τιμές, χωρίς ιδιαίτερη προσαρμογή ανάλογα με τη ζήτηση. Η έλλειψη **στοχευμένων προσφορών** και **προωθητικών ενεργειών** περιόρισε τις κρατήσεις σε αυτόν τον αριθμό.
- **2023: 625 κρατήσεις**
 - **Πώς επιτεύχθηκε:** Το 2023 εφαρμόστηκε δυναμική τιμολόγηση, με βάση την ανάλυση της ζήτησης και τη χρήση προσφορών όπως **Non-Refundable τιμοκαταλόγοι** και **εκπτώσεις μέσω κινητών συσκευών**. Αυτό συνέβαλε στην αύξηση των κρατήσεων, ενώ οι **στοχευμένες προσφορές** για ζευγάρια και οικογένειες αύξησαν την απήχηση του ξενοδοχείου.
- **2024: 565 κρατήσεις**
 - **Πώς διατηρήθηκε:** Παρά τη μικρή μείωση στον αριθμό κρατήσεων, το 2024 καταγράφηκε μια σταθεροποίηση. Αυτό αντικατοπτρίζει μια πιο **επιλεκτική στρατηγική** στην αγορά, επικεντρωμένη στην ποιότητα των κρατήσεων, με έμφαση στις πιο μακροχρόνιες και ποιοτικές διαμονές.

Μέσος Όρος Διαμονής

- **2022: 4,58 ημέρες**
 - **Πώς επιτεύχθηκε:** Οι μεγαλύτερες διαμονές οφείλονται στην έλλειψη προσφορών για σύντομες διαμονές, καθώς και στην απουσία ευέλικτων τιμολογιακών πολιτικών που να ενθαρρύνουν τη διαφοροποίηση της διάρκειας της παραμονής.
- **2023: 3,85 ημέρες**
 - **Πώς επιτεύχθηκε:** Η στρατηγική προσφορών για μικρότερης διάρκειας διαμονές, όπως οι προσφορές **last-minute** και **early booking**, μείωσε τον μέσο όρο διαμονής, καθώς προσελκύστηκαν και επισκέπτες για πιο σύντομες διακοπές.
- **2024: 4,35 ημέρες**
 - **Πώς διατηρήθηκε:** Η αύξηση του μέσου όρου διαμονής το 2024 αποδίδεται στη **διαφοροποίηση των εμπειριών** που προσφέρονται στους επισκέπτες μέσω υπηρεσιών **concierge** και **cross-selling**. Η προσφορά αυτών των υπηρεσιών έκανε πιο ελκυστική τη μεγαλύτερης διάρκειας παραμονή.

Συνολική Πληρότητα

- **2022: 67,36%**
 - **Πώς επιτεύχθηκε:** Η χαμηλή πληρότητα οφείλεται στην έλλειψη δυναμικής τιμολόγησης και προσαρμογής στις τάσεις της αγοράς. Η σταθερότητα των τιμών χωρίς προσφορές επηρέασε την πληρότητα, ειδικά κατά τις περιόδους χαμηλής ζήτησης.

- **2023: 80,31%**
 - **Πώς επιτεύχθηκε:** Η εφαρμογή της στρατηγικής **Multi Unit** οργάνωσης δωματίων, η οποία ελαχιστοποίησε τα κενά στο ημερολόγιο, και η **δυναμική τιμολόγηση** συνέβαλαν στη σημαντική αύξηση της πληρότητας. Οι προσφορές προσέλκυσαν μεγαλύτερο κοινό, αυξάνοντας τη ζήτηση.

- **2024: 78,56%**
 - **Πώς διατηρήθηκε:** Παρά τη μικρή πτώση, η πληρότητα παραμένει υψηλή λόγω της συνεχούς παρακολούθησης των τάσεων της αγοράς και της εφαρμογής ευέλικτων τιμολογιακών πολιτικών και **προωθητικών καμπανιών**.

Average Daily Rate (ADR)

- **2022: 67,61 €**

- **Πώς επιτεύχθηκε:** Το ADR παρέμεινε σχετικά χαμηλό, καθώς δεν υπήρχε προσαρμογή των τιμών με βάση τη ζήτηση ή την προσφορά εμπειριών προστιθέμενης αξίας.

- **2023: 70,64 €**

- **Πώς επιτεύχθηκε:** Η αύξηση του ADR αποδίδεται στη **δυναμική τιμολόγηση**, η οποία προσαρμόστηκε ανάλογα με τη ζήτηση και τις περιόδους αιχμής. Επιπλέον, η παροχή νέων υπηρεσιών και εμπειριών αναβάθμισε την αντιλαμβανόμενη αξία του ξενοδοχείου.

- **2024: 77,61 €**

- **Πώς διατηρήθηκε:** Η σταδιακή αύξηση του ADR οφείλεται στη στρατηγική προσέλκυσης ποιοτικών πελατών που είναι πρόθυμοι να πληρώσουν υψηλότερες τιμές για βελτιωμένες υπηρεσίες και εμπειρίες.

Booking Window

- **2022: 31,19 ημέρες**
 - **Πώς επιτεύχθηκε:** Οι κρατήσεις γίνονταν σχετικά κοντά στην ημερομηνία άφιξης, καθώς δεν υπήρχαν αρκετές προσφορές **early booking** ή άλλες στρατηγικές για να ενθαρρύνουν τους επισκέπτες να κλείσουν πιο νωρίς.
- **2023: 63,84 ημέρες**
 - **Πώς επιτεύχθηκε:** Το αυξημένο **booking window** οφείλεται στις προσφορές **early booking** και στις εκστρατείες που ενθάρρυναν τους επισκέπτες να κάνουν κρατήσεις νωρίτερα, απολαμβάνοντας εκπτώσεις.
- **2024: 79,91 ημέρες**
 - **Πώς διατηρήθηκε:** Η συνεχής βελτίωση του **booking window** δείχνει την ενίσχυση της εμπιστοσύνης των επισκεπτών, καθώς το ξενοδοχείο καθιερώθηκε ως δημοφιλής προορισμός μέσω **εξαιρετικών κριτικών** και των τιμολογιακών στρατηγικών που προσφέρει.

Κριτικές Επισκεπτών

Αυτά τα θετικά αποτελέσματα αποτυπώνονται με σαφήνεια στις κριτικές των επισκεπτών. Το ξενοδοχείο έχει καταφέρει να διατηρήσει εξαιρετική βαθμολογία 4.93 στο Airbnb, κερδίζοντας τη διάκριση Superhost. Εντυπωσιακά, σε μία από τις καταχωρήσεις του κατέκτησε τη σήμανση Guest Favorite (στις 27/09/2024). Από τον Ιούνιο του 2022, όταν αναλάβαμε τη διαχείριση του ξενοδοχείου, οι κριτικές στη Booking.com αυξήθηκαν σημαντικά από 14 σε 538, με μέσο όρο 9.4. Αυτές οι επιτυχίες αποδεικνύουν την αποτελεσματικότητα της ολοκληρωμένης στρατηγικής μας και την αυξανόμενη ικανοποίηση των επισκεπτών, οι οποίοι αναγνωρίζουν τις βελτιώσεις στην εξυπηρέτηση και την εμπειρία τους.

Συμπέρασμα

Συνολικά, η στρατηγική που εφαρμόσαμε έχει αποδείξει ότι η σωστή διαχείριση και η εστίαση στις ανάγκες των πελατών οδηγούν σε αυξημένη ικανοποίηση και, κατ' επέκταση, σε βελτιωμένα οικονομικά αποτελέσματα. Οι κριτικές των επισκεπτών είναι δείκτες της θετικής εντύπωσης που έχει δημιουργηθεί γύρω από το ξενοδοχείο. Με την συνεχή παρακολούθηση και προσαρμογή των στρατηγικών μας, είμαστε έτοιμοι να αντιμετωπίσουμε τις προκλήσεις της αγοράς και να διασφαλίσουμε την επιτυχία του ξενοδοχείου στο μέλλον. Η ικανότητά μας να προσαρμοζόμαστε και να βελτιώνουμε τις υπηρεσίες μας θα συνεχίσει να ενισχύει την πιστότητα των πελατών και να αυξάνει την αναγνωρισιμότητα του ξενοδοχείου στην αγορά.