

Hotelería

Dirigir un hotel no es fácil, conoce primero la cadena de valor de tu hotel (que actores y procesos intervienen en la gestión). En esta experiencia tendrás que gestionar el equipamiento del hotel, la publicidad, los precios de tus servicios y la formación de los empleados. Con ellos ofrecerás servicios de Alojamiento y Restauración a clientes de diferentes países buscando un equilibrio entre su satisfacción y tus resultados.

Nivel de Marca



Nivel de Equipamiento

Para crecer con rentabilidad, tendrás que manejar un presupuesto limitado. Controla tu hotel según los indicadores clave que te proponemos para asegurar el éxito.

Porcentaje ocupación habitaciones: un hotel debe buscar siempre el máximo de ocupación ya que supone aprovechar todos sus recursos y generar un mayor nivel de ingresos. **Debes incrementarlo, tu objetivo ha de ser el 100%.**

Ingresos de un hotel provienen de los clientes que se alojan y utilizan sus servicios. La principal parte viene del alojamiento, a ella hay que sumar la de restauración. **Puedes incrementarlo hasta un 10% en cada periodo.**

Los **beneficios** se generan tras restar a los ingresos todos los costes que permiten el funcionamiento del hotel (costes asociados a la prestación de los servicios, de marketing, de personal, generales o de mantenimiento) y los generados por los bancos (costes financieros) y los impuestos. **Puedes incrementarlo hasta un 10% en cada periodo.**

Valor de marca es la forma de medir el reconocimiento del hotel. **En una escala de 0 a 100, el máximo supone que todos aquellos posibles clientes del hotel lo conocen.** Un alto valor de marca es necesario para asegurar que tengas un alto número de clientes. Tener un buen nivel de marca no sólo implica un gasto en promoción sino también conseguir un alto grado de satisfacción de los clientes.

La satisfacción del cliente es la forma de medir si el cliente ha tenido una buena estancia en el hotel, si todos los servicios prestados han sido los esperados y si podemos esperar una nueva visita o que lo recomiende a otros clientes. **En una escala de 0 a 10 tienes que buscar el máximo.**

Todos estos indicadores se reflejan en el valor de la Compañía. Es el valor mediante el cual el mercado valora tu gestión. Debes aspirar a tener el mayor valor posible para tener éxito. Cada vez que tomes una ronda de decisión este valor cambiará evaluando tu desempeño. Compíte para ser el mejor.

Sin una buena estrategia y un control del presupuesto no podrás alcanzar el liderazgo.

