Слайд 1

## О нашем сервисе

«Море-Брони» ‒ это онлайн-сервис для продвижения гостиничных услуг на территории РФ. Компания использует свой сайт-агрегатор, создает собственные сайты для отелей, а также использует сторонние ресурсы, на которых клиенты могут найти всю информацию о гостинице, забронировать ее или связаться с отделом продаж. «Море-Брони» размещает рекламу отеля на более чем двадцати партнерских ресурсах.

Бронирование отелей всегда актуально как для индивидуальных путешественников, так и для корпоративного сегмента. В условиях ухода с рынка международных агрегаторов бронирования компания «Море-Брони» предлагает своим клиентам качественный сервис с разумным агентским вознаграждением.

Слайд 2

## Как это работает?

Перед сотрудниками отелей ежедневно стоит масса задач:

* выполнение бюджета;
* заполняемость номерного фонда;
* изменение тарифов;
* апгрейды;
* работа продажников и бронистов.

Чтобы успешно провести сезон и не «просесть» в менее прибыльные месяцы, нужно грамотно выстроить маркетинговую концепцию и продумать продвижение.

Слайд 3

## Заключение контракта

Все коммуникации «Море-Брони» с клиентами прозрачны и просты. Компании интересны партнерские взаимовыгодные отношения с отелями.

* Отель заключает агентский договор с «Море-Брони».
* В контракте прописывается ставка агентского вознаграждения от 14 до 20 %.
* Размер агентского вознаграждения зависит от количества потенциальных броней, стоимости номеров, средней загрузки гостиницы и ее расположения.
* Клиент находит гостиницу при помощи SEO-оптимизации и рекламы ресурсов«Море-Брони» в поисковиках.

Таким образом «Море-Брони» помогает отелям увеличивать стоимость номеров, длительность проживания и, соответственно, получать больше прибыли.

Слайд 4

## Преимущества сервиса

Как крупные, так и небольшие отели периодически сталкиваются с «просадкой» номерного фонда. Это не всегда происходит только в межсезонье, потому что, если гостиница не представлена на правильных целевых ресурсах, в разы меньше гостей смогут ее в итоге найти. «Море-Брони» работает в индустрии гостеприимства уже 5 лет, и главный ресурс компании –ее сотрудники. Это отдел продаж с грамотными маркетологами и менеджерами по работе с клиентами, которые точно знают, какие отели ищут гости, и как им помочь.

Слайд 5

## Упрощение отдела продаж

Вне зависимости от статусности и размера номерного фонда гостиницы, работа с «Море-Брони» принесет только пользу:

* небольшим отелям не нужно заводить свой отдел продаж и маркетинга для привлечения клиентов и работы с ними;
* крупные отели могут разгрузить свои отделы продаж и маркетинга и переправить их силы и опыт на другие задачи.

Вместе с сотрудниками отеля специалисты «Море-Брони» сфокусируются на основной для гостиничного бизнеса задаче ‒ поиске клиентов.

Слайд 6

## Решение главных проблем

Вне зависимости от типа отеля, во многих гостиницах примерно одинаковые проблемы, когда дело касается отделов продаж и маркетинга. Сотрудники «Море-Брони» давно работают в гостиничном бизнесе и знают, как найти подход к проблемам отеля, вернуть клиентов и привлечь новых.

Слайд 7

## Низкая загрузка

Низкая загрузка – это проблема не сегмента, а конкретного отеля. Возможно, номерной фонд медленно заполняется, потому что конкуренты демпингуют, имеют более успешную концепцию, продвигают свои услуги или попросту пользуются современными ресурсами для рекламы.

Слайд 8

## Стабильность дохода

Низкая загрузка не должна влиять на стабильный доход отеля. Даже если номерной фонд в течение года заполняется на 70 % вместо желаемых 90 %, - это уже довольно весомый вклад в годовой бюджет отеля, но с «Море-Брони» есть возможность увеличить его до максимально возможного.

Слайд 9

## Бизнес без просадок

В низкий сезон, когда гости менее активны, важно проводить правильную маркетинговую работу. «Море-Брони» поможет представить отель и регион, в котором он расположен, с такой стороны, что потенциальные гости оценят все преимущества отдыха в данном месте и сделают правильный выбор.

Слайд 10

## Преимущества отеля

В продаже номерного фонда важна концепция и поиск различных «фишек», которые привлекут гостя. Создание красивого функционального сайта обязательно выведет продажи на новый уровень. Современные клиенты чаще заказывают товары и услуги онлайн и при этом используют наиболее привлекательные как с точки дизайна, так и с точки функционала ресурсы. Обзаведясь достойным сайтом, есть больше возможности получить новых клиентов, которые не расстаются со своими гаджетами, ищут и бронируют отели онлайн.

Слайд 11

## Продвижение в сети

Даже самый красивый и дорогой сайт никогда не заработает без маркетинговой стратегии и SEO-продвижения. Не у всех отелей в штате есть специалисты, которые могут грамотно настроить таргетинг для продвижения ресурса компании. В штате «Море-Брони» много талантливых маркетологов, которые уже не первый год специализируются именно на гостиничном деле и знают, как вывести сайт отеля в топ.

Слайд 12

## Удобство для менеджмента

Автоматизация процессов бронирования – это новый шаг в сторону ухода от рутинного управления и перехода к модернизированному подходу в привлечении клиентов. На сайте можно просматривать статистику, отслеживать брони, что поможет менеджменту отеля наглядно видеть прибыль от работы с «Море-Брони».

Слайд 13

## Онлайн-бронирование – это современно

В отношения между бронистами и гостями нередко вмешивается человеческий фактор. Неправильно созданные брони, низка конверсия по входящим обращениям значительно просаживают показатели и прибыль гостиницы. Онлайн-бронирование – это выбор и действия самого гостя, без посредников между ним и отелем.

Слайд 14

## Нацеленность на результат

Отельеры, которые понимают, что гостиничный бизнес не стоит на месте, также нацелены на постоянное развитие и модернизацию своих рутинных внутренних процессов. С использованием ресурсов «Море-Брони» усилия и затраты на продвижение отеля всегда будут сопоставимы с высоким результатом. Компания помогает посмотреть на бизнес со стороны, оценить его сильные и слабые стороны, и на основании полученных результатов разработать концепцию движения в нужном для отеля направлении. У «Море-Брони» много проверенных инструментов, которые помогут вывести бизнес на новый уровень и перейти из низкой загрузки в долгожданный овербукинг.

Слайд 15

## Фокус на главном

Не все отели могут позволить себе полноценный отдел продаж и маркетинга как с точки зрения ресурсов, так и бюджета. Поэтому очень важно, в угоду развивающемуся бизнесу и технологиями, переводить общение с клиентами из русла холодных звонков и заказа дорогостоящей рекламы на стабильные партнерские программы.

Слайд 16

## Постоянное продвижение отеля

Сотрудничество с «Море-Брони» не ограничивается несколькими платными показами в сети. У отеля будет свой лендинг, на котором гости смогут найти полезную информацию, узнать о гостинице и забронировать ее. По всем вопросам они могут обратиться непосредственно к сотрудникам «Море-Брони», не отвлекая персонал отеля от приема гостей. Удобная онлайн-площадка и доступный интерфейс позволят легко разобраться с интернет-ресурсами и забронировать себе номер.

Компания «Море-Брони» заинтересована в том, чтобы у отеля были гости, так как агентское вознаграждение идет с каждого фактического клиента.

Слайд 17

## Запуск собственного сайта

У каждого отеля, который подписывает агентский контракт с «Море-Брони», будет свой лендинг с удобныой навигацией и интерфейсом. От отеля потребуется предоставить только логотип и фото, описание и стоимость номеров. Перед публикацией дизайн согласовывается с клиентом, возможно внесение дополнительных правок.

Слайд 18

## Заключение

Все сайты имеют одинаковую современную концепцию, но при этом стилизованы под конкретный отель. Это позволяет соблюсти все признанные мировые тенденции и при этом сохранить «лицо отеля» и узнаваемость бренда для гостей. «Море-Брони» поможет показать все плюсы гостиницы и донести до клиентов, почему им стоит сделать бронирование здесь и сейчас.

Хотите увеличить поток клиентов и повысить прибыльность отеля независимо от сезона? Обращайтесь в «Море-Брони» прямо сейчас!