

Είναι πολύ συχνό το φαινόμενο οι ξενοδόχοι, στην προσπάθειά τους να έχουν όσο το δυνατόν μεγαλύτερη πληρότητα, να «παίζουν» με τις τιμές τους, ειδικά στο τηλέφωνο αλλά πολύ περισσότερο με τους walk-in πελάτες. Η πολιτική αυτή μπορεί να αποδώσει βραχυπρόθεσμα αλλά το τελικό αποτέλεσμα θα είναι να έρθει σε ρήξη ο ξενοδόχος με τους τουριστικούς πράκτορες και να δυσφημιστεί το ξενοδοχείο στον πελάτη.

Σενάριο Α. Τηλεφωνώ στο φίλο μου τουριστικό πράκτορα και του ζητάω να μου κάνει μια κράτηση σε ξενοδοχείο στο βουνό για το Σαββατοκύριακο. Ο πράκτορας επικοινωνεί με το ξενοδοχείο, ρωτάει πόσο πουλάει το ξενοδοχείο το ίδιο και πόσο δίνει ΝΕΤ σε πρακτορεία και επικοινωνεί μαζί μου και μου δίνει μια τιμή. Εγώ όμως δεν είμαι χτεσινός, έχω και αρκετό χρόνο και όρεξη, και τηλεφωνώ ο ίδιος στο ξενοδοχείο. Μια με το καλό, μία με τη γκρίνια, καταφέρνω τον ξενοδόχο να μου κάνει μια καλύτερη τιμή! Αποτέλεσμα; Τηλεφωνώ στο πράκτορα, του λέω πόσο «μάγκας» είμαι και κατάφερα και πήρα καλύτερη τιμή και του λέω πως δεν κάνει καλά τη δουλειά του. Στη συνέχεια ο πράκτορας επικοινωνεί με το ξενοδόχο και του λέει πως δεν κάνει καλά τη δουλειά του!

Σενάριο Β. Συνέχεια του σεναρίου Α. Ξεκινάω να πάω στο ξενοδοχείο στο βουνό, που έχω κάνει κράτηση μόνος μου τελικά γιατί ο πράκτορας δεν έκανε καλά τη δουλειά του. Φτάνω στο ξενοδοχείο και ζητάω από το ξενοδοχείο να μου δώσει ένα δωμάτιο, χωρίς να ενημερώσω πως έχω κάνει κράτηση. Ο ξενοδόχος μου δίνει μια τιμή. Μια με τη γκρίνια, μια με το παρακαλετό, ζητάω καλύτερη τιμή. Ο ξενοδόχος με έχει μπροστά του, θεωρεί ότι θα μείνω κάπου, αν όχι σε εκείνον σε κάποιον ανταγωνιστή. Βλέπει το πλάνο του, έχει μία μόνο κράτηση από έναν μεμονωμένο (δηλαδή εμένα!), και μου δίνει τιμή χαμηλότερη και από αυτή που μου είχε δώσει στο τηλέφωνο. Δέχομαι την χαμηλή τιμή, σκέφτομαι πόσο «μάγκας» είμαι για μια ακόμα φορά και πόσο ο ξενοδόχος δεν κάνει καλά τη δουλειά του και «ξεγελάει» τον κόσμο. Δεν λέω στον ξενοδόχο πως δεν κάνει καλά τη δουλειά του, το λέω όμως σε φίλους και γνωστούς όταν θα γυρίσω πίσω. Ο ξενοδόχος απλά απορεί γιατί δεν τον ενημέρωσε η κράτησή του πως δεν θα έρθει…

Το συμπέρασμά μας είναι πως και στις δυο περιπτώσεις ο ξενοδόχος βγαίνει χαμένος. Καλό είναι λοιπόν να είμαστε επαγγελματίες και να σεβόμαστε τους συνεργάτες μας και τους πελάτες μας. Ξεκάθαρη τιμολογιακή πολιτική σημαίνει χαρούμενοι συνεργάτες και πελάτες που πληρώνουν το ξενοδοχείο αυτό που θέλει ο ξενοδόχος. Σταθερές τιμές λοιπόν για όλους, για να είναι όλοι ικανοποιημένοι. Ο ξενοδόχος πως πήρε τη αρχική υψηλή τιμή που ήθελε, ο πράκτορας πως έχει έναν αξιόπιστο συνεργάτη που μπορεί να του ξαναστείλει κόσμο και ο πελάτης πως δεν τον κοροϊδεύει κανείς. Και προς αποφυγήν παρεξηγήσεων, δεν υποστηρίζουμε πως το ξενοδοχείο δεν πρέπει να κάνει προσφορές, αλλά με αυτό θα ασχοληθούμε το επόμενο μήνα.

ΜΑΡΙΟΣ ΚΟΥΝΕΛΗΣ

eSales & eMarketing Specialist for Hotels