

现代化的属性销售模式 (ABS) 激发更多需求



产品需求

- 地点
- 便利性
- 功能
- 体验
- 价格
- 可靠性

顾客在进行酒店预订时的绝对需要应该要被满足



当下基础需求

服务需求

- 共情
- 公平
- 透明度
- 掌控力
- 更多选择
- 更多信息
- 可获得性

如果潜在需求得到激发，客户愿意超预算花更多的钱购买服务



情感冲动购买

情感驱动/以人为本的策略

- 预订支持
- 灵活性
- 房型咨询
- 节省时间
- 创造价值

客户愿意花多少钱来获得他们需要的东西。



预算

更高的消费意愿

- 15-25%之间

客户需要的和客户想要的之间，就是利润空间



额外支出



Customer

顾客

需求产生

终极期望

- 简单的预订流程
- 定制化产品
- 个性化服务
- 客人的总体满意度

属性销售模式 (ABS)

终极目标

- 以人为本 - 价值导向
- 增加总收入
- 重塑房价体系
- 积极可信的客户评价



设施

除了可以量化的基本服务之外，酒店还可以提供什么。

宾客体验

- 儿童娱乐套餐
- 超快 WiFi
- 延迟退房
- 室内冰箱定制饮品
- 托儿服务
- 健身/运动
- 行政楼层使用
- 会议室



房间类型

大小、楼层、床型等不同类型房型选择

更多选项

- 打造自己的房型。
- 更大的床型
- 更大的房间 (例如套房)
- 景观房
- 阳台
- 高楼层
- 超柔软蓬松枕头
- 免费水疗服务



其他服务

能够为客人提供的其他内务部产品和服务

增强服务

- 机场接机/送机
- 随时随地享用早餐和膳食
- 特殊饮食需求菜单
- 自行车/汽车租赁服务
- 干洗
- 24小时客房服务
- 再次预订可享额外会员积分
- 家庭保姆服务



技术平台

进行以上产品管理并满足客户预订需求，所需的相关技术和系统

所需技术：人工智能且基于开放的API

- 收益管理系统
- 先进的升级销售工具
- 开放的 PMS / CRS 系统
- 渠道管理系统