

procedura-crm-i-lojalnosc

PRZYKŁAD SOP-S-089

Tytuł procedury: CRM i lojalność

Dział: Sprzedaż

Numer procedury: SOP-S-089

Data wdrożenia: [do uzupełnienia]

Wersja: 1.0

Zatwierdził: Kierownik Sprzedaży / Dyrektor Hotelu

1. Cel

Celem procedury jest zapewnienie skutecznego zarządzania relacjami z gośćmi poprzez gromadzenie, analizę i wykorzystanie danych CRM w celu zwiększenia powtarzalności rezerwacji, budowy lojalności i personalizacji komunikacji marketingowej.

2. Zakres

Procedura obejmuje wszystkie działania związane z rejestracją danych gości, tworzeniem profili w systemie PMS/CRM, segmentacją, komunikacją przed i po pobycie, obsługą programu lojalnościowego oraz zgodnością z przepisami RODO.

3. Odpowiedzialność

Kierownik Sprzedaży – nadzoruje realizację polityki CRM i lojalności. Specjalista ds. Marketingu – prowadzi komunikację follow-up i kampanie lojalnościowe. Recepcja – rejestruje dane i aktualizuje profile gości. Revenue Manager – analizuje dane CRM w kontekście wartości klienta (CLV). Dział IT – utrzymuje system CRM i integracje z PMS.

4. Definicje

CRM (Customer Relationship Management) – system do zarządzania relacjami z klientami, integrujący dane kontaktowe, historię pobytów, preferencje i komunikację. CLV (Customer Lifetime Value) – wartość finansowa klienta w całym okresie relacji z hotelem. Program lojalnościowy – zbiór benefitów dla gości dokonujących powtarzalnych rezerwacji.

5. Opis postępowania**5.1. Rejestracja i aktualizacja danych**

- a) Recepcja podczas meldunku potwierdza dane kontaktowe (adres e-mail, telefon, kraj) i uzupełnia profil gościa w PMS/CRM.
- b) Każdy nowy gość otrzymuje unikalny numer profilu; dane duplikatowe są scalane przez administratora CRM (SOP-S-089-F1).
- c) Zgoda marketingowa (RODO) jest pozyskiwana pisemnie lub elektronicznie (SOP-S-089-F2).

5.2. Segmentacja klientów

- a) CRM automatycznie przypisuje gości do segmentów: indywidualny, biznesowy, rodzinny, VIP, OTA, lojalnościowy.
- b) Revenue Manager definiuje segmenty o wysokim CLV i rekomenduje działania marketingowe.
- c) Marketing opracowuje kampanie dedykowane dla wybranych grup (np. weekendy, święta, rocznice).

5.3. Komunikacja przed i po pobycie

- a) 3 dni przed przyjazdem – wysyłka wiadomości pre-stay SOP-S-089-F3 (potwierdzenie, wskazówki, cross-sell).
- b) 1 dzień po wyjeździe – wiadomość post-stay SOP-S-089-F4 (podziękowanie, prośba o opinię, zachęta do powrotu).
- c) Goście, którzy wyrazili zgodę marketingową, otrzymują newslettery z ofertami personalizowanymi.

5.4. Program lojalnościowy

- a) Uczestnictwo jest dobrowolne – zaproszenie do rejestracji przy meldunku lub po pierwszym pobycie.
- b) Rejestracja odbywa się poprzez formularz SOP-S-089-F5; gość otrzymuje numer członkowski i status

(Silver, Gold, Platinum).

c) Punkty naliczane automatycznie w systemie PMS/CRM: 1 pkt za każde 10 zł przychodu netto z usług hotelowych.

d) Wymiana punktów: rabaty, darmowe noclegi, vouchery, benefity spa lub gastronomiczne.

e) Warunki programu określa regulamin SOP-S-089-F6.

5.5. Analiza i raportowanie

a) CRM generuje raport miesięczny SOP-S-089-F7: liczba aktywnych profili, rezerwacje powrotne, wartość CLV, segmenty, wskaźnik konwersji newslettera.

b) Revenue Manager analizuje udział lojalnych gości w przychodzie i przekazuje rekomendacje do Kierownika Sprzedaży.

c) Marketing optymalizuje komunikację na podstawie open rate, CTR i ROI kampanii.

5.6. Ochrona danych osobowych

a) Dane w CRM przetwarzane są zgodnie z polityką RODO i regulaminem prywatności hotelu.

b) Dostęp do systemu mają wyłącznie upoważnieni pracownicy – lista dostępów w SOP-S-089-F8.

c) Goście mogą w każdej chwili zażądać usunięcia danych (formularz SOP-S-089-F9).

5.7. Utrzymanie systemu CRM

a) IT/Administrator CRM przeprowadza backup bazy danych raz w tygodniu.

b) Co miesiąc weryfikowana jest poprawność integracji PMS-CRM-mailing.

c) Dublujące się lub nieaktywne rekordy są czyszczone zgodnie z harmonogramem SOP-S-089-F10.

6. Dokumentacja

Rejestr profili SOP-S-089-F1, zgoda RODO SOP-S-089-F2, szablony pre- i post-stay SOP-S-089-F3/F4, formularz rejestracyjny SOP-S-089-F5, regulamin programu SOP-S-089-F6, raport CRM SOP-S-089-F7, lista dostępów SOP-S-089-F8, formularz usunięcia danych SOP-S-089-F9, harmonogram czyszczenia danych SOP-S-089-F10.

7. Kontrola i audyt

Kierownik Sprzedaży i Administrator CRM przeprowadzają kwartalną kontrolę jakości danych i zgodności z RODO. Raz w roku audyt efektywności CRM (CLV, retencja, open rate, ROI kampanii).

8. Załączniki

Załącznik 1 – SOP-S-089-F1 Rejestr profili. Załącznik 2 – SOP-S-089-F2 Zgoda RODO. Załącznik 3 – SOP-S-089-F3 Pre-stay. Załącznik 4 – SOP-S-089-F4 Post-stay. Załącznik 5 – SOP-S-089-F5 Formularz lojalnościowy. Załącznik 6 – SOP-S-089-F6 Regulamin programu. Załącznik 7 – SOP-S-089-F7 Raport CRM. Załącznik 8 – SOP-S-089-F8 Lista dostępów. Załącznik 9 – SOP-S-089-F9 Formularz usunięcia danych. Załącznik 10 – SOP-S-089-F10 Harmonogram czyszczenia danych.