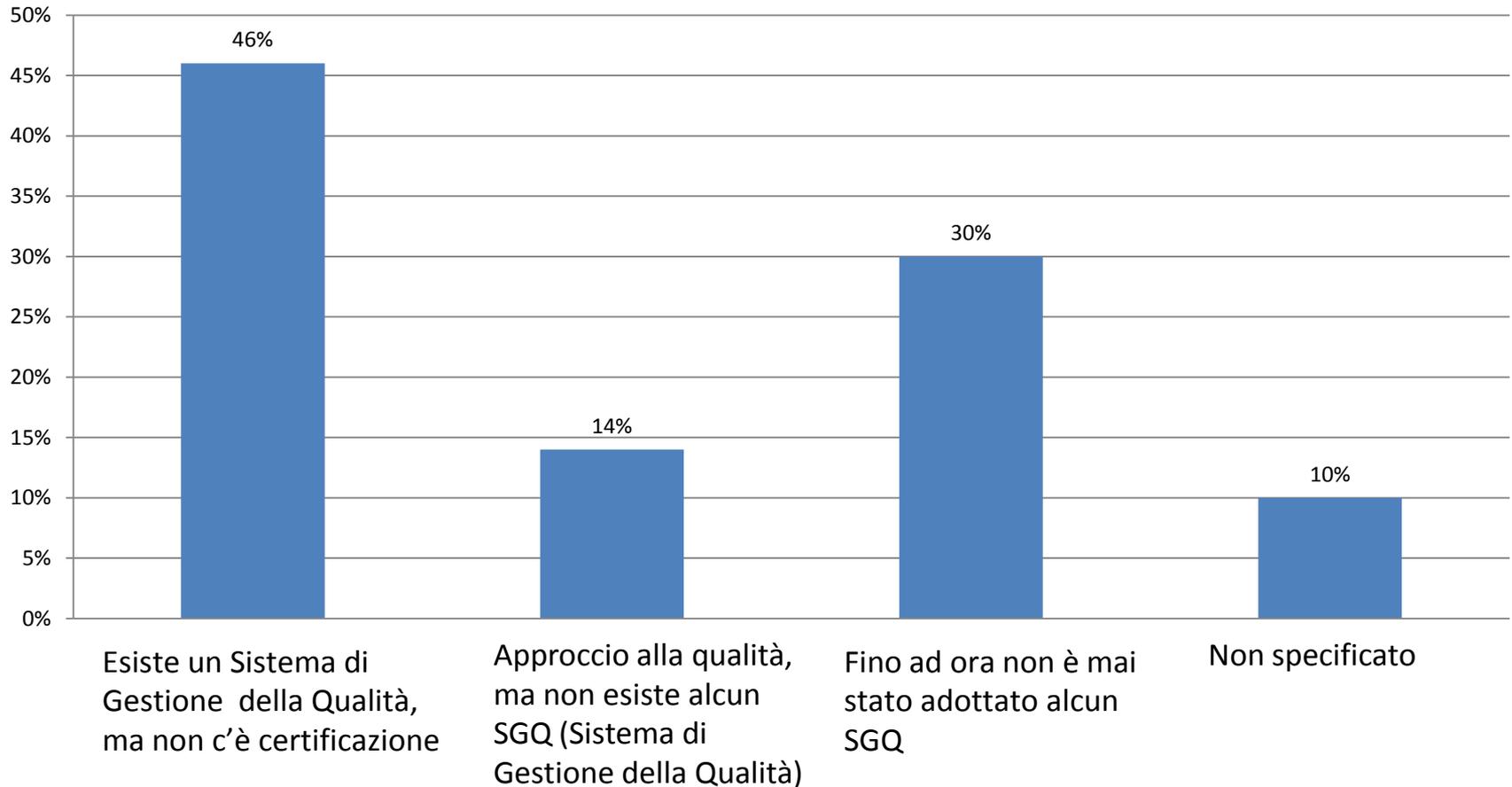


Indagine conoscitiva sui fabbisogni delle strutture ricettive alberghiere

Dati operativi

La sua struttura adotta politiche di gestione dei processi legati al miglioramento della qualità?

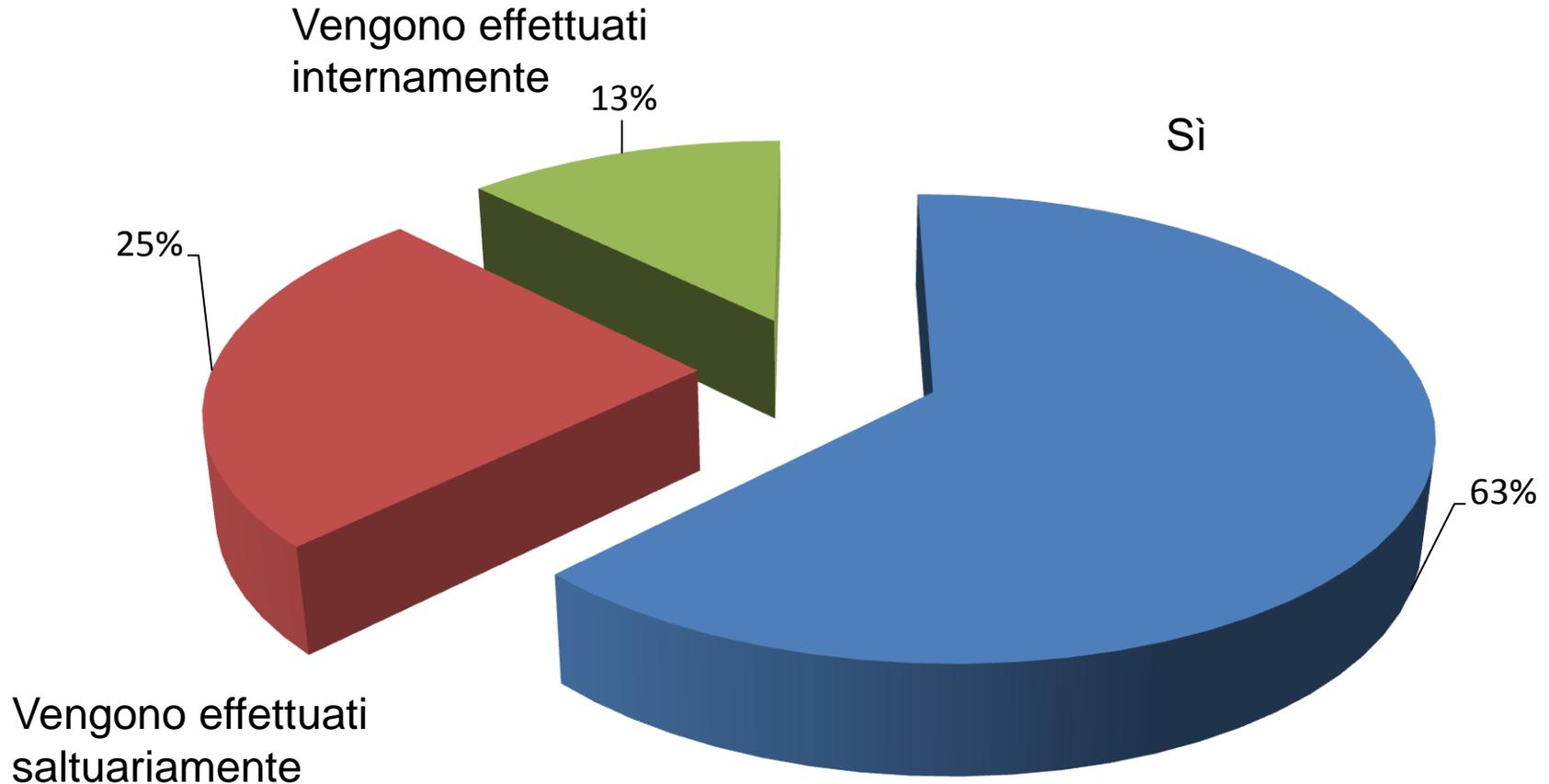


La sua organizzazione adotta strumenti di web marketing orientati a migliorare il posizionamento del prodotto sulla rete e ad incrementare la “reputation” nei confronti dei clienti?

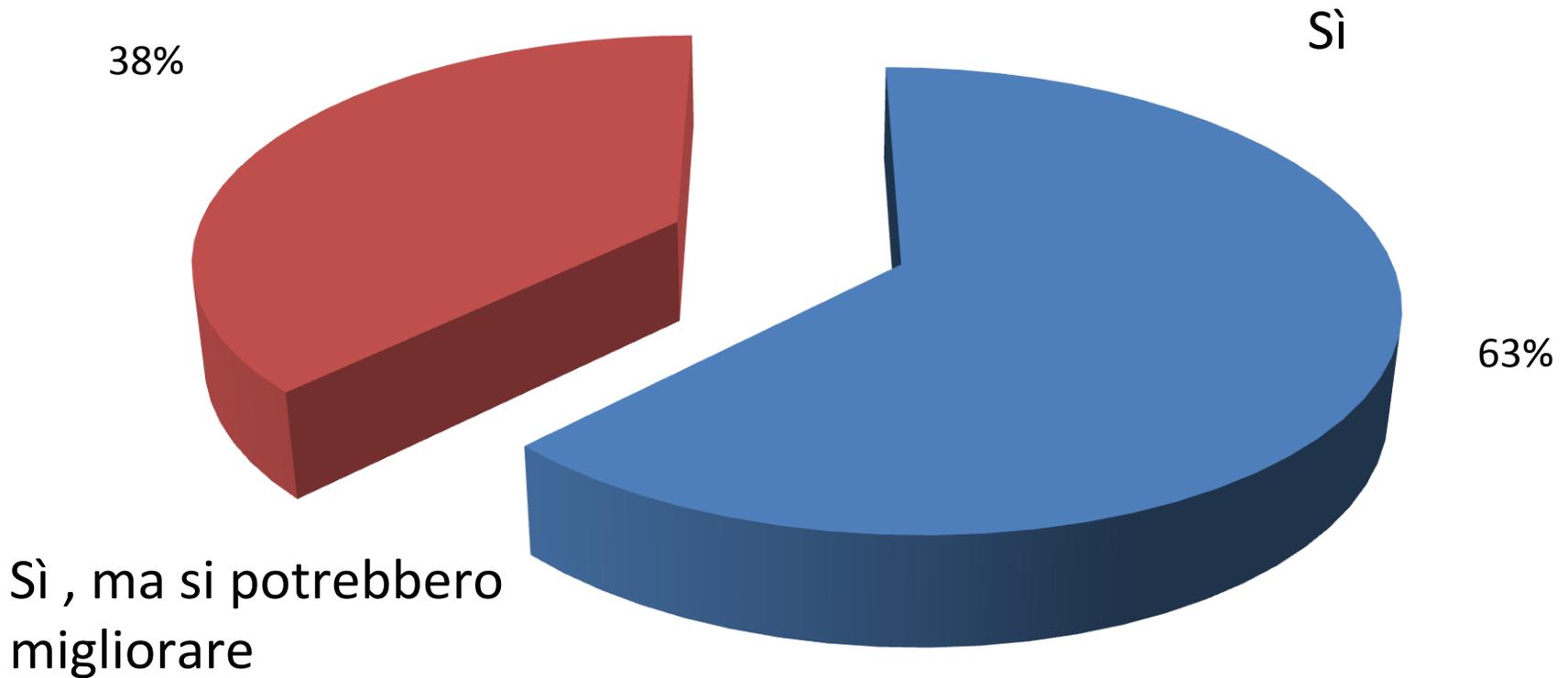


Vengono adottati sia gli strumenti del web marketing, sia quelli orientati all’aumento della reputazione nella rete

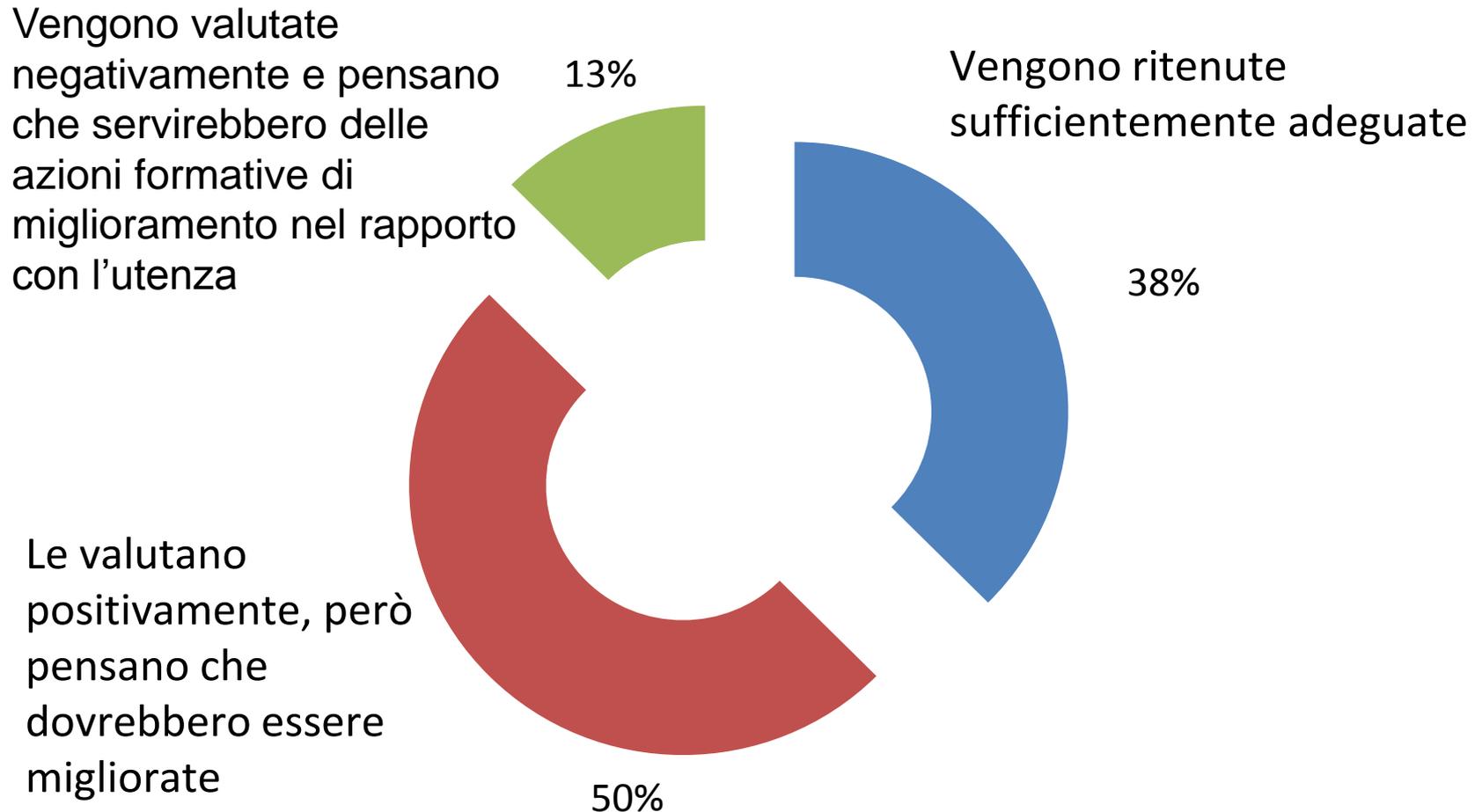
Effettua periodicamente attività di controllo e monitoraggio finanziario e di budgeting?



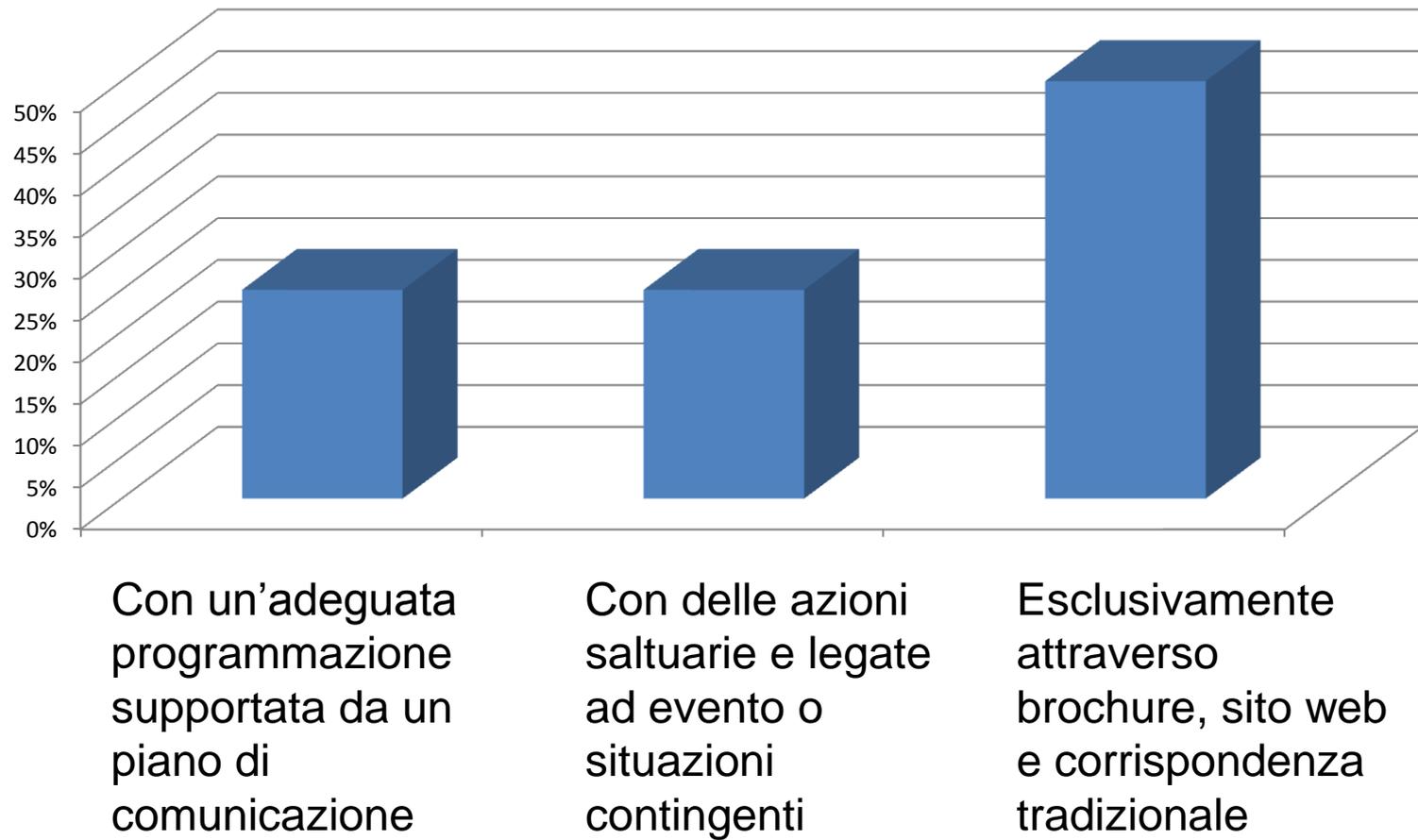
Ritiene di adottare delle corrette politiche di pricing per i servizi offerti alla clientela?



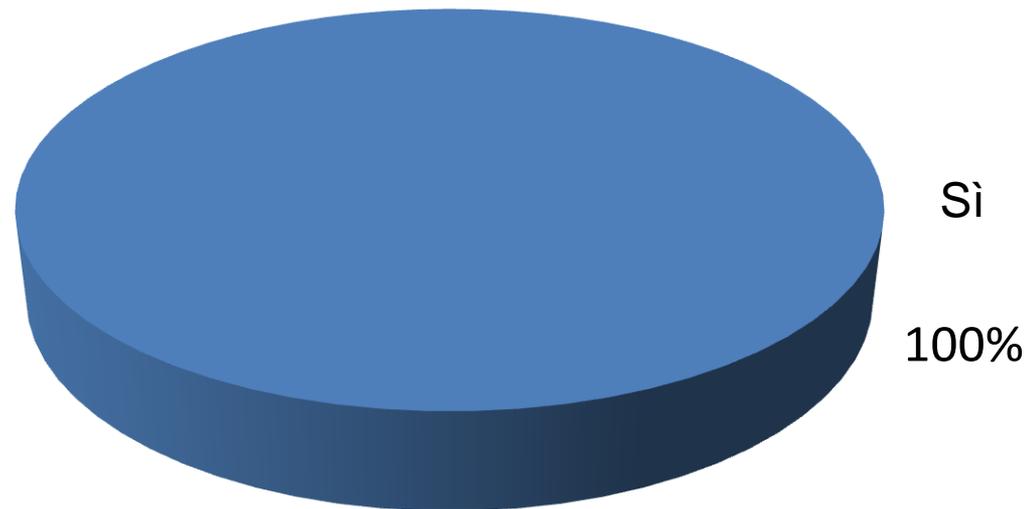
Valuta positivamente l'efficacia delle azioni di front-office erogate dalla sua struttura?



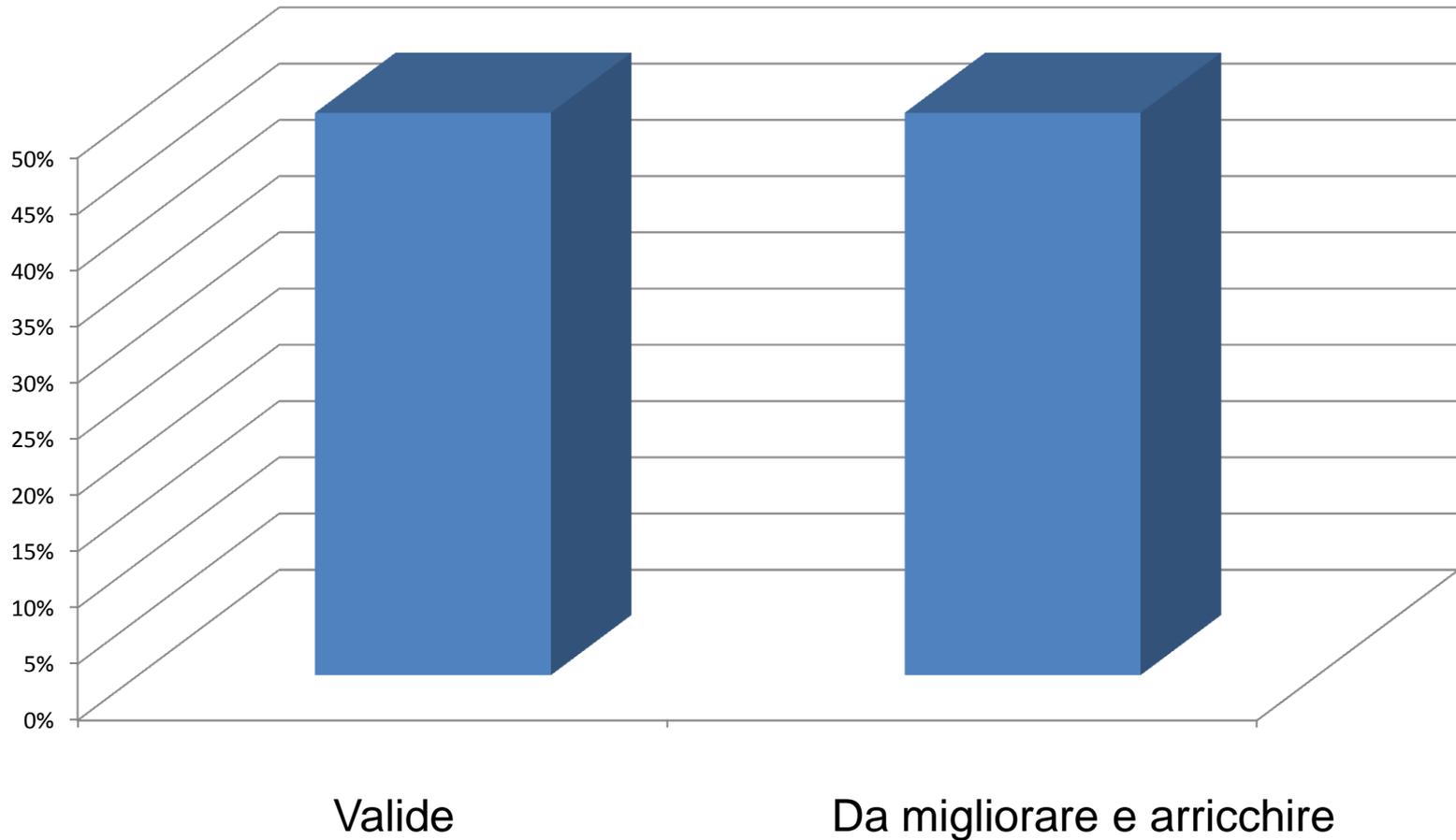
Come gestisce le azioni di comunicazione della sua organizzazione nei confronti della clientela e del mercato in generale?



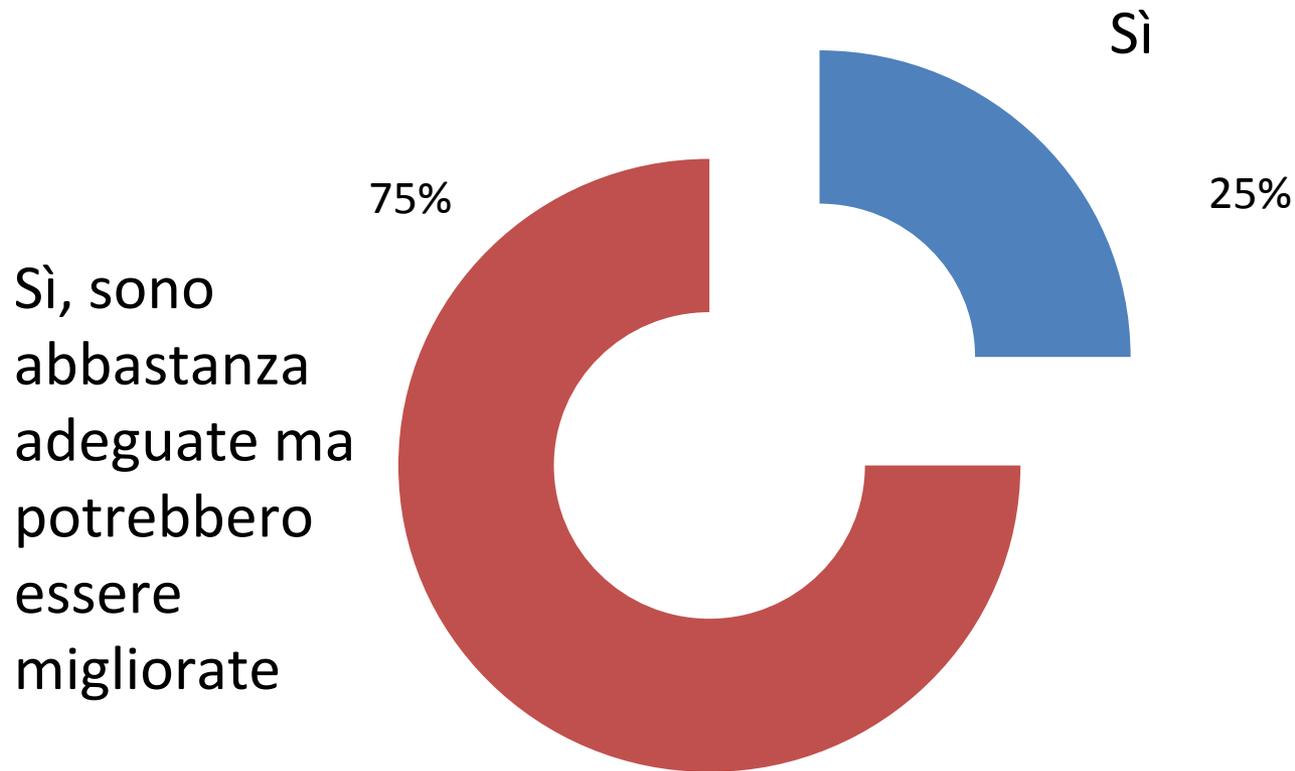
Utilizza politiche di monitoraggio e intervento nei confronti dei giudizi della clientela che viene ospitata nelle vostre strutture e che viene poi pubblicata nei sempre più diffusi siti/portali web relativi alla reputazione delle strutture turistiche, in modo da aumentarne competitività e reputazione nei confronti della concorrenza?



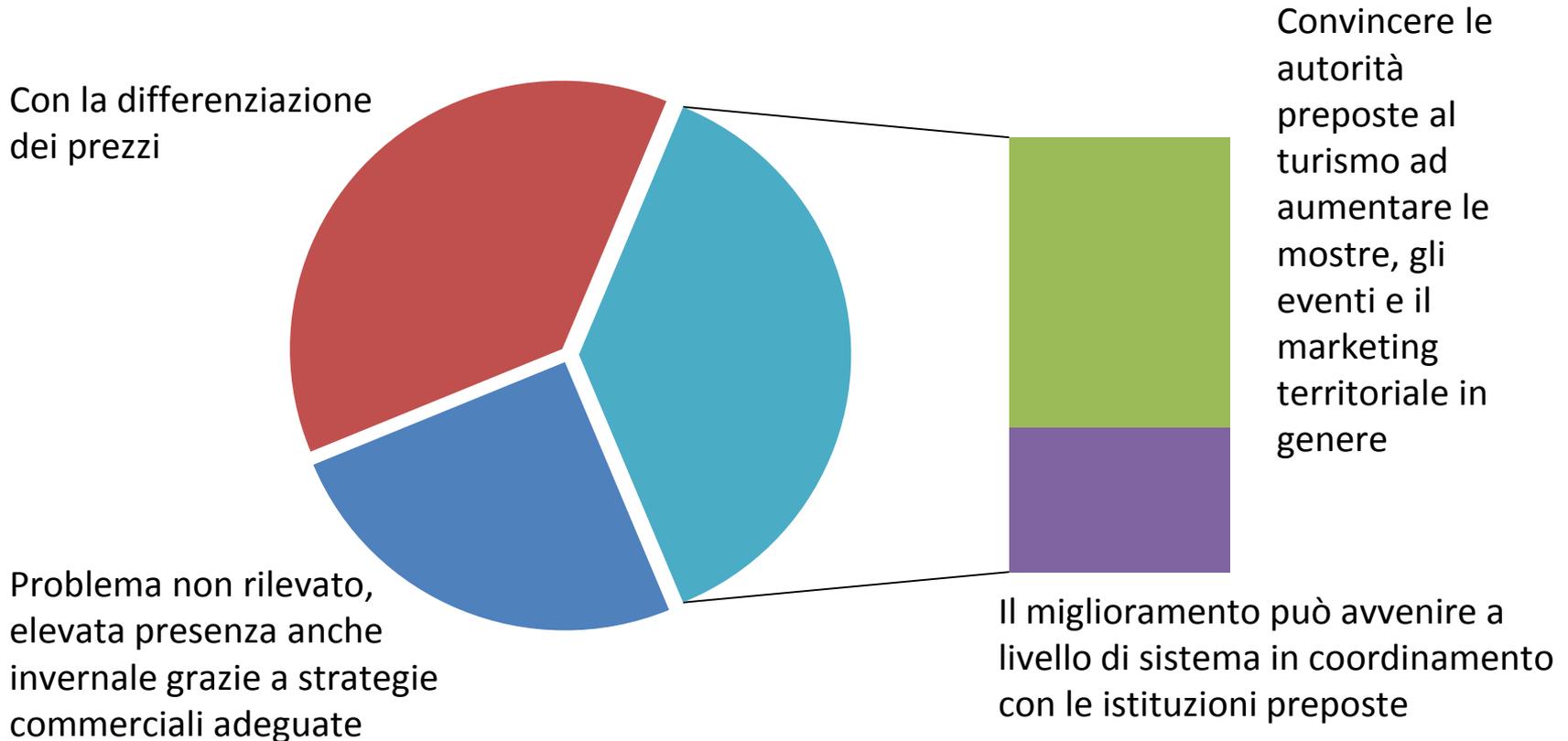
Come ritiene di affrontare le politiche di incoming della sua clientela attuale o potenziale ?



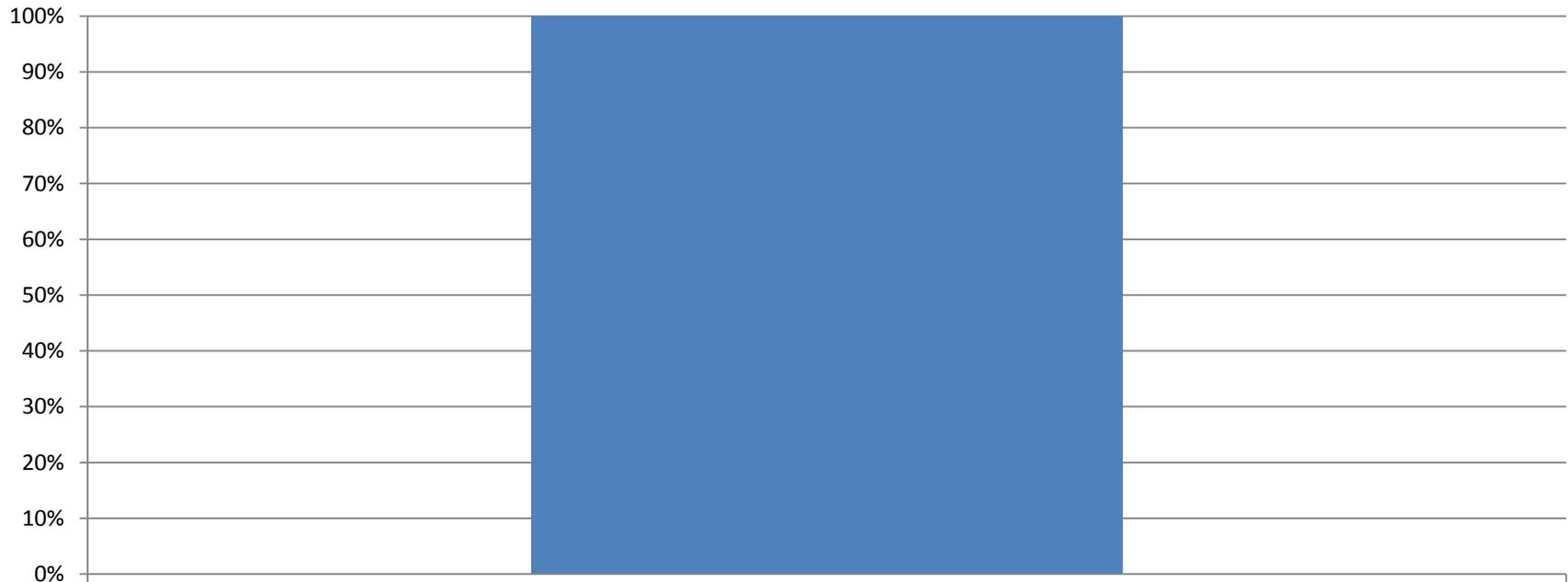
Ritiene che le politiche di marketing adottate dalla sua struttura siano adeguate ai risultati attesi di rendimento?



Come pensa di riuscire ad affrontare il fenomeno, sempre più marcato in questi ultimi anni, della stagionalizzazione?

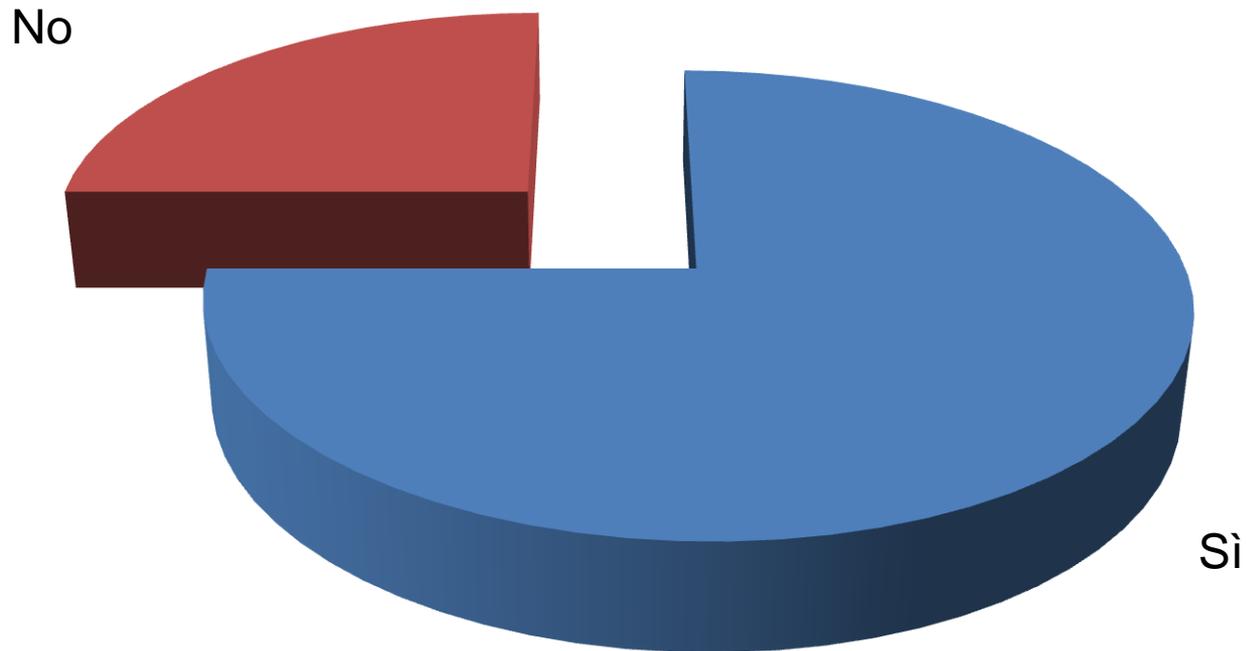


Ritiene opportuno monitorare periodicamente le attività delle altre strutture e disporre in generale di un'analisi dei “concorrenti”?

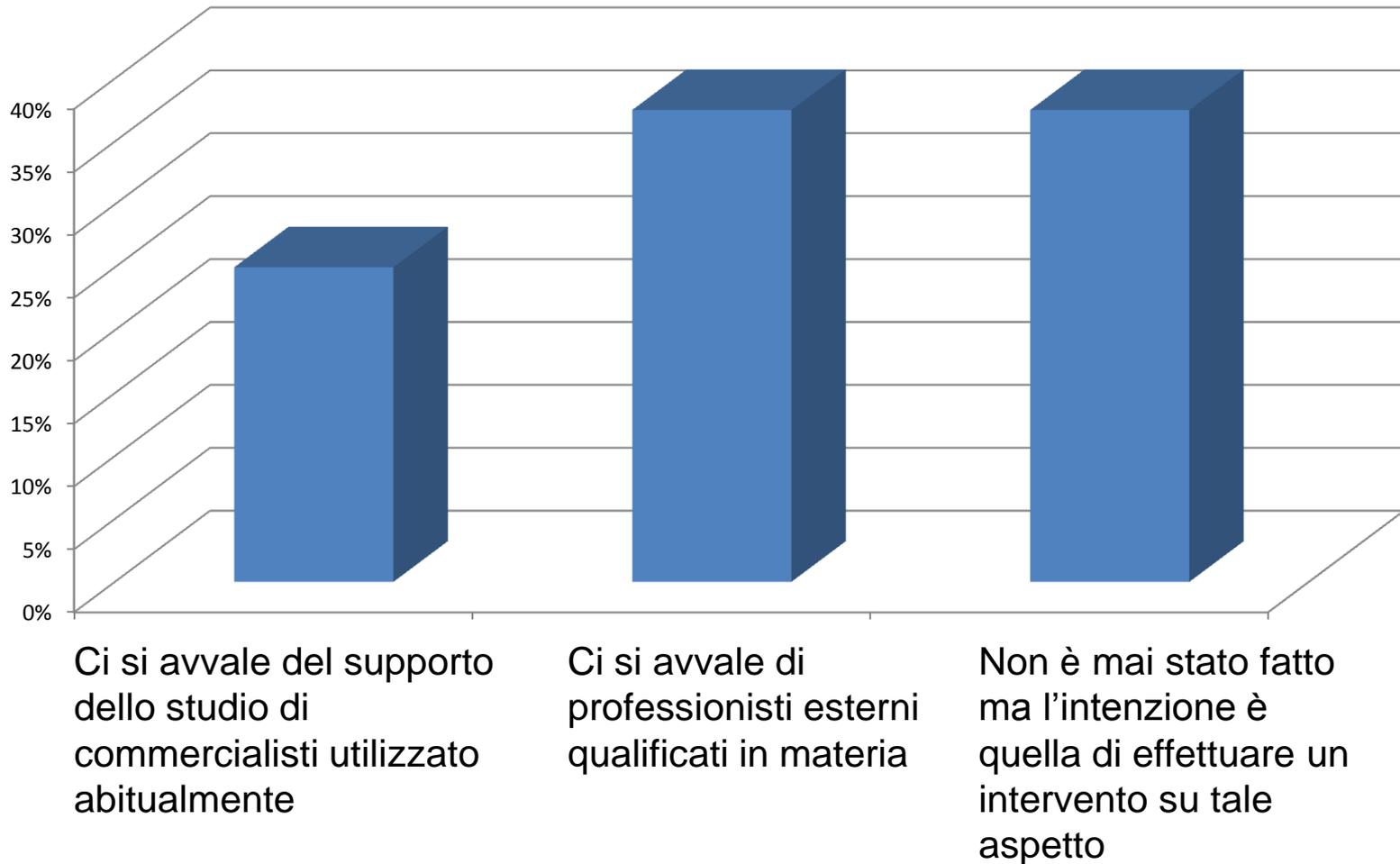


Sì è molto importante, si effettuano azioni periodiche di monitoraggio dei competitors

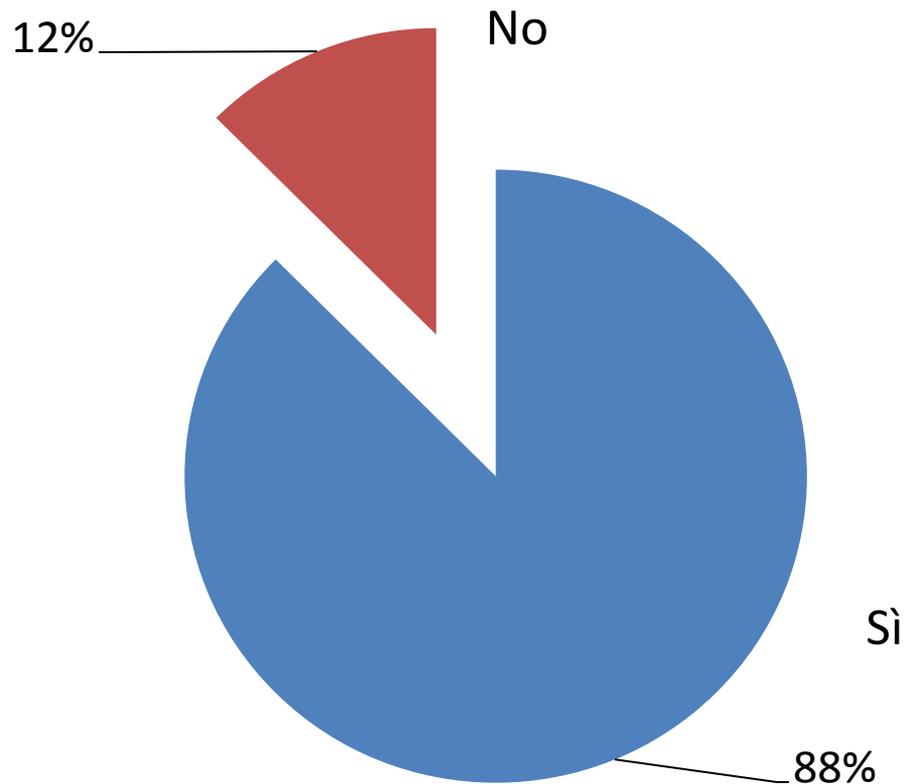
Attua strategie relative al social media marketing, cioè alla presenza della sua struttura sui più diffusi social network tipo Facebook, Twitter, ecc.?



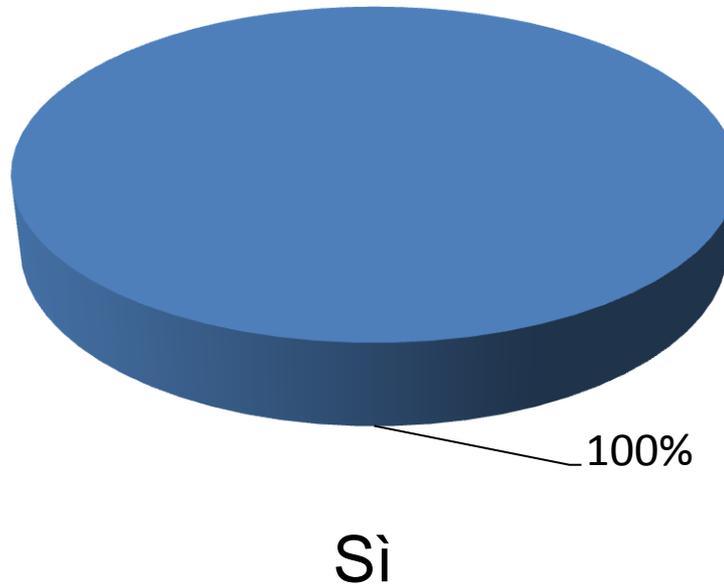
Ha mai effettuato azioni di ottimizzazione dei costi?



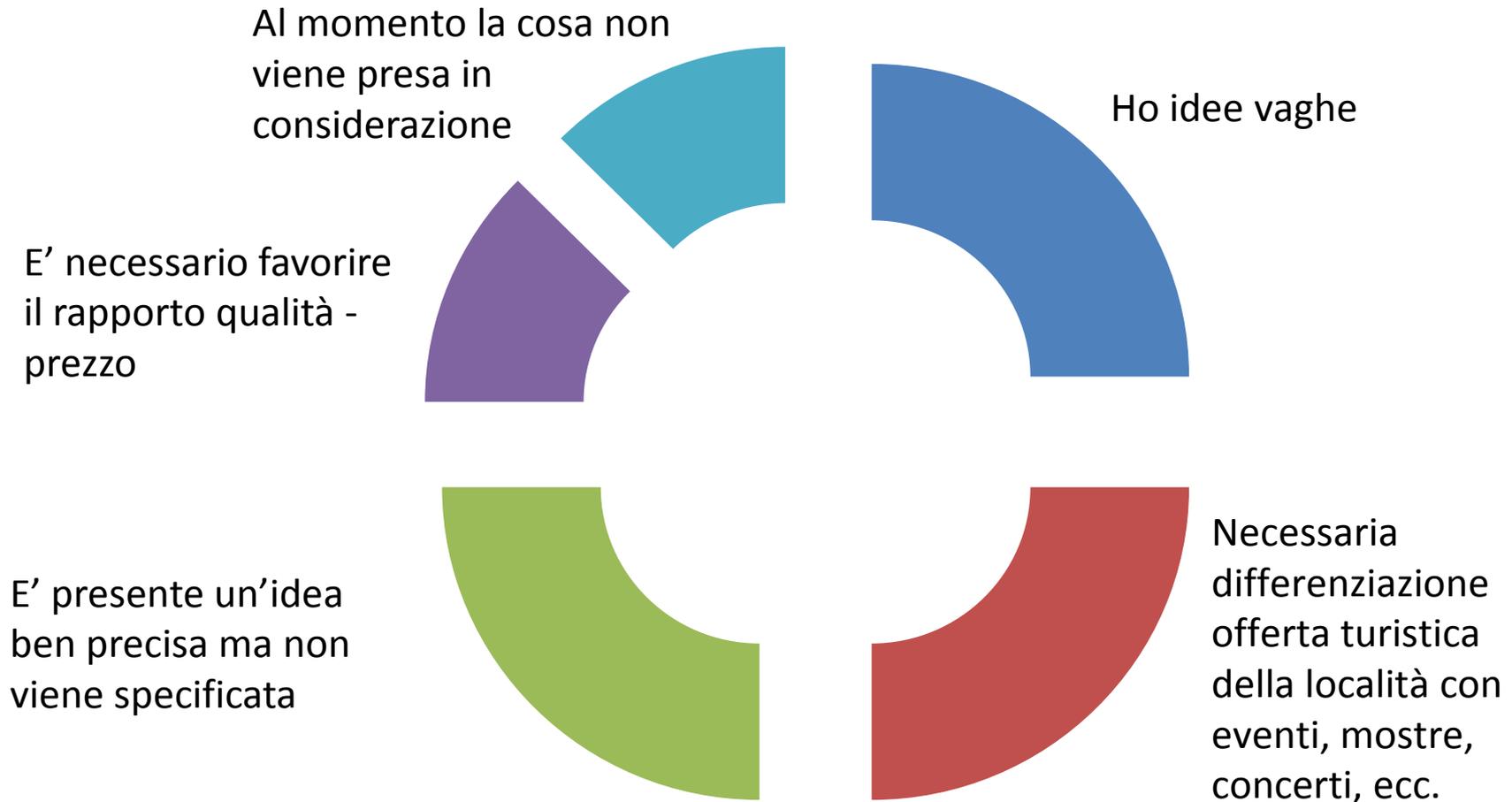
Ritiene che sia importante monitorare la differenza reale tra qualità erogata e qualità percepita per la sua azienda?



Ritiene di aver mai rilevato nel dettaglio quali siano i punti di forza e quali siano i punti di criticità della sua organizzazione?

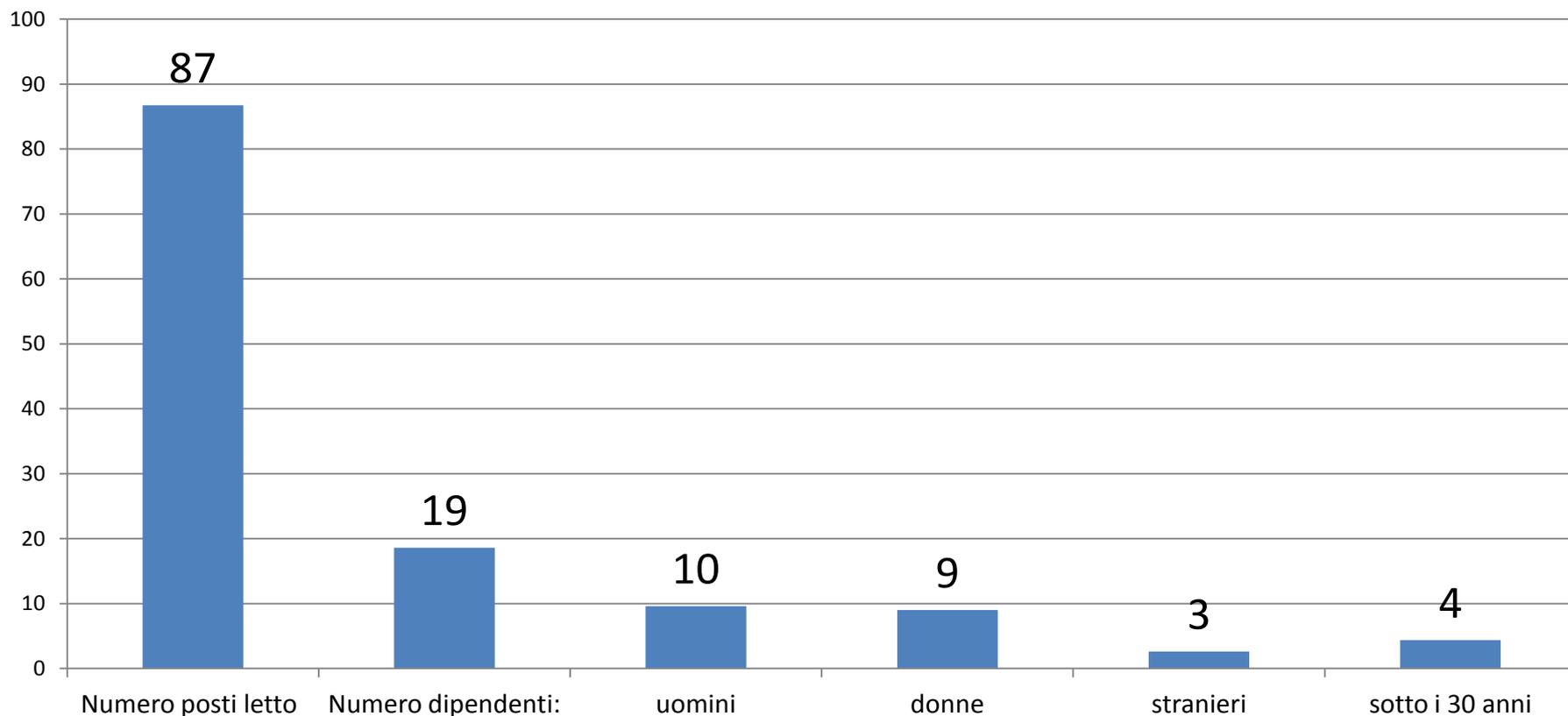


Ha un'idea precisa su come potrebbero essere influenzati i comportamenti all'acquisto dei servizi da parte della clientela proposti dalla sua organizzazione?

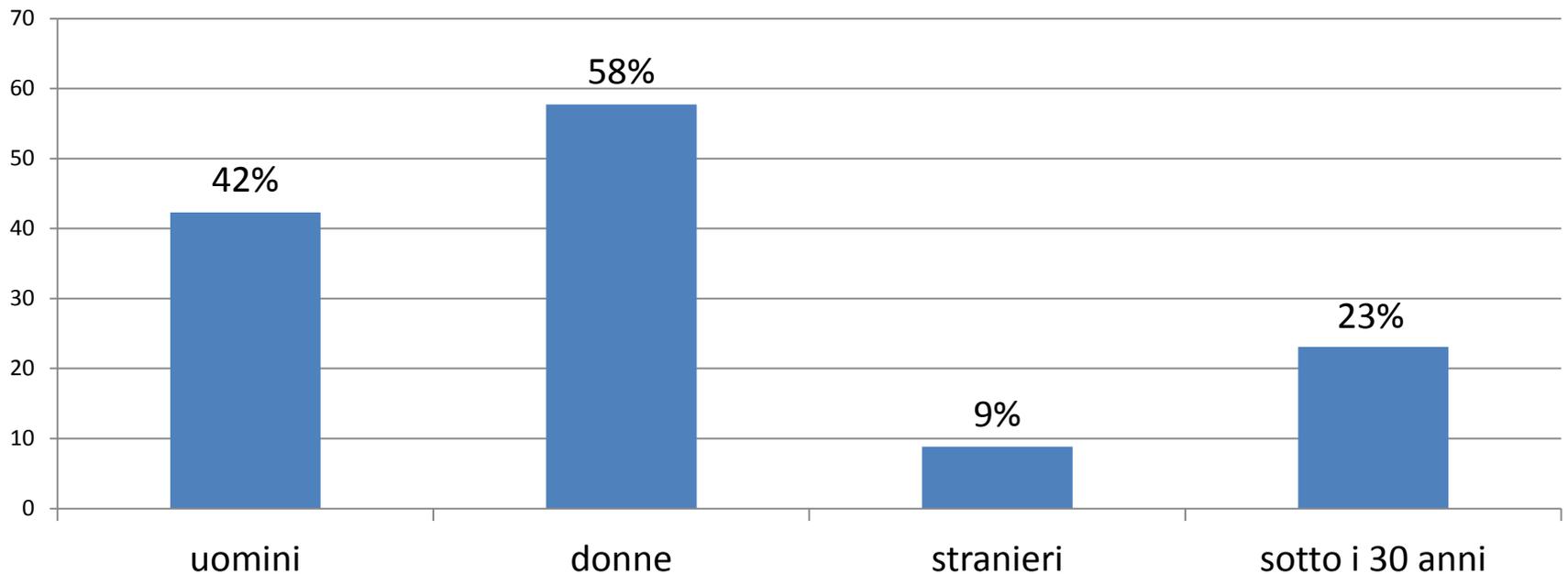


Alcuni dati anagrafici:

Media assoluta posti letto e composizione dipendenti, uomini, donne, stranieri, under 30



Il rapporto dipendenti rispetto ai posti letto, nelle strutture visitate, è in genere di 1 a 5. Le percentuali di composizione del personale dipendente è suddivisa nelle seguenti categorie:



Trend economico ultimi 3 anni

