Sondaggio Choice Hotels, nel 2016 priorità a sales e marketing

Secondo il sondaggio di **Choice Hotels**, la catena alberghiera proprietaria dei brand Comfort, Quality e Clarion, nel 2016 la **priorità negli investimenti** degli albergatori andrà a **sales** e **marketing**. La 5a edizione annuale dell'*European Hotelier Pulse-Check* valuta le tendenze del settore e gli imperativi aziendali dei suoi hotellier per il 2016, e accrescere le attività di sales e marketing per attrarre **nuovi clienti** rimane la priorità aziendale degli albergatori per i **prossimi quattro anni**.

Gli albergatori paneuropei sembrano affrontare il 2016 con **più fiducia** rispetto ai quattro anni precedenti. A fronte del 55% che aveva espresso lo stesso sentimento nel 2014 quest'anno è il 78% che ritiene il settore alberghiero capace di un **incremento sostanziale**. Fiducia espressa anche per quanto riguarda la crescita delle **tariffe delle camere**, nella convinzione che la qualità delle stesse sia fondamentale nell'assicurare il ritorno dei **viaggiatori d'affari**.

L'incremento dell'uso dei programmi per ottimizzare il **revenue management** poi è considerato il principale trend del settore per il 2016,

Alla domanda su quale sia la previsione circa il principale trend del settore nel 2016 il 58% scommette sull'incremento nell'utilizzo dei **channel manager** per ottimizzare la gestione dei ricavi dell'hotel.

Cercando nuovi modi per attirare i viaggiatori d'affari il 28% degli intervistati progetta di offrire nelle proprie strutture una **banda larga più veloce**; il 24% continua a differenziare le tariffe da dedicare ai clienti business offrendole tramite i canali di distribuzione.

Infine quasi la metà degli albergatoti (43%) farà aderire più clienti business a **Choice Privileges**, il programma reward globale di Choice.