

Az év technológiai újítása pályázat 2020  
**Innovatív és adatvezérelt megoldások a turisztikában**

**MSZÉSZ**  
MAGYAR SZÁLLODÁK  
ÉS ÉTTERMEK SZÖVETSÉGE

everquest

FROM REPUTATION TO REVENUE

## Tartalom

Bevezetés .....	3
Innovatív szemüvegben: Evergustról és az Everquest szolgáltatásairól .....	4
360 - Döntéshozatali folyamat - Guest Journey.....	5
Piaci helyzet, üzletágaink és szolgáltatásaink .....	6
Dinamikus árazás, revenue üzletág és revenue menedzsment szolgáltatások .....	8
Online marketing, turisztikai online marketing és szolgáltatásaink .....	8
Everquest hatása a jövedelmezőségre, termelékenységre, valamint a munkaerő kiváltásának lehetőségére .....	9
Reputation üzletág .....	10
Revenue üzletág .....	10
Marketing üzletág.....	11
Összefoglaló.....	12

## Bevezetés

Az Everquestet üzemeltető MGMT Group Kft. 2017-ben alapult nem iparág specifikus marketing ügynökségként. Online marketing szolgáltatásaink itthoni és külföldi cégek számára egyaránt megoldást jelentett. Partnereink között társkereső, élelmiszeripari cégek, nyelviskolák, éttermek, utazási irodák és szállodák is voltak. Az új koncepció megalkotása, a piaci rés és számos szálloda megoldatlan problémájának beazonosítása után 2020 év elején döntöttünk úgy, hogy a céget turisztikai és éttermi szolgáltató és tanácsadó vállalattá alakítjuk és két új - üzleti innovációnak minősülő - üzletággal bővítjük ki a hagyományos online marketing szolgáltatásainkat.

Az Everquest ma már egy Magyarországon egyedülálló szolgáltatást nyújtó turisztikai és vendéglátóipari menedzsment- és tanácsadó cég. Széleskörű szolgáltatásokat nyújtunk vendégkommunikáció, yield- és revenue menedzsment, valamint online marketing terén. A szállásválasztási folyamat három döntő tényezőjét - a vendégvéleményeket, az árat és a megjelenést - szem előtt tartva, a három terület szinergiáit ismerve és kihasználva érünk el ügyfeleinknél bevételnövekedést, erős online reputációt és vendégelégedettség növekedést.

The image shows a screenshot of a hotel listing for 'Royal Club Hotel Visegrád'. The listing includes a 9.3 rating, a 4-star superior rating, and a price of 92,996 Ft for 2 people for 2 nights. It also mentions amenities like a wellness center and a spa. Three callouts highlight key factors: 'REPUTATION' (9.3 rating), 'REVENUE' (92,996 Ft), and 'MARKETING' (location and amenities). Below the screenshot, a purple box lists three key factors influencing booking: 1. Price, 2. Guest reviews, and 3. Photos, appearance, brand.

**REPUTATION**

**REVENUE**

**MARKETING**

Három fő döntést befolyásoló tényező a vendég foglalása során:

1. Ár
2. Vendégvélemények
3. Képek, megjelenés, brand

Az EverGuest csapata átvállalja a szállodáktól a reputáció menedzselését, a beérkezett vendégvélemények teljeskörű kezelését akár 10 nyelven, a napi átlagár és foglaltság dinamikus kezelését, valamint online marketing kampányok, social media felületek és marketing tevékenységek menedzselését.

Az Everquest csapata úgy lett összeválogatva kiemelkedő szakmai tudással és **szereteágazó tapasztalatokkal** bíró szakemberekből, hogy **egységet alkosson**. Az **erős jövőkép, szenvedélyes és kitartó munkavégzés közös jellemzője** a csapat összes tagjának. Kulcsfontosságú a tagok hozzáállása és motivációja ahhoz, hogy **hosszú távon valós és maradandó eredményeket érjünk el**.

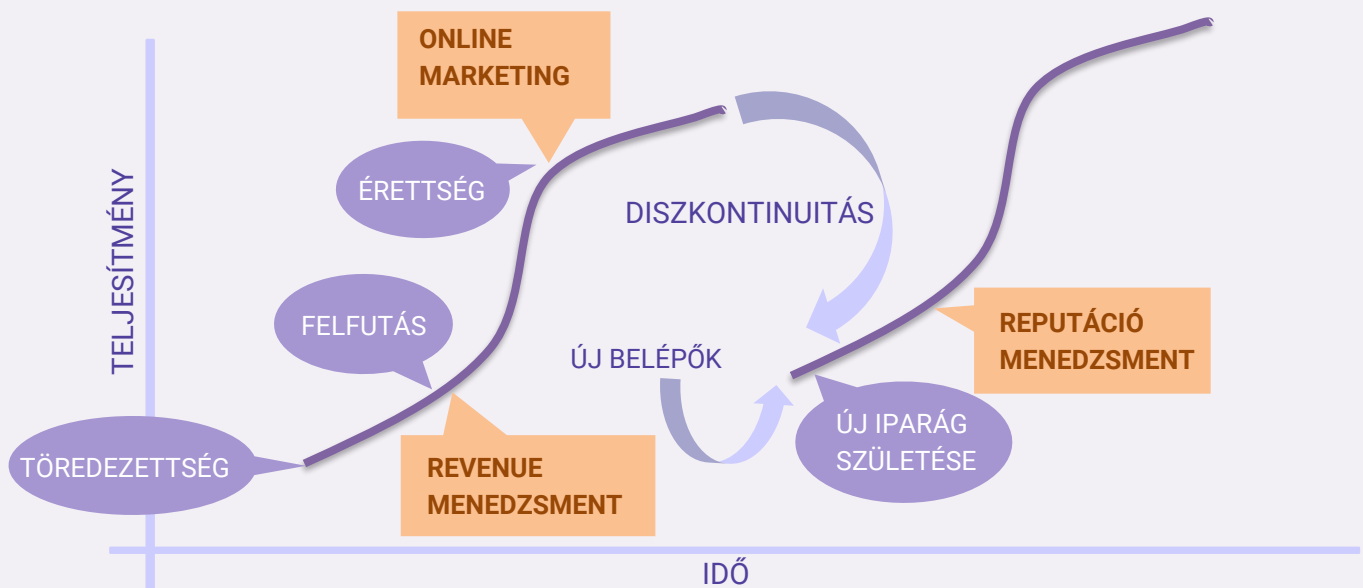
**Hisszük**, hogy együttesen ki-kí a maga legjobb tudását és energiáját befektetve egy olyan szolgáltatási portfóliót tudunk hosszútávon menedzselni, amivel **az egész szállodaipar jövőbeni reputációs, marketing és revenue managementtel kapcsolatos tudatos fejlődéséhez pozitívan tudunk hozzájárulni**.

Hitvallásunk, hogy egy vendég nemcsak akkor és addig vendég, amíg a szállodában tartózkodik, hanem az utazási vágy felébredésétől az utazás utáni visszajelzésig figyelmet és odafigyelést igényel. Ezt a gondolkodásunkat szeretnénk minden ügyfelünknel meghonosítani, valamint a szállásválasztási folyamat három döntő tényezőjét - a vendégvéleményeket, az árat és a megjelenést - szem előtt tartva, a három terület szinergiáit ismerve és kihasználva náluk bevételnövekedést, erős online reputációt és vendégorientáltabb megközelítést elérni.

### Innovatív szemüvegben: Az Evergustról és az Everquest szolgáltatásairól

Az Everquestnek Magyarországon nem található közvetlen versenytársa. Nincs olyan cég, akik ilyen formában együttes helyettesítő szolgáltatásokat kínálnak a belföldi piacon. Az Everquest-ben egyedülálló érték a *komplexitás*, a szállodai managementnek teljes körű, Revenue, Reputáció és Online Marketing szolgáltatásokat egyszerre kínál. Ennek előnye, hogy ezen tevékenységek nagyban összefüggnek, és egyszerre sokkal hatékonyabbak management szempontjából. Külön az egyes üzletágakkal foglalkozó versenytársak találhatóak a hazai piacon, azonban hasonlóan komplex szolgáltatási palettával egyik hazai cég sem rendelkezik. Az Everquest ezen tulajdonsága a piacra lépés korlátai közül releváns a termékdifferenciálás semlegesítése szempontjából.

A három üzletágunk iparági életrajzát tekintve az alábbi ábrán értelmezhetőek:



A marketing van a legelőrehaladottabb állapotban - érettség stádiumban - az elmúlt 10 év alatt bejárt fejlődési ívének köszönhetően. Míg a jelentőségét túlnyomó részben felismerték a cégek, külön turizmusra specializálódott marketing ügynökségek már sokkal ritkábban találhatóak a piacon, mint általános marketing szolgáltatásokat nyújtó cégek.

A Revenue management alapköve a dinamikus árazás - ami külföldi viszonylatban elterjedtebb, mint a hazai piacon - növekedés stádiumban van. Fővárosokban és nagyobb szállodaláncokban többször megfigyelhető a Revenue Manager jelenléte, mint önálló vidéki hotelekben. Nagy lehetőségeket hordoz magában, így egyre nagyobb népszerűségnek örvend.

Az üzleti szempontból leginnovatívabb üzletág a reputáció management piaca egyelőre a bevezetés/ új kiszervezett iparág állapotba sorolható, sok szálloda foglalkozik a vendégvélemények megfelelő kezelésével, azonban teljes körű, kiszervezett reputáció management még gyerekcipőben jár. Ilyen jellegű, turizmusra specializált szolgáltatást Magyarországon egy vállalat sem nyújt és komoly nemzetközi piacutadásainkra hivatkozva állíthatjuk, hogy külföldön is csak elvétve és jellemzően nem szállodákra specializálva található ilyen szolgáltató ügynökség.

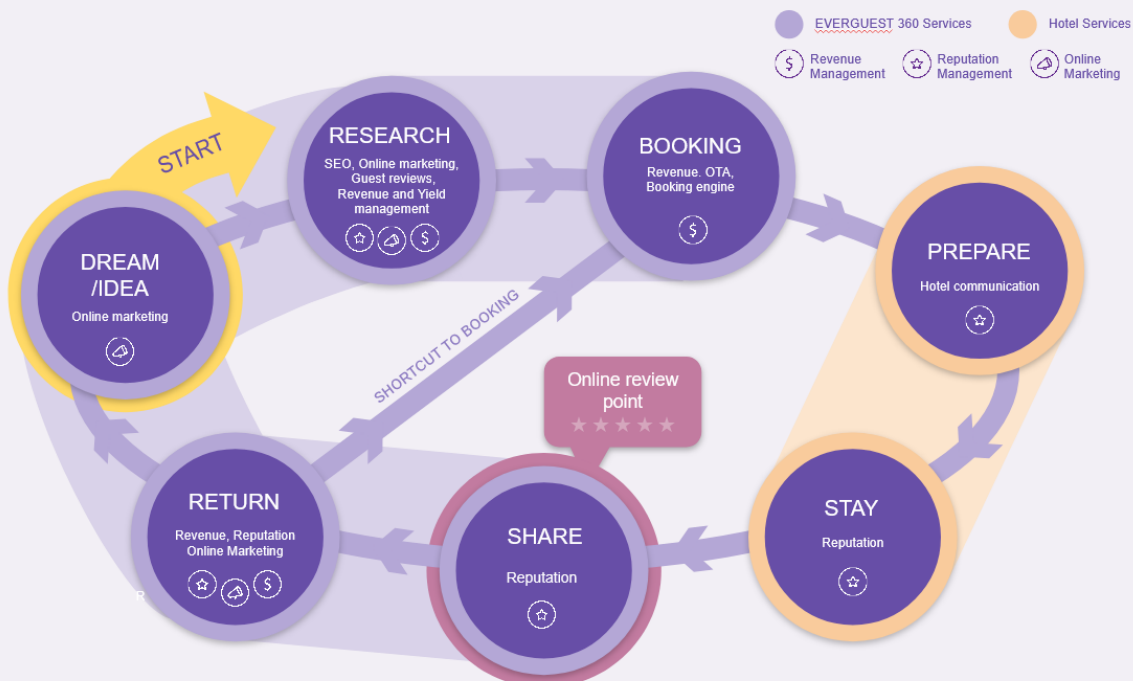
A három eltérő iparági életciklusban található szolgáltatás egyszerre ad stabilitást és komoly növekedési potenciált cégünknek.

### 360 - Döntéshozatali folyamat - Guest Journey

A vendégek egy korábbi értelmezés szerint egy lineáris folyamaton keresztül jutnak el az ötlet megszületésétől a döntésig. Ezt nevezi a szakma „guest journey”-nek, azaz vendég döntéshozatali útvonalnak.

A guest journey az idők előrehaladtával többfélébb és komplexebb lett. A vendégek az utazási vágy megfogalmazódásától a konkrét foglalásig megszámlálhatatlan fajta utat járnak végig, de ami közös, hogy az ár, a reputáció (korábbi vendégek nyilvános értékelései) és a marketing eszközök együttes hatása alapján hozzák meg végül a döntéseiket.

A mi értelmezésünk szerint a guest journey egy ciklikus ábra, hiszen a folyamat során arra is törekednünk kell, hogy visszatérő vendégekké váljanak az egyszeri vendégekből. Lényegében így született meg az Everquest név is, hiszen szolgáltatásainkkal nem csak rövidtávon generálunk erősebb reputációt, több bevételt és magasabb vendégforgalmat, hanem hosszútávon arra is törekszünk, hogy a vendég, visszatérő 'örök vendége' legyen ügyfeleinknek.



Szolgáltatásaink teljes egészében lefedik a Guest Journey-t, tehát az első interakciótól indulva a folyamatos visszajelzés követésén át az utókommunikációig foglalkozunk a vendéggel.

### Legmeghatározóbb technológiai és üzleti innovációink közé tartozik:

- Everquest 360 - teljeskörű szolgáltatáskínálat
  - A teljeskörű szolgáltatáskínálat az egész guest journey lefedésével az egész világon egy egyedülálló üzleti koncepciónak és újszerű megközelítésnek minősül
- Reputációmenedzsment, vendégvéleménykezelés
  - A vendégvélemények 24 vagy 48 órán belüli megválaszolása számos idegen nyelven marketing és turisztikai szakmai tudással kiegészítve az egész világon egyedülálló szolgáltatásnak minősül, kiszervezhetősége üzleti innováció
- Kiszervezett revenue menedzsment, revenue audit
  - A szállodai revenue kiszervezhetősége innovatív megoldás, revenue audit abszolút kínálati hiányként van jelen a magyar piacon
- Saját fejlesztésű riporting szoftver
  - Az Everquest által saját kezűleg fejlesztett riporting szoftver egyszerre támogatja az Everquest csapatának munkáját és az ügyfeleink számára nyújtott döntéstámogató funkciókat

## Piaci helyzet, üzletágaink és szolgáltatásaink

### Vendégvélemények, reputation & review management

Nemzetközi kutatások egyre nagyobb jelentőséget tulajdonítanak a vendégvéleményeknek. A kialakult vélemény online "kéznyoma" erősen befolyásolja a vendéglátóipari egységről kialakult képet. Minden véleményezhető lett, ezzel pedig a vendégek további vendégeket befolyásolnak a döntésükben! Sőt, a vendégértékelések olyan mértékben hatással vannak a foglalásokra, hogy ha egy szálloda nem gyűjt be friss visszajelzéseket a látogatóktól, nem reagál rájuk megfelelően, és nem osztja meg azokat másokkal, akkor versenyhátrányba kerül.

### A vendégértékelések átlagos értéke a kérdések megválaszolásának függvényében (1-5-ig skálázva)



Az adatok a PhoCusWright által a TripAdvisor számára készített független felmérés eredményei

#### A vendégvélemények megválaszolásának előnyei:

- a véleményt író vendég elégedettebb lesz a szolgáltatással, hiszen biztosítjuk róla, hogy fontos számunkra az ő véleménye és személyes tapasztalatai
- a vendég megítélése, hozzáállása jelentős mértékben javulhat a szállodával kapcsolatban, így akár még pozitívan is módosíthatja korábbi értékelését
- a szálloda iránt érdeklődő vendégben pozitív benyomást kelt, hogy a hotel kiemelten foglalkozik a látogatók véleményeivel és gyakorlatilag őket bevonva igyekszik javítani szolgáltatása minőségén
- a vendégvélemények megválaszolásával javítjuk az értékelési pontszámot, ezáltal növelve a foglalás valószínűségét
- a magasabb értékelési pontszám megfelelő revenue menedzsment esetén lehetővé teszi a magasabb átlagár elérését.

A reputációs üzletág szolgáltatásainak különlegessége a kettősségben rejlik. A vendégvélemények visszamenőleges auditjával, monitoringozásával és riportálással átfogó és objektív képet tudunk nyújtani a menedzsment és a tulajdonosok számára szállodájuk működéséről. A vendégvélemények rendszeres és többnyelvű megválaszolásával pedig a szálloda reputációján és megjelenésén javítunk, ami több és magasabb árú foglaláshoz vezet. Így ez az üzletág egyszerre tölt be marketing és menedzsmenttámogató funkciót.

A vendégvélemények elemzéséből releváns tényezőkre lehet rávilágítani. Ehhez pontos statisztikákon és számadatokon keresztül vezet az út, valamint vizuális megjelenéssel is támogatják a döntéshozatalt.



#### Reputációs üzletágunk szolgáltatásai:

- 1 évre visszamenőleg egy átfogó auditot a korábbi vendégvéleményekről, melynek segítségével a menedzsment képet alkothat a szálloda aktuális reputációjáról
- a vendégvélemények folyamatos monitoringozását
- a vendégvélemények kigyűjtését, riportálást, a folyamatok és kiemelendő területek tartalmi és vizuális megjelenítését heti vagy havi szinten

- a vendégvélemények szállodaszakmai szemmel történő kategorizálását, egységekre és területekre bontva
- a vendégvélemények 48 vagy igény szerint 24 órán belül történő megválaszolását több nyelven a szálloda arculatához igazított stílusban, egyszerre törekedve a vendéglégedettségre és a marketing lehetőségek kihasználására.

### **Dinamikus árazás, revenue üzletág és revenue menedzsment szolgáltatások**

A Budapesten már több évtizedes dinamikus, vagyis a kereslethez és a szabad kapacitásokhoz igazított árazási struktúrát csak lassan veszi fel a vidéki szállodaközösség. Míg Budapesten a legtöbb szálloda dinamikusan áraz, addig a vidéki szállodáknak csak egy kis részéről mondható el ugyanez. Célunk, hogy a revenue menedzsment előnyeit minél több szálloda élvezhesse.

A profit szempontjából lényeges szállodai bevételek optimalizálási és értékesítési döntések alapjául komplex információk elemzésére van szükség. Az adott szálláshely lokációjától, célcsoportjaitól, versenytársaitól, márkaismertségétől és szolgáltatás mixétől függően eltérő stratégiákat szükséges felállítani ahhoz, hogy a jövőbeni időszakok várható keresletéhez igazított árazás megfelelő eredményeket tudjon hozni. A hotelek disztribúciója az elmúlt évtizedekben ráadásul jelentősen átalakult és a különböző online értékesítési csatornák jelentősége felértékelődött, így az árazási döntéseket nem elegendő éves, illetve szezonális módon megközelíteni, hanem napi rendszerességgel nyomon kell tudni követni ahhoz, hogy a bevételek maximalizálásának és ezzel együtt a disztribúciós költségek minimalizálásának célját teljesíteni tudjuk.

Az Everquest csapata testreszabott szolgáltatásokkal segít a szálláshely piaci lehetőségeit a legjobban kiaknázni és annak bevételeit maximalizálni. A revenue management segítségével képesek vagyunk a megfelelő szobatípust a legalkalmasabb pillanatban, a lehető legjobb áron a megfelelő vendégnek eladni úgy, hogy költséghatékonyságot figyelembe véve választjuk értékesítési csatornáinkat.

A maximális hatékonysággal működő hozammenedzsmentnek hatalmas jelentősége van egy szálloda működésében, hiszen korlátozott számú a rendelkezésre álló szobamennyiség, ugyanakkor állandó költségeket és változó keresleti szinteket is tudni kell kezelni. Ennek megfelelően kiemelten fontos, hogy megfelelő árképzési stratégiát alkalmazzunk, mialatt mind a piaci keresleti, mind pedig a kínálati tényezőket megvizsgáljuk és folyamatosan figyelemmel kísérjük.

Revenue üzletágunk szolgáltatásai:

- Revenue Management Audit & Konzultáció
- Revenue Management Tréning
- Revenue Management kiszervezett havi szolgáltatás
- Revenue Management havi support

### **Online marketing, turisztikai online marketing és szolgáltatásaink**

Korábban az iparági életciklusban már kifejtettük, hogy az online marketing már kifejezetten érett szakaszban található. A legtöbb szálloda már felismerte, hogy az online marketing kifejezetten fontos és több szempontból is megéri kiszervezni. Ugyanakkor ez a terület is igényel edukációt, hiszen az online marketing alterületei már teljesen specializálódott ágazatok, és nagyon ritkán találunk olyan szakembert, aki ezen területeken átfogó tudással és tapasztalattal rendelkezik.



Az Everquest marketing csapatával stratégiában gondolkodunk! Áttekintjük a legfontosabb kitűzött és elérendő célokat, meghatározzuk az ehhez szükséges eszközöket, és megtervezük az éves kommunikációt. Célzott és kreatív hirdetések segítségével olyan csatornákon érjük el a vendégeket, amelyeket napiszinten használnak. Online marketing szolgáltatásunk keretében megtervezük és kivitelezük a PPC kampányokat, kezeljük a szálloda social media felületeit, kreatív tartalmakkal ragadjuk meg a vendégek figyelmét és professzionális webtervezéssel járulunk hozzá a kampányok sikerességéhez. Mindezt friss, naprakész adatok felhasználásával visszük véghez!

Online marketing szolgáltatásaink:

- PPC kampányok menedzselése a legnagyobb hirdetői felületeken
- social media menedzsment
- kreatív tartalomgyártás
- professzionális webtervezés
- UX/UI audit
- OTA menedzsment

## Everquest hatása a jövedelmezőségre, termelékenységre, valamint a munkaerő kiváltásának lehetőségére

Az Everquest üzleti koncepciója pont ezen három terület optimalizálására törekszik. Mindhárom szolgáltatásunk közvetlenül vagy közvetve hozzájárul a szállodák bevételnövekedéséhez, költségcsökkentéséhez, illetve a munkaerő kiváltásához, optimalizálásához.

	Bevételnövelő hatás	Költségcsökkentő hatás	Hatékonyságnövelő hatás	Munkaerő kiváltás, optimalizálás
<b>Reputáció</b>	A vendégvélemények megválaszolásán és elemzésén keresztül	Vendégpanaszokból keletkező engedmények és a felesleges fejlesztési költségek csökkentésén keresztül	A vendégvélemények elemzésén keresztül	Kiszervezésen keresztül
<b>Revenue</b>	A dinamikus árazáson keresztül	A disztribúciós csatornák optimalizálásán keresztül	Kínálati optimalizálásán keresztül	Kiszervezésen keresztül
<b>Marketing</b>	A célközönség megtalálásán és adatvezérelt elérésén keresztül	Optimalizált marketing költségvetésén keresztül	Célközönséget megszólító kampányokon keresztül	Kiszervezésen keresztül

## Reputation üzletág

### **Bevételnövelő hatás**

Korábban kifejtettük, hogy a reputációs üzletágunk szolgáltatásai milyen formában járulnak hozzá a foglalás valószínűségéhez. A vendégvélemények megválaszolásával javítjuk a szállodáról alkotott benyomást, valamint növeljük a foglalás valószínűségét. A megválaszolás hatására kevesebben írnak nagyon negatív visszajelzést és még az is előfordulhat, hogy valaki utólag javít az értékelésén. Ennek köszönhetően a vendégértékelési indexünk is erősödik, ami közvetlen hatással van a szálloda árazására. Minél magasabb a szálloda értékelési pontszáma, annál magasabb áron értékesíthető egy szoba. A vendégértékelések elemzésével és monitoringozásával csökkenteni tudjuk a negatív vendégértékelések számát, növelni tudjuk a pozitívakat, valamint átfogó vendégélmény növekedést tudunk elérni, aminek köszönhetően javul az értékJánlata a szállodának. Ebből adódóan a szálloda értékJánlat növekedésével növekszik a vendégforgalom és az átlagár is. Az ár-érték arány optimalizálása szintén javítja a vendégértékelési átlagot, ami egy pozitív spirális folyamatot is elindíthat.

### **Költségcsökkentő hatás**

Mi alapján döntse el a szálloda tulajdonosa vagy vezetője, hogy milyen területekre fókuszáljon, hova csoportosítsa tőkét fejlesztésre? A legjobb, ha a vendégértékelésekből kinyert információkat figyelembe veszi, hiszen ebből derül ki, hogy mik a leginkább fejlesztendő területek a szállodán belül. Ha megfelelő alapokra helyezzük a döntésünket, akkor elkerülhetőek a felesleges, vagy a kevésbé hatékony fejlesztések, fókuszok.

A vendégvélemények monitoringozásával és elemzésével csökkenthetjük jobb esetben elkerülhetjük az engedményadási kényszerünket, ami további költségcsökkenéshez járul hozzá.

### **Hatékonyságnövelő hatás**

A költségcsökkentő hatáshoz hasonlóan, ha azokra a területekre fókuszál a menedzsment, ami a leginkább fejlesztésre szorul, akkor hatékonyságnövekedésről beszélhetünk.

### **Munkaerőkiváltó vagy optimalizáló hatás**

A vendégvélemények menedzsmentjének kiszervezésével ha nem is egy teljes emberrel csökken a munkaerőigény, de mindenképpen kevesebb funkcióra és feladatkörre kell erőforrást allokálni. Amennyiben a szálloda rendelkezik saját GEM vagy GRM személyzettel, a vendégvélemények megválaszolásának kiszervezése lehetőséget nyit arra, hogy a GEM/GRM elsősorban a személyes vendégkommunikációra fókuszálhasson. Amennyiben nem rendelkezik ilyen személlyel a szálloda, akkor több esetben is az ezen területre tipikusan nem értő recepciósök vagy értékesítők fókuszálhatnak más területekre (sőt, sok esetben maga a szállodaigazgató foglalkozik ezzel lévén, hogy nem tartja alkalmasnak recepción vagy értékesítésen dolgozó kollégáit a feladatra).

## Revenue üzletág

### **Bevételnövelő hatás**

A revenue üzletág elsősorban eszköze a dinamikus árazás, amivel a fix árazáshoz képest akár 15-20%-al magasabb bevételt lehet elérni. Ezen kívül a megfelelő célcsoport meghatározásával, szegmentálással és adatvezérelt megoldásokkal további bevéternövelő hatást tud kifejteni. Az auditnak köszönhetően a szálloda jobban tudja határozni a revenue menedzsment területén fejlesztendő pontokat, a revenue menedzsment tréning segítségével a képzettebb munkaerő nagyobb bevéternövelésre képes, a kiszervezett revenue menedzsment szolgáltatás pedig a leoptimalisabb módon a revenue menedzsment teljes szakmai hálójával felvértezve tudja a bevétel folyamatos emelkedését biztosítani.

### **Költségcsökkentő hatás**

A kiszervezés gazdaságosabb megoldás, hiszen alacsonyabb költségen kiszervezhető, mint ami egy önálló revenue menedzser bérköltsége lenne. Másrészt a disztribúciós optimalizáló hatása csökkenti a jutalékköltségeket. Az OTA-k számára is hasznos a dinamikus árazás, hiszen összességében magasabb átlagár után fizetnek a szállásadók jutalékot, így abszolút win-win helyzetről beszélhetünk.

### **Hatékonyságnövelő hatás**

A megfelelő célcsoportok kijelölésével, a legjobb automatizációs eszközök és szoftverek kiválasztásával, a disztribúció és a szegmentálás optimalizálásával egyértelműen javul a szálloda értékesítési hatékonysága. A kiszervezett revenue menedzsment megspórolja a szálloda HR költségeit és a munkáltatói feladatkörök csökkenése is további erőforrást szabadít fel.

### **Munkaerőkiváltó vagy optimalizáló hatás**

A revenue menedzsment kiszervezésével a szálloda akár egy teljes munkavállaló költségét megspórolhatja.

## **Marketing üzletág**

### **Bevételnövelő hatás**

A marketing üzletág szolgáltatási szintén bevéternövelő fókuszúak. A megfelelő célközönség megtalálásával, pontos célzásával, jól felépített kampányokkal, trendkövető megjelenéssel és UX/UI megoldásokkal a szállodának egyszerre nő a vendégforgalma és a bevétele. A megfelelő marketingmenedzsment növeli a közvetlenül foglalók számát, a megfelelő OTAmenedzsment pedig az OTA-kon aktuálisan rajtuk keresgélő potenciális vendégeket is inkább az adott szálláshely melletti döntés felé tereli.

### **Költségcsökkentő és hatékonyságnövelő hatás**

Ha kiszervezett online marketing menedzsmenten keresztül specializálódott szakemberek foglalkoznak a szállodával. Ha az egyes területeket hozzáértő szakemberek kezelik a felületeket, akkor a kampányok hatékonysága javul, így az egy foglalásra jutó marketing költségünk is csökken. Megfelelő online marketinggel erősödik a weboldalunk látogatottsága, a weboldalunk minősége, aminek köszönhetően több - kevesebb jutalékkal járó - közvetlen foglalásunk generálódik.

### **Munkaerőkiváltó vagy optimalizáló hatás**

Egy szállodában számos teendője van egy marketing menedzsernek. Egy személy egyedül ritkán rendelkezik megfelelő szakértelemmel, hogy az online marketing ma már specializált alterületeihez teljeskörűen értsen. Ha egy marketing menedzser kiszervezi az online marketing funkciókat, akkor jobban tud fókuszálni a szállodát érintő marketinges tevékenységre és megspórol egy teljes online marketinges bérköltséget.

### **Everquest 360**

Üzleti koncepciónk alapja, hogy a legideálisabb, ha ezen három terület szakemberekre van bízva, ki van szervezve és együttműködve, ezen területek szinergiáira építve van kezelve. A fentebb összefoglalt hatások drasztikusan erősödnek, ha nem külön-külön vannak menedzselve, így a jövedelmezőségre, termelékenységre és munkaerőkiváltásra való hatás is ezen területek együttes kiszervezésével a legerősebb.

## Összefoglaló

Az Everquest Magyarországon egyszerre valósít meg üzleti és technológiai innovációt. A vendégvélemények, az ár és az online megjelenés a három legfontosabb szempont a vendégek szállás- és étteremválasztási folyamatánál. Ezen területek fontossága ma már ismert, ugyanakkor a legtöbb szálloda és étterem nem rendelkezik megfelelő kapacitással vagy szakemberrel, hogy ezeket a területeket a legújabb trendeket követve, egybehangoltan fejlessze. Az üzleti koncepciónk ezeknek a területeknek a magas színvonalú és egymás szinergiáira építő fejlesztésére és menedzselésére alapul.

Tanácsadó és szolgáltató cégeként ügyfeleinknél egyszerre érünk el vendégelégedettség és bevételnövekedést. Saját fejlesztésű riportáló szoftverünk hozzájárul adatvezérelt megközelítésünk fejlesztéséhez és támogatja ügyfeleink döntéshozatali folyamatát.

Az innovatív megközelítés termelékenységre, jövedelmezőségre és munkaerőkiváltásra vonatkozó hatásait az alábbi táblázatban foglaltuk össze:

	Bevételnövelő hatás	Költségcsökkentő hatás	Hatékonyságnövelő hatás	Munkaerő kiváltás, optimalizálás
<b>Reputáció</b>	A vendégvélemények megválaszolásán és elemzésén keresztül	Vendégpanaszokból keletkező engedmények és a felesleges fejlesztési költségek csökkentésén keresztül	A vendégvélemények elemzésén keresztül	Kiszervezésen keresztül
<b>Revenue</b>	A dinamikus árazáson keresztül	A disztribúciós csatornák optimalizálásán keresztül	Kínálati optimalizálásán keresztül	Kiszervezésen keresztül
<b>Marketing</b>	A célközönség megtalálásán és adatvezérelt elérésén keresztül	Optimalizált marketing költségvetésén keresztül	Célközönséget megszólító kampányokon keresztül	Kiszervezésen keresztül