Report

“Come guadagnare veramente con i minibar del tuo hotel!”

HOLITY.COM

Namiti S.r.l. - P. Iva 06162571217 -
Sede leg.: Via Cortile, 16 - 80069 Vico Equense (NA)
Sede Op.: Corso Italia, 192 - 80063 Piano di Sorrento (NA)
www.holity.com | info@holity.com | +390818087452

Report

Come guadagnare veramente con i minibar del tuo hotel!

Il presente documento viene distribuito sotto licenza Tutti i diritti sono riservati e questo documento non è riproducibile, se non con autorizzazione scritta da parte dell'amministratore di www.holity.com.
Per maggiori informazioni sulla licenza https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/
Creative Commons License 4.0: Attribuzione-Non commerciale-Non opere derivate 4.0 Italia

Stai sostenendo i costi del servizio del frigobar a vantaggio del negozio di alimentari di fronte al tuo hotel?

Stai lasciando il frigobar vuoto? oltre a essere desolante, stai regalando i tuoi soldi al supermercato dietro l'angolo?

Non sai come fare a trasformare i tuoi minibar in una fonte di guadagno? Allora continua a leggere…

Copyright Holity.com - Namiti Srl 2017.

Spesso i frigobar rappresentano solo un costo per l'hotel, molti albergatori li ritengono una perdita netta e tengono in camera minibar solo perché sono obbligati a farlo ma molti di loro, potendo, ne farebbero volentieri a meno.

Secondo molti albergatori, la gestione operativa per il riassortimento dei prodotti nel minibar rappresenta infatti un costo in termini di ore lavoro in quanto alcuni clienti non dichiarano di aver consumato in fase di check-out o addirittura consumano e riempiono d'acqua le bottiglie usate.
Se hai un hotel ne avrai viste di ogni!

Fondamentalmente il vero motivo è che per molti albergatori i prodotti del minibar non si vendono e quelle poche volte che ci sono delle vendite non sono sufficienti a coprire i costi.

Per questo molti hotel stanno lasciando i loro frigobar vuoti, assumendosi una perdita netta per il costo del servizio a vantaggio del supermercato dietro l'angolo, che prende volentieri i soldi dei tuoi potenziali clienti, sfruttando la tua mancanza nel saper massimizzare questa fonte di guadagno aggiuntivo per il tuo hotel.

Alcuni hotel hanno provato a vietare l'introduzione di bevande e cibo acquistato all'esterno con cartelli e scritte cercando di terrorizzare i clienti, ma anche questo non ha prodotto i risultati sperati, anzi in molti casi non ha fatto che creare un odioso disservizio e un danno di immagine a tutta la struttura.

Copyright Holity.com - Namiti Srl 2017.

Non sono pochi gli hotel che hanno ricevuto pessime recensioni per questo motivo, rovinandosi la media per tutta la struttura che magari offriva per il resto un buon servizio.

Inoltre alcuni minibar "cosiddetti intelligenti" dotati di sensore di apertura nonché di sollevamento della bibita, hanno fatto sì che molti clienti siano terrorizzati nell'aprire i minibar per paura di addebiti ingiustificati. Questo ha reso ancora più difficile la vendita dei prodotti del minibar.

Per questo, se ti trovi anche tu in una di queste spiacevoli situazioni, ti invito a continuare a leggere per avere alcuni spunti interessanti per ovviare a queste problematiche.

Il cliente e l'offerta

Partiamo dagli aspetti più propriamente attinenti alla vendita, quello che occorre fare in prima battuta è segmentare **e analizzare la tua clientela**. In base alla **tipologia, alla provenienza** e alla nazionalità, **all'età** e agli usi e costumi.

Fatto questo potrai individuare poi, molto più facilmente, quali sono le differenti esigenze e i diversi bisogni per ogni tipologia di cliente in termini di consumo dei prodotti per il minibar.

Copyright Holity.com - Namiti Srl 2017.

Ad esempio, **una famiglia con bimbi piccoli** avrà esigenze diverse da una giovane coppia di fidanzati, lo stesso vale per un professionista in viaggio d'affari rispetto ad una coppia di anziani in viaggio di piacere.

Se il tuo hotel è frequentato perlopiù da famiglie con bimbi a seguito, trovare del latte fresco o dei succhi di frutta all'interno del frigobar avrà sicuramente un impatto diverso, sia sul servizio offerto che sui ricavi del tuo frigobar.

Invece, **una giovane coppia** in viaggio per un weekend romantico apprezzerà di buon grado trovare in camera una bottiglia di spumante con due calici esposta in una frigovetrina di design.

Anche **la provenienza e i costumi** dei tuoi ospiti sono aspetti da non sottovalutare; ad esempio se hai clienti inglesi una buona idea è far trovare loro all'interno del minibar delle birre fresche fra le più vendute. Metterle poi in bella mostra in un minibar vetrina in modo da attirare la loro attenzione, aumenterà senz'altro la possibilità di venderle, rispetto ai clienti di provenienza araba.

www.holity.com

Copyright Holity.com - Namiti Srl 2017.

La stagionalità è un altro valore determinante: in estate non dovrebbero mai mancare all'interno del minibar bibite dissetanti.

Nelle stagioni fredde invece liquori, vini dolci, cioccolatini e snack golosi, lasciati anche fuori dal frigo, possono generare profitti interessanti.

Poi diciamo la verità, spesso i prodotti dei frigobar sono sempre gli stessi, quindi stimolare la curiosità di **assaggiare prodotti nuovi** e appetitosi, incuriosire con un packaging accattivante, può essere un ulteriore spunto.

Un altro aspetto da considerare è **il livello economico dei tuoi clienti**: se sei un hotel a 5 stelle probabilmente avrai clienti più facoltosi che possono permettersi di spendere di più, se correttamente stimolati con prodotti ricercati e ad un prezzo ragionevole (sui prezzi ci torneremo dopo).
Potrai essere sorpreso dai risultati che otterrai!

Copyright Holity.com - Namiti Srl 2017.

Poni l'attenzione anche a categorie di persone come soggetti allergici, **celiaci o intolleranti al latte.** Selezionare prodotti per questo tipo di persone ti consentirà di migliorare sia il tuo servizio che le vendite.

Puoi anche differenziare la tua offerta di prodotti per il minibar a seconda della tipologia della tua camera, ad esempio per le suite puoi create un set di prodotti, per le superior un altro, e cosi via.

Fai trovare le cose giuste ai clienti giusti al momento giusto e consumeranno e pagheranno volentieri!

Il marketing

Potresti, anzi dovresti, utilizzare il **servizio di frigobar come elemento di marketing** per la tua struttura e per rendere la tua offerta ancora migliore e differente dalla concorrenza.

Copyright Holity.com - Namiti Srl 2017.

Ad esempio, appena ricevuta la prenotazione, potresti inviare una mail di conferma approfittando per chiedere ai tuoi ospiti **cosa preferirebbero trovare nel minibar** al loro arrivo, inviando loro anche dei suggerimenti. In questo modo sorprenderai il tuo ospite del servizio offerto e lo renderai già pronto e consapevole all'acquisto.

Accogliere il cliente con il minibar pieno di prodotti di suo gusto farà sentire il tuo ospite coccolato e ti permetterà di aumentare a dismisura le possibilità di vendita. In questo modo migliorerai anche l'immagine e la percezione del servizio che la tua struttura offre. Attenzione però è importante specificare che il tutto è senza impegno all'acquisto e che si tratta di una cortesia riservata ai clienti speciali.

Potresti usare questo strumento per vender meglio le camera, **potresti anche creare dei pacchetti o promozioni con free minibar,** comunicando sin da subito cosa i clienti troveranno al loro arrivo; questo potrebbe darti un vantaggio competitivo rispetto alle altre strutture oltre a farti ricevere recensioni migliori.

Copyright Holity.com - Namiti Srl 2017.

Dovresti pubblicizzare questo servizio in tutte le tue comunicazioni di marketing, sui portali di prenotazione e sul tuo sito, sottolineando questo aspetto. Anche qui attenzione però a non tradire la promessa fatta: il cliente dovrà effettivamente trovare una vera scelta con prodotti di qualità, altrimenti faresti un clamoroso autogol.

Considera anche la possibilità di vendere in fase di prenotazione un upgrade con un **coupon a prezzo fisso** per un certo numero di consumazioni del minibar esempio 10 consumazioni comprese e dalla successiva paghi oppure per il consumo libero ti tutto il contenuto del frigobar, chiaramente escluso il riassortimento.

Un'altra strategia di marketing che potresti adottare sono le promozioni settimanali, e più precisamente di un **giorno settimanale in particolare**, ad esempio sconto del 50% su tutte le consumazioni del minibar il mercoledì magari in concomitanza con una partita di coppa o un evento sportivo

Inoltre dovresti promozionare il servizio di minibar tramite la **tv in camera o con display nelle aree comuni**, rendere facilmente fruibile e consultabile il menù e i relativi prezzi.

Immagina il tuo cliente che arriva in hotel **dopo un lungo e faticoso viaggio** in orari in cui non è possibile usufruire del ristorante. Fargli trovare degli snack o dei gustosi tramezzini confezionati e una bibita fresca da consumare

Copyright Holity.com - Namiti Srl 2017.

comodamente in camera, **sarebbe un servizio notevole per cui sarà ben disposto a pagare!**

C'è un solo un caso in cui puoi lasciare il frigobar vuoto, ad esempio come fa' una nota catena alberghiera che si rivolge a un target di famiglie giovani con bimbi al seguito, loro promozionano anche il fatto che il frigobar è vuoto e a disposizione degli ospiti, **ma come recuperano il costo del frigobar?** Grazie all'allestimento di un shop interno all'hotel stile minimarket in modo che gli ospiti possono comunque comprare i prodotti comodamente in hotel e poi riporli nel minibar in camera.
Quindi solo se hai un shop interno puoi lasciare il minibar vuoto.

Aspetti pratici e tecnici

Altri aspetti da considerare per guadagnare con il tuo frigobar attengono proprio all'accessorio in questione. Oggi esistono molti tipi di frigobar (guarda l' ampia gamma a tua disposizione sul nostro sito) **le cui caratteristiche** possono determinare il livello di guadagno che puoi generare. Ad esempio, come abbiamo già detto, esistono frigobar con porta in vetro che consentono, se ovviamente correttamente posizionati, di vedere subito i prodotti in vendita. Questo ti consente di ingolosire maggiormente il cliente, oltre a farti risparmiare corrente con inutile aperture del minibar.

Copyright Holity.com - Namiti Srl 2017.

Frigobar di capacità maggiori ti consentono di inserire bottiglie grandi oppure tipologie di prodotti diversi. Alcuni minibar sono dotati anche di vano freezer; immagina, potresti vendere bene i gelati confezionati in estate!

Ci sono frigobar di design che fungono anche da oggetti di arredo; colpiscono l'occhio all'arrivo in camera e di conseguenza l'apertura se correttamente posizionati.

La posizione del frigobar è un altro aspetto importante: molto spesso questo accessorio viene nascosto o messo in posizioni scomode e poco accessibili. Di conseguenza, alcuni clienti passano l'interno soggiorno nel tuo hotel senza mai aprire il minibar. Chiaramente ti renderai conto che se vuoi vendere qualcosa devi metterlo in evidenza e renderlo facilmente fruibile.

A questo proposito sul mercato ci sono frigobar a cassetto che coniugano la possibilità di essere incassati nell'arredo ma allo stesso tempo la comodità e la fruibilità di accesso ai prodotti.

Come vedi, ci sono diversi aspetti **su cui agire da subito** per migliorare le vendite dei prodotti del frigobar, senza regalare questo servizio al supermercato di fronte al tuo hotel.

Copyright Holity.com - Namiti Srl 2017.

Se vuoi ricevere una consulenza e un'offerta personalizzata per l'acquisto dei nuovi frigobar clicca qui.

I prezzi

Veniamo ad un altro aspetto molto importante: i **prezzi.**

Non ti parlerò dei costi di gestione operativa del frigobar che sono diversi da caso a caso e facilmente calcolabili, né dei costi dei prodotti che conoscerai meglio di me - costi che comunque devi considerare - ma quello su cui vorrei farti riflettere è che nel momento in cui stabilisci i prezzi dei prodotti dei tuoi frigobar, dovresti considerare che, se il prezzo è troppo più elevato rispetto a quello di un normale bar, il beneficio di trovare il prodotto già in camera non ha un'utilità marginale sufficientemente alta per farmi decidere di consumare il prodotto del tuo frigobar rispetto alla scomodità di dover uscire dall'hotel e andarlo a comprare all'esterno.

Con questo non voglio dire che devi avere i prezzi del supermarket, il minibar è un servizio e come tale dovrebbe essere pagato, ma se aumenterai troppo i prezzi, il cliente non sarà disposto a spendere tanto in più rispetto al valore di mercato del prodotto.

Spesso è questo il motivo principale per cui i frigobar non producono vendite. Infatti, come si evince da un articolo riportato sul sito repubblica.it:

«*Secondo una ricerca della **TripAdvisor**, una delle maggiori community di viaggi del mondo, il problema è proprio il prezzo dei frigobar. Il risultato, emerso da oltre 1.600 interviste a*

Copyright Holity.com - Namiti Srl 2017.

viaggiatori provenienti da tutto il mondo, è che a sconfortare il viaggiatore non è l'alternativa di prodotti offerti ma il loro prezzo. E così il 94% degli intervistati comprerebbe noccioline, patatine e cioccolata, o acqua, birra e mini bottiglie. Se solo fossero più convenienti.
Secondo i risultati della ricerca, 33 persone su cento dichiarano di non aver mai usato il servizio minibar delle camere d'albergo. Meglio evitare di pagare un conto salato o di litigare con il personale alberghiero, cosa che accade al 35% dei viaggiatori.
I risultati della ricerca della TripAdvisor sono confermati dalle associazioni che difendono i diritti dei consumatori. Secondo l'avvocato Massimo Dona, segretario generale dell'Unione nazionale consumatori (Unc), molti viaggiatori sono 'terrorizzati' dai prezzi dei prodotti dei minibar e denunciano l'occultamento dei listini. Gli alberghi infatti sono obbligati a esporre il prezzario ma spesso accade che questo sia nascosto, ad esempio tra le pagine delle brochure dei servizi degli alberghi. »

Quindi considera che se utilizzi prezzi ragionevoli e seguendo alcuni dei suggerimenti di cui ti ho parlato sopra, potrai **trasformare un mero costo per la tua struttura in una fonte di guadagno a partire da subito.**

I prezzi dei prodotti del frigobar, così come quelli della camera, **non sono validi per tutte le stagioni e uguali per tutti indistintamente**. Dovresti effettuare dei test con prezzi e offerte diverse in periodi diversi, in modo da trovare il giusto set di prodotti/prezzo per la tua struttura, tenendo in considerazione il tuo cliente tipo.

Meglio vendere molte birre a prezzo contenuto a un gruppo di ragazzi inglesi che regalare i costi di gestione di un minibar vuoto al supermarket di fronte.

Copyright Holity.com - Namiti Srl 2017.

Inoltre, per tirarti fuori in parte dalla competizione dei prezzi con i negozianti vicini, potresti inserire prodotti più ricercati **o prodotti tipici della tua zona**, o potresti lasciare campioncini gratuiti per far assaggiare questi prodotti alla reception per poi vendere l'intera bottiglia direttamente in camera o nello shop dell'hotel se ne hai uno.

Per quanto riguarda invece i **metodi che puoi adottare per evitare i consumi non riconosciuti di quei clienti cosiddetti "furbetti"**, ci sono diverse soluzioni, ad esempio: puoi richiedere un deposito in contanti all'arrivo o trattenere un plafond dalla carte di credito per gli eventuali consumi extra, come viene fatto oramai da anni in moltissimi strutture all'estero e non.

Inoltre **i prezzi equi**, **diminuiscono notevolmente i furti**, in quanto se i prezzi vengono percepiti come una truffa, spesso i clienti sono portati a comportarsi di conseguenza, mentre se esponiamo un prezzo onesto quanto quello di un normale bar, i clienti saranno più propensi a consumare e a pagare ciò che hanno consumato. Infine, come già detto, creare coupon o pacchetti di consumazioni prepagate.

Come vedi ci sono molte idee e spunti da cui partire da subito per generare un profitto vero grazie ai minibar, eliminando un costo e trasformandolo in un ritorno sia economico che d'immagine per tutto l'hotel.

Copyright Holity.com - Namiti Srl 2017.

Quindi da dove partire?

Parti da qui:

- Analizza **il tuo target di clientela**, come ti ho spiegato sopra;
- Verifica **la posizione dei tuoi frigobar** nelle tue camere: se sono poco visibili e poco accessibili prova a vedere se puoi spostarli o semplicemente modificare qualche elemento per segnalare meglio;
- **Verificane lo stato**: sono funzionanti? sufficientemente capienti? sono obsoleti? Se i frigobar sono vecchi, oltre ad essere rumorosi disturbando il sonno dei tuoi ospiti, consumeranno molto di più rispetto a quelli di ultima generazione che sono a risparmio energetico e totalmente silenziosi ;
- Valuta se è il caso **di sostituire alcuni di quelli più vecchi**, magari acquistando modelli che ti consentano di mostrare i prodotti come i frigo vetrina o quelli con classe energetica A+++ o quelli ad assorbimento che sono molto più silenziosi o quelli che ti permettono di vendere cose diverse da quelle standard prendendo spunti da quanto detto finora;
- **Prepara dei set di prodotti** in base al tuo target e alle valutazione di cui sopra, per effettuare dei test;
- **Rifornisci** i frigobar di questi prodotti;
- **Stabilisci i prezzi** in modo ragionevole così da ottenere un tuo margine, ma che non siano troppo più alti rispetto al bar. Ricorda che si può guadagnare tanto anche sulla quantità di unità vendute, e in ogni caso è meglio guadagnare uno anziché zero o addirittura meno di zero.

Copyright Holity.com - Namiti Srl 2017.

L'ultimo passaggio riguarda la parte più importante e cioè il **marketing**:

- Crea del **materiale di marketing cartaceo** per invogliare l'acquisto;
- **Esponi chiaramente i prezzi** dei prodotti se hai inserito prezzi e qui sottolinea questo aspetto che ti può differenziare dai tuoi competitors;
- **Pubblicizza il tuo servizio di minibar** sul tuo sito e sui tuoi canali di vendita, con i display nelle aree comuni in camera tramite la tv;
- Stimola **le recensioni** su questo servizio;
- Invia mail ai tuoi ospiti per **chiedere cosa preferirebbero** trovare al loro arrivo;
- **Offri coupon o voucher** per l'acquisto di pacchetti di consumazioni;
- **Fai promozioni settimanali** in concomitanza di eventi sportivi
- Crea **aree di assaggio** dei prodotti che vendi in camera.

Fai diventare il tuo minibar un elemento differenziante e di marketing della tua struttura.

Non continuare a regalare i tuoi soldi al supermercato dietro l'angolo, prova a gestire meglio questo fantastico accessorio della tua camera. Otterrai ritorni sia economici che d'immagine non indifferenti.

Se vuoi ricevere una consulenza e un'offerta personalizzata per l'acquisto dei nuovi frigobar clicca qui.

Copyright Holity.com - Namiti Srl 2017.

Namiti S.r.l. - P. Iva 06162571217 -
Sede leg.: Via Cortile, 16 - 80069 Vico Equense (NA)
Sede Op.: Corso Italia, 192 - 80063 Piano di Sorrento (NA)
www.holity.com | info@holity.com | +390818087452