

Петина О.А.,

3 курс, Б1123-43.03.03(2) группа

Дальневосточный Федеральный Университет

г. Владивосток, Россия,

Балеева П.А.,

3 курс, Б1123-43.03.03(2) группа

Дальневосточный Федеральный Университет

г. Владивосток, Россия,

Научный руководитель: Шумакова Е.В.,

доцент департамента туризма и гостеприимства, к.э.н.,

Дальневосточный Федеральный Университет

г. Владивосток, Россия

ОПТИМИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫМ БИЗНЕСОМ: ОБЗОР ЛУЧШИХ CRM-СИСТЕМ ДЛЯ ОТЕЛЕЙ

***Аннотация:** Статья посвящена анализу применения CRM-систем для оптимизации управления в гостиничном бизнесе. Рассмотрены ключевые функциональные задачи, которые решает внедрение CRM: централизация гостевых данных, автоматизация коммуникаций и процессов, стимулирование лояльности, управление репутацией и увеличение дохода с клиента. Проведен сравнительный обзор особенностей, возможностей и ограничений конкретных решений.*

***Ключевые слова:** CRM, система взаимоотношений с клиентами, автоматизация, определение CRM, управление продажами, система управления взаимоотношениями с клиентами, гостиничный бизнес, автоматизация, оптимизация управления, Битрикс24, Мегаплан, atoCRM,*

интеграция, PMS (Property Management System), персонализация, лояльность клиентов.

Abstract: The article is devoted to the analysis of the application of CRM systems for the optimization of management in the hotel business. The key functional tasks that are solved by the implementation of CRM are considered: the centralization of guest data, automation of communications and processes, the promotion of loyalty, the management of reputation and the increase in revenue from the client. A comparative review of the features, capabilities and limitations of specific solutions is carried out.

Keywords: CRM, customer relationship management system, automation, CRM definition, sales management, customer relationship management system, hotel business, automation, management optimization, Bitrix24, Megaplan, amoCRM, integration, PMS (Property Management System), personalization, customer loyalty.

ВВЕДЕНИЕ. CRM (от англ. Customer Relationship Management) — это инструмент, который собирает и хранит данные о клиентах, сотрудниках, взаимодействии между ними и автоматизирует процессы в компании. Чем работа в CRM полезна бизнесу: обеспечивает безопасность данных, оптимизирует продажи и маркетинг, упрощает деятельность персонала.[1]

Функциональные задачи CRM-систем в сфере гостиничного бизнеса

Внедрение системы управления взаимоотношениями с клиентами (Customer Relationship Management, CRM) позволяет гостиничным предприятиям решать комплекс стратегических и операционных задач, направленных на оптимизацию сервиса и повышение экономической эффективности. Ключевые функциональные области включают:

1. **Централизованная консолидация и управление гостевой информацией.** CRM-система выполняет роль единого хранилища

данных, агрегируя сведения из разнородных источников: систем бронирования (PMS), гостевых анкет, каналов коммуникации (электронная почта, мессенджеры) и платформ с отзывами. В рамках системы формируется целостный профиль клиента, содержащий контактные данные, историю предыдущих посещений, финансовые транзакции, а также документированные предпочтения (например, выбор типа номера, дополнительные услуги).

2. Автоматизация коммуникаций и управление внутренними процессами. Платформа обеспечивает сквозное взаимодействие с гостем через интегрированные каналы связи, а также служит инструментом для координации работы персонала. CRM позволяет автоматизировать типовые сценарии общения (например, приветственные письма, напоминания о заезде) и предоставляет функционал для постановки, делегирования и контроля выполнения задач между службами отеля (администрация, служба размещения, сервисный персонал). Результатом является повышение операционной слаженности, скорости реакции на запросы и, как следствие, общего качества обслуживания. [2]

3. Стимулирование лояльности и рост повторных бронирований. На основе сегментации клиентской базы система обеспечивает персонализацию маркетинговых коммуникаций. Путем автоматизированных рассылок целевым группам гостей (например, постояльцам с определенной частотой визитов или средней суммой чека) осуществляется направленное продвижение специальных предложений, программ лояльности или бонусов за рекомендации. Данный подход трансформирует разовую транзакцию в долгосрочные отношения, целенаправленно увеличивая процент возвращающихся клиентов.

4. Оптимизация маркетинговых активностей и управление репутацией. CRM позволяет выстраивать и автоматизировать комплексные коммуникационные цепочки на всех этапах гостевого цикла:

предварительные уведомления, предложение дополнительных услуг (трансфер, экскурсии) во время пребывания, пост-продажные опросы и рассылки. В части репутационного менеджмента система способствует структурированному сбору и обработке отзывов, хотя для полноценного автоматического мониторинга внешних независимых платформ (TripAdvisor, Google Reviews) зачастую необходима дополнительная интеграция со специализированными сервисами.

5. **Максимизация дохода с одного гостя (upselling & cross-selling).** Аналитический модуль CRM выявляет закономерности в потребительском поведении и предпочтениях. Это позволяет сотрудникам или автоматическим сценариям системы формировать и предлагать гостю релевантные дополнительные услуги или апгрейды (например, номер более высокой категории, спа-процедуры, услуги ресторана) до или во время его визита. Таким образом, на основе данных достигается увеличение среднего чека и общее повышение доходности каждого клиента.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ. 1. Одной из лучших crm-систем является **Битрикс24** — это популярная российская CRM-система, которая особенно удобна для небольших и средних отелей. Её используют для организации взаимодействия с клиентами, контроля работы сотрудников и управления продажами.

Ключевые возможности Битрикс24:

1. Контакт-центр: все заявки клиентов удобно находятся в одном окне. Битрикс24 сам собирает заказы из всех каналов и распределяет их между менеджерами.

2. CoPilot в CRM: CoPilot переслушивает записи разговоров с клиентами, выделяет главное и заполняет карточку. AI-ассистент генерирует идеи для бизнеса, пишет продающие тексты для рассылок и предлагает способы продажи услуг.

3. Оплата счетов: в Bitrix можно создавать шаблоны счетов или использовать готовые для быстрой отправки клиентам. Документы можно распечатывать прямо из CRM и отправлять счета для оплаты по QR-коду.

4. Автоматическое объединение сделок: CRM проверяет базу на наличие дубликатов, учитывая, что один и тот же клиент может обращаться с разными данными.

5. Туннели продаж: есть возможность указать путь покупателя от одной стадии продажи к следующей, а Битрикс24 уже сам без лишнего вмешательства построит бизнес-процессы по готовому сценарию.[3]

Одним из главных преимуществ является то, что «Битрикс24» помогает планировать распорядок сотрудников и уведомляет о дедлайнах, а также предлагает бесплатный двухнедельный пробный период и доступен на ПК, ноутбуках, планшетах и смартфонах, что удобно для доступа к централизованной базе данных.

Основным недостатком системы является сложный и перегруженный интерфейс, требующий времени на освоение и навязчивое предложение платных подписок и услуг, а также возможны периодические технические сбои и долгое ожидание ответа от службы поддержки.[4]

2. Мегатлан — это российская система управления бизнесом, которая помогает компаниям автоматизировать процессы, управлять проектами, задачами и взаимодействием с клиентами.

Основные возможности Мегатлана:

Мегатлан предлагает комплекс инструментов для бизнеса, а именно интерактивные календари, диаграммы Ганта для визуализации проектов и делегирование задач с учётом приоритетов, загруженности и квалификации сотрудников. Финансовые отчёты по проектам и клиентам включают прибыль, расходы, рентабельность, прогнозы на основе данных и оповещения о превышении бюджета. А документооборот системы

автоматизирован и включает в себя хранение, совместное редактирование в реальном времени и доступ к версиям для всех.

Система имеет гибкую персональную настройку и выбор из множества удобных функций, а также большое количество подсказок и инструкций для новых пользователей.

К недостаткам системы относят высокую стоимость для малого бизнеса. Компаниям с маленьким штатом не всегда нужен расширенный функционал CRM «Мегаплан», а тарифы могут быть неприемлемыми для стартового бюджета.[5]

3. amoCRM

amoCRM отличается удобной и интуитивно понятной системой, ориентированной на автоматизацию продаж и повышение конверсий. Эта система подходит для отелей, активно использующих онлайн-продажи и нуждающихся в детальном анализе клиентского поведения. amoCRM позволяет автоматически фиксировать обращения клиентов с сайта и соцсетей, вести детализированную аналитику продаж, эффективно настраивать персонализированные рекламные кампании и маркетинговые рассылки.

Пример успешного внедрения amoCRM для гостиничного бизнеса под управлением Bnovo

1. Постановка проблемы и исходные условия

Внедрение было инициировано для решения операционных задач, несмотря на наличие базовой цифровой инфраструктуры (сайт с модулем бронирования Bnovo и PMS). Проблема заключалась в **высокой доле ручного труда** и отсутствии автоматизации в коммуникациях:

- Обработка многочисленных запросов из мессенджеров и соцсетей одним менеджером.
- Ручная отправка прайсов и информации.

- Отсутствие систематизированного процесса для напоминаний, продвижения допуслов и сбора отзывов.[6]

2. Методология внедрения и кастомизации

Процесс можно рассматривать как эталонный пример **поэтапной и клиентоцентричной кастомизации** типового CRM-решения:

- **Начальная настройка:** создание отдельных воронок продаж для разных услуг (аренда жилья и проведение мероприятий), централизация всех каналов связи (почта, Instagram, WhatsApp, телефония), создание библиотеки шаблонных ответов.
- **Интеллектуальная автоматизация первичного контакта:** настройка чат-ботов (Salesbot) для автоответов на частые вопросы, что позволило сразу разгрузить менеджера.
- **Критическая интеграция с PMS (Вnovo):**
 - Штатная интеграция обеспечила **двусторонний обмен данными:** создание сделок в CRM из бронирований и обновление полей.
 - Для синхронизации статусов (жизненного цикла брони) потребовалась **дополнительная нестандартная доработка** с помощью тех же Salesbot, что подчеркивает важность гибкости системы.
- **Дальнейшая оптимизация коммуникаций:** Для отправки персонализированных сообщений (напоминания, предложения услуг, NPS-опросы) в нужное время были настроены **временные триггеры**, привязанные к реальным датам заезда/выезда, а не к действиям сотрудника. Это обеспечило точность и своевременность без дублирования сообщений.

**Практический результат внедрения amoCRM для гостиничного бизнеса
под управлением Вnovo**

Цель внедрения	Практический результат по кейсу
Оптимизация операционной эффективности	Существенная разгрузка менеджера за счет автоматизации рутинных операций и первичных ответов.
Повышение качества и системности сервиса	Внедрение автоматизированного, своевременного и персонализированного цикла коммуникаций с гостем на всех этапах (до, во время и после визита).
Формирование лояльности и управление репутацией	Рост количества положительных отзывов за счет системного и ненавязчивого сбора обратной связи.
Создание основы для масштабирования	Построена масштабируемая система : возможность добавления новых пользователей, готовность к миграции данных и созданию бронирований прямо из CRM.

Заключение. Следующие crm-системы представляют собой наиболее эффективные решения для современного гостиничного бизнеса. Каждая из них ориентирована на конкретные задачи: от глубокой автоматизации маркетинга до обеспечения операционной стабильности и роста прямых продаж. Выбор «лучшей» системы не может быть универсальным, так как он напрямую зависит от масштаба отеля, его концепции и целевой аудитории. В то время как одни платформы идеально подходят для крупных сетевых комплексов за счет мощной аналитики, другие становятся оптимальным

выбором для небольших отелей благодаря своей гибкости и простоте внедрения.

Список использованных источников:

1. 1. CRM: что это, зачем нужна и кому подойдёт // altcraft.com URL: <https://altcraft.com/ru/glossary/crm-system> (дата обращения: 22.01.2026)
2. Информационные технологии в гостиничном бизнесе : учебное пособие / Е.В. Шумакова. — Москва : КНОРУС, 2025. — 192с. — (Бакалавриат).
3. Почему Битрикс24 вам не подойдёт: плюсы и минусы // impulsecrm.ru URL: <https://impulsecrm.ru/tpost/pj355x62k1-pochemu-bitriks24-vam-ne-podoidet-plyusi> (дата обращения: 25.01.2026).
4. Битрикс24 CRM+AI // www.bitrix24.ru URL: https://www.bitrix24.ru/promo/free-online-crm/?utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign=ru_brand_instrumenty-auto-new&utm_content=keys_5702239573%7Ccid%7C706443598%7Caid%7Cбитрикс%2024%20crm%7C56380478019%7Csrc&utm_term=битрикс%2024%20crm&etext=2202.BFxl4o5k7TNc33jY_j3FWJusFeb_-piW9rj1EnDMrCnaVzM9wRoW0JF328RJvZwMeWZxenVwZG92dGxrdGJxcg.b7a8f98e73f94cb9bc1afa989c931356f8572e03&yclid=1040720837841518591 (дата обращения: 25.01.2026).
5. Обзор "Мегаплан": основные функции и тарифы, кому подойдёт // www.mtt.ru URL: <https://www.mtt.ru/support/blog/obzor-megaplan-osnovnye-funktsii-i-tarify-komu-podoydet/> (дата обращения: 25.01.2026).
6. Кейс внедрения amoCRM для гостиничного бизнеса под управлением Vnovo // URL: <https://ifabrique.ru/cases/amocrm-dlya-gostinichnogo-biznesa> (дата обращения: 25.01.2026).