

Otázky pro hloubkový rozhovor – Optimalizace komunikační strategie ve společnosti
MONTI SPA HOTEL Františkovy Lázně

1. Můžete popsat aktuální komunikační strategii hotelu na sociálních sítích?
2. Jaké jsou hlavní cíle této strategie?
3. Jaké jsou hlavní cílové skupiny pro komunikační strategii hotelu a jakým způsobem personalizujete obsah pro různé cílové skupiny?
4. Používáte nějaké nástroje nebo metody pro segmentaci a personalizaci?
5. Jak často monitorujete a analyzujete zpětnou vazbu od klientů na sociálních sítích?
6. Jak často publikujete obsah na Facebooku a Instagramu hotelu?
7. Jaké typy obsahu jsou na sociálních sítích a webových stránkách nejúspěšnější k přilákání nových klientů?
8. Můžete uvést příklad úspěšné kampaně nebo aktivity a co přispělo k jejímu úspěchu?
9. Jakým způsobem reagujete na negativní komentáře nebo hodnocení na sociálních sítích?
10. Jaké změny nebo vylepšení plánujete v rámci komunikační strategie pro příští rok?
11. Jaké komunikační kanály nebo nástroje plánujete implementovat, aby se zvýšila efektivita přilákání nových klientů?
12. Jak probíhá spolupráce mezi vámi a týmem hotelu při plánování a realizaci komunikační strategie? Jak často se setkáváte s týmem hotelu, abyste diskutovali o výsledcích a plánovali další kroky?
13. Jelikož na dotazníkové šetření odpovědělo 33% mužů a 67% žen, tak jakým způsobem zohledňujete rozdílné preference pohlaví v komunikačních strategiích na sociálních sítích a webu?
14. Jak přizpůsobujete obsah na sociálních sítích a webových stránkách různým věkovým skupinám, protože největší skupinou respondentů byla věková skupina 66-75 let a 76+?
15. Z dotazníkového šetření bylo zjištěno, že 32% respondentů získává informace o cestování a ubytování z osobních doporučení. Jakým způsobem podporujete a využíváte tato osobní doporučení v digitálních komunikačních strategiích?
16. Jak přizpůsobujete obsah na sociálních sítích, aby více respondentů sledovalo hotel online, protože z dotazníkového šetření bylo zjištěno, že klienti jsou nejvíce motivováni k návštěvě webu a sociálních sítí speciálními nabídkami s balíčky služeb (24%), tipy na výlety v okolí hotelu (18%), fotografiemi hotelu a jeho regionu (21%) a zprávami o událostech z regionu (10%)?
17. Z dotazníkového šetření bylo zjištěno, že by klienti chtěli dostávat aktualizace o nabídkách Monti Spa Hotelu dle jejich preferencí přes email. Jakým způsobem plánujete klientům vyhovět a rozšiřovat využití emailových aktualizací?
18. Většina respondentů preferuje dostávat aktualizace čtvrtletně a při speciálních příležitostech (Vánoce, Silvestr, zahájení sezóny). Jak přizpůsobujete časový plán zasílání aktualizací, aby vyhovoval těmto preferencím?
19. Respondentům byla položena otázka, zda mají nějaké návrhy na zlepšení komunikace Monti Spa Hotelu. Druhý nejčastější návrh jsou personalizované nabídky (1. je, že komunikace je dostatečná). Jakým způsobem hodláte zvýšit personalizaci nabídek, aby se zvýšila relevance a zapojení klientů?

20. Jak plánujete integrovat více informací a aktualizací na Facebooku a Instagramu, aby byly tyto platformy pro klienty atraktivnější a informativnější?