Как выстроить эффективные коммуникации с гостем оздоровительного курорта

Инфраструктура курорта

5-ти звёздочный отель

399

номеров

37

вилл

Институт активного долголетия «Mriya Life Institute»

Детский игровой комплекс «Metropolis»

Бальнеологический комплекс и косметология

Оздоровительный комплекс «Mriya Life Centre»

Винный парк «WINEPARK»

Термальный комплекс с 6 видами бань

Парк чудес и приключений ДРИМВУД

Японский сад «Шесть чувств» с территорией 6 га

15 баров и ресторанов с ночным караоке-клубом

SPA комплекс «Delange»

Вертолёты, яхты и катера

Зоны кроссфита, теннисные корты, йога зоны

Фитнес-центр

Транспортный парк

Видеоролик

Что такое Mriya Resort & SPA?

Мифы

Неограниченные бюджеты на маркетинг и PR

“Оторванность” от реальных условий рынка

Факты

Академия гостеприимства

Департамент качества

Проект по обратной связи от гостей

Развитие новых сервисов

Постоянное стремление к улучшению качества сервиса и опыта гостя

Mriya Life

Mriya Life – это комплексный подход для заботы о здоровье, призванный как предотвращать, так и лечить заболевания. Медицинский кластер в самом сердце Крыма, среди задач которого - сохранение и восстановление здоровья, красоты и молодости людей, с особой заботой обеспечивая для каждого качественное, прогрессивное и комфортное медицинское обслуживание.

Сочетая традиционную и prevent-age медицину мы показываем, что тело человека способно на большее.

MRIYALIFE

Рекреационные возможности курорта

КРУГЛОГОДИЧНОЕ ОЗДОРОВЛЕНИЕ

Большое количество заказников и заповедников на южном берегу Крыма позволяет формировать индивидуальные возможности, терренкуры разной сложности, как на территории комплекса, так и за его пределами. Теплый климат дает возможность для круглогодичных занятий спортом как на суше, так и в воде.

Уникальная флора, насыщенная хвойными фитонцидами, подходит для профилактики и лечения бронхо-легочной системы, также место благоприятно для аллергиков.

ЛАНДШАФТОТЕРАПИЯ

обеспечивает стабилизацию психо-эмоционального состояния

АЭРОТЕРАПИЯ

воздушные ванны для оздоровления организма, благотворного влияния на дыхательную систему

ТАЛАССОТЕРАПИЯ

морская вода для тонизирования организма и улучшения кровообращения

ПЕЛОИДОТЕРАПИЯ

грязелечение для улучшения обмена веществ, оздоровления кожи, суставов, опорно-двигательного аппарата

ГЕЛИОТЕРАПИЯ

солнечные ванны для оздоровления кожи и общем улучшении физического состояния

Направления лечения

- ВОССТАНОВЛЕНИЕ ПОСЛЕ COVID
- ЗАБОЛЕВАНИЯ ОПОРНО-ДВИГАТЕЛЬНОГО АППАРАТА
- МУЖСКОЕ И ЖЕНСКОЕ ЗДОРОВЬЕ
- ЛЕЧЕНИЕ ЗАБОЛЕВАНИЙ ОРГАНОВ ДЫХАНИЯ
- СНИЖЕНИЕ ВЕСА И КОРРЕКЦИЯ ФИГУРЫ
- АНТИСТРЕСС
- ЗАБОЛЕВАНИЯ ОРГАНОВ ПИЩЕВАРЕНИЯ (ЖКТ)

Инфраструктура Mriya Life

MRIYA LIFE INSTITUTE

MRIYA LIFE CENTRE

БАЛЬНЕОЛОГИЧЕСКИЙ ЦЕНТР

ЦЕНТР КОСМЕТОЛОГИИ

АКВАЗОНА

РЕСТОРАН COSMO

Mriya Life Institute

Институт Активного Долголетия Mriya Life Institute - эксклюзивное место для приватного премиального отдыха, гармонизации и восстановления жизненных сил в уникальной климатической зоне Крымской Ривьеры на территории санаторно-курортного комплекса Mriya Resort & SPA.

В Mriya Life Institute представлен полный комплекс anti-age и preventage технологий в синергии с передовыми антивозрастными методиками для восстановления нервной, сердечно-сосудистой, дыхательной, костно-суставной, эндокринной систем, корректировки гормонального дисбаланса, предупреждения развития генетических рисков, нормализации веса, метаболизма и восстановления организма на клеточном уровне.

Mriya Life Institute

Институт активного долголетия

6
видов Check-Up программ

4
иновационных ванны, эксклюзивно представленные в России

30
ультрасовременных диагностическиз аппаратов

200
параметров диагностики в программе Check-Up

1
в мире микродиффузионный ингаляторий, изготовленный по специальному заказу

Ультрасовременный бальнео и физиотерапевтический комплекс.
Авторская методика диагностики уровня здоровья

Mriya Life Centre

Международные стандарты лечения и современные методики в сочетании с высококлассным сервисом и проживанием в одном из лучших семейных курортов мира. Новый уровень оздоровительного курорта

*при проживании от 9 ночей санаторно-курортная программа входит в стоимость проживания

Mriya Life Centre

Медицинский оздоровительный центр

Профессиональная команда врачей

28

из которых имеют высшую квалификационную категорию с опытом работы от 10 до 43 лет

Уникальные оздоровительные программы

27

направлений для взрослых и детей

9

программ диагностики

*при проживании от 9 ночей санаторно-курортная программа входит в стоимость проживания

Видеоролик

Медицина Mriya Resort & SPA

Customer Journey Map / Путь гостя

Что такое CJM?

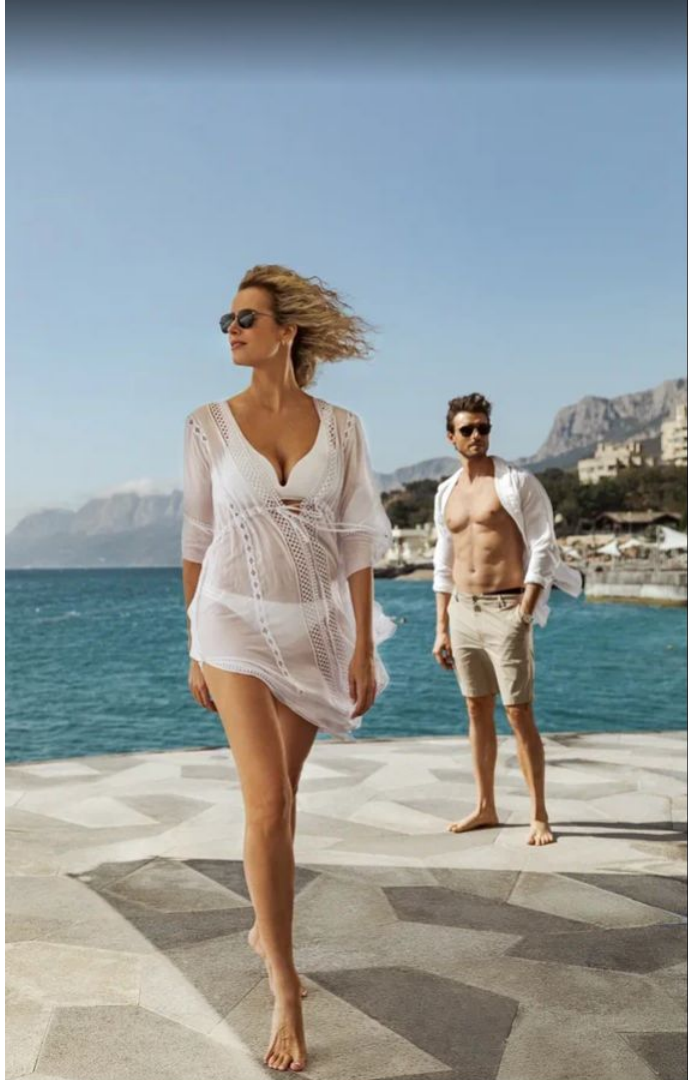
Визуализация опыта гостя, простроенный маршрут взаимодействия гостя с продуктом, учитывающий цели, действия, возможные барьеры и эмоции на каждом этапе.

Задачи CJM

-выявить проблемные места и барьеры, препятствующие бесшовному позитивному пользовательскому опыту;

-исследовать драйверы, мотивирующие продолжить взаимодействие с продуктом;

-улучшение UX (пользовательского опыта), повышение качества продукта.



Этапы пути Гостя

Узнавание

Рассмотрение

Исследования:

-Глубинное интервью с Гостями, протестировавшими сайт;

-Глубинное интервью с Гостями, прошедшими оздоровление в других известных курортах.

Этапы пути Гостя

Глубинные интервью с Гостями, протестировавшими сайты Mriya

В исследовании приняли участие **20+ человек**

Легенда: «*У Гостя возникла потребность в оздоровлении организма. Гостю сообщили, что в Крыму есть хорошее место для оздоровления организма - Mriya. Клиент решил найти информацию об оздоровлении организма в Mriya в интернете*»

Профиль Гостя:

- У Всех респондентов активная жизненная позиция – **следят за здоровьем/ занимаются спортом/ стараются правильно питаться**
- **Высокий социальный уровень** - топ-менеджеры крупных компаний, собственники бизнеса …
- Возраст: **от __ до __ лет**
- Образование: **высшее**
- **Все респонденты проживают в крупных городах:** Москва, Санкт-Петербург …

Этапы пути Гостя

Оформляем результаты глубинных интервью в таблицу:

-проблема

-что отметил клиент?

-комментарии

Например, что мы узнали в конце 2021 года:

Проблема

Низкая узнаваемость бренда MRIYA, как места оздоровления

Эмоция

16 из 20 Клиентов не знали о Mriya, как о месте оздоровления

Комментарии

«Я не предполагала и не слышала от знакомых, что в Mriya можно пройти курс оздоровления»

«Много слышала о Mriya, как о дорогом курорте. Была удивлена, узнав, что там можно оздоровиться»

Этапы пути Гостя

Глубинные интервью с Клиентами, прошедшими оздоровление в других известных клиниках
В исследовании приняли участие **20+ человек**

Профиль Клиента + дополнительный критерий по премиальным местам оздоровления

Цели:

Изучение Клиентского опыта оздоровления организма;

Выявление основных факторов, влияющих на принятие решения о выборе места оздоровления.

Этапы пути Гостя

Получение клиентского опыта

Исследования:

Количественное исследование - Опрос Клиентов, прошедших курс оздоровления на курорте;

Качественное исследование – глубинные интервью с Клиентами, прошедшими курс оздоровления на курорте.

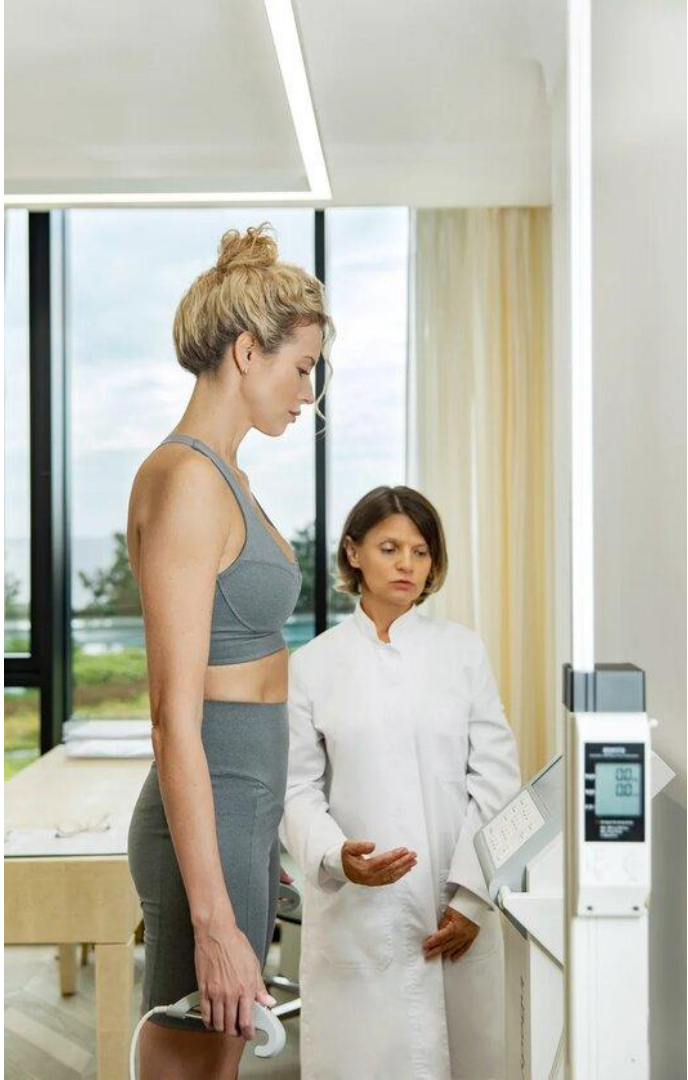
Этапы пути Гостя

Получение клиентского опыта

Исследования:

Количественное исследование - Опрос Клиентов, прошедших курс оздоровления на курорте;

Качественное исследование – глубинные интервью с Клиентами, прошедшими курс оздоровления на курорте.



Этапы пути Гостя

Количественное исследование - Опрос Клиентов, прошедших курс оздоровления на курорте.

E-mail рассылка по базе курорта с предложением пройти опрос.

Фиксируем общее число гостей, получивших предложение, количество гостей, открывших письма и прошедших опрос.

Обязательно за участие в опросе предлагаем **комплементарную услугу**.

Этапы пути Гостя

Примеры вопросов:

Уровень удовлетворенности пребыванием в …
Порекомендую ли …, как место оздоровления?
Из каких источников Вы узнали об …?
Почему Вы выбрали … для своего оздоровления?
Как Вы осуществляли бронирование/покупку курса оздоровления?
Как Вы оцениваете качество описания программ оздоровления?
Уровень удовлетворенности сайтом (-ами)
Что было хорошо?
Что было плохо?
Что бы Вы предложили изменить в работе …?

Фиксируем результаты в процентах:

100% участников опроса порекомендуют MLI своим друзьям и знакомым

Этапы пути Гостя

Качественное исследование – глубинные интервью с **20+** Гостями, прошедшими курс оздоровления на курорте.

Цели:

-Выявление основных проблем, “болей” Гостя при оздоровлении; -**Получение** предложений от Гостей **по улучшению пути Гостя.**

Основные шаги пути гостя:

Поиск информации о месте оздоровления/о программах оздоровления на сайте, Бронирование/приобретение курса оздоровления, Прибытие/заселение, Питание, Оздоровление, Сервис.

По каждому шагу отмечаем следующие показатели:

Основные действия Гостя, Эмоциональный путь и проблемы Гостя, Комментарии Гостя.

Этапы пути Гостя

Пример

Основные действия Гостя

- Посещение ресторанов/кафе
- Индивидуальный заказ блюд

Эмоциональный путь и проблемы Гостя

- Много спиртных напитков – не соответствует философии оздоровления

Комментарии Гостя

- ***«Очень трудно правильно питаться,*** *когда рядом пьют пиво и едят чипсы»*

Бенчмаркинг

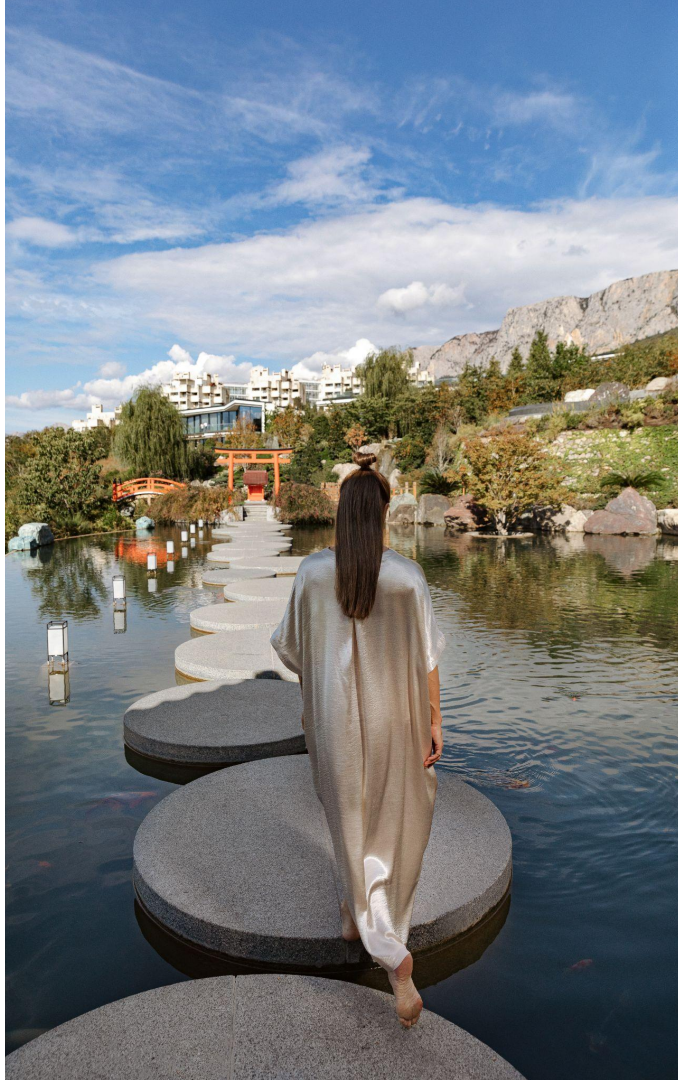
Исследование рынка и формирование пула лучших практик.

Исследование этапов сквозного процесса

Исследование с хронометражом и выявлением дефектов.

Инициативы по улучшению пути Гостя

Инициативы по решению каждой выявленной проблемы с указанием сроков реализации и ответственных.



CJM Mriya Life

Внешние коммуникации

Внутренние коммуникации (на курорте)

Сайт Mriya Life

Контактный центр (звонок, обращение в мессенджеры)

Запись на консультацию / услугу

SMS-напоминание за сутки до визита

Ресепшн (welcome-центр для внешнего гостя, ресепшн Mriya Life)

Раздевалка (при необходимости)

Кабинет врача / оказания услуги

Ресепшн (печать результатов исследований, оплата, запись на следующий визит)

Сбор обратной связь (отработка негатива при необхоимости)

Взаимодействие с гостем после оказания услуги

Внешние коммуникации

Наружная реклама
Билборды, сити-формат

PR
Радио, местное телевидение, публикации

SMM
Посевы в телеграм-каналах, работа с местными блогерами и лидерами мнений

Digital
Таргетированная и контекстная реклама, формирование посадочных страниц по фокусным услугам

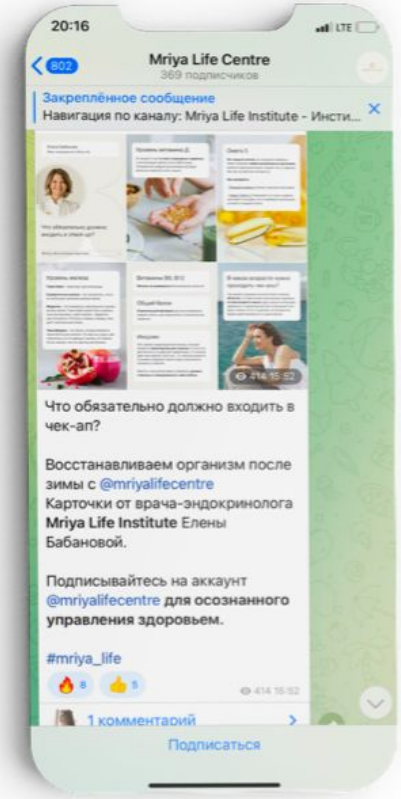
Партнерские интеграции
Городские мероприятия, проекты со схожей целевой аудиторией

+12,5%

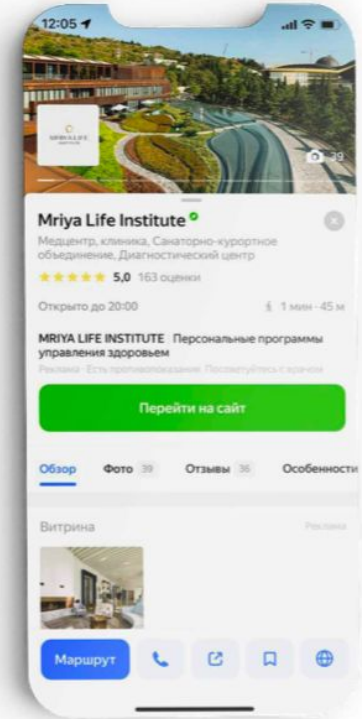
Увеличение доли внешних посетителей Mriya Life Centre на 12,5% **в июле** по сравнению с июнем.

+65%

Увеличение доли внешних гостей на 65% **в сентябре** в сравнении с августом.



Внешние коммуникации



Рекламные сообщения о медицинской деятельности

Внутренние коммуникации

Точки роста: усиление маркетинга медицины на курорте

До заезда

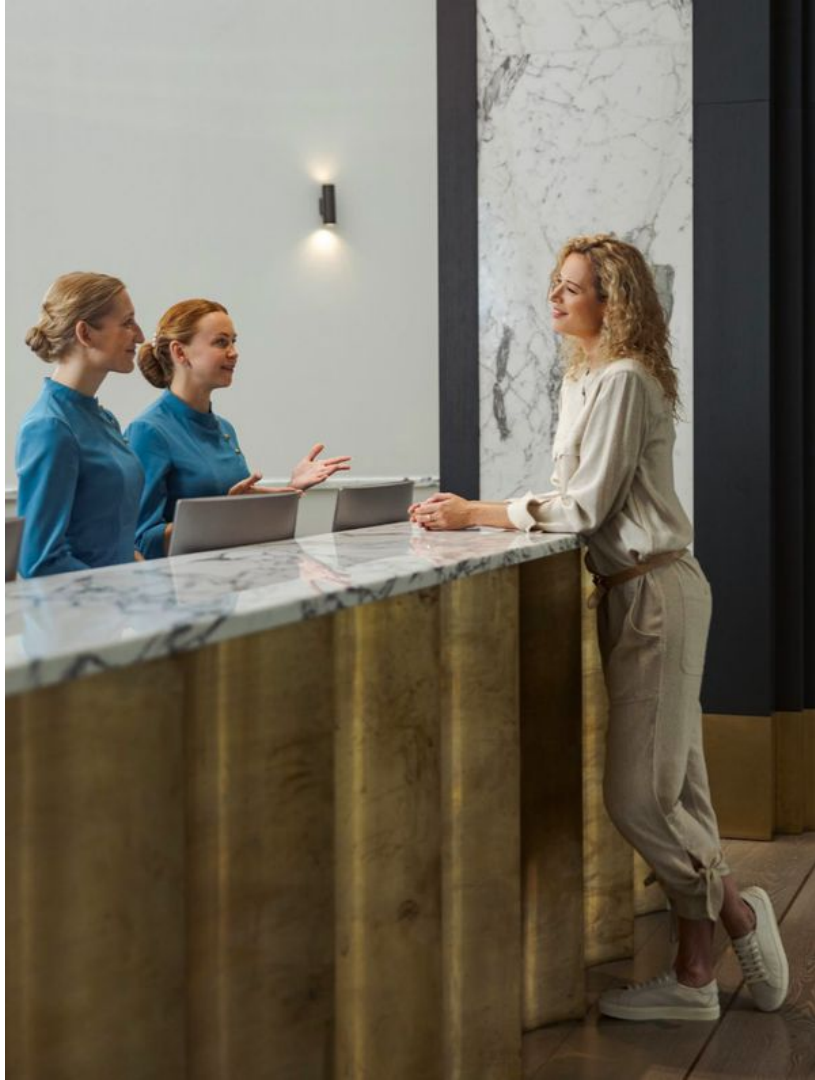
- приветственные письма -смс-рассылка за 2 дня до заезда гостей со спецоффером медицины
- онлайн-консультация врача и выбор оздоровительной программы

В номере

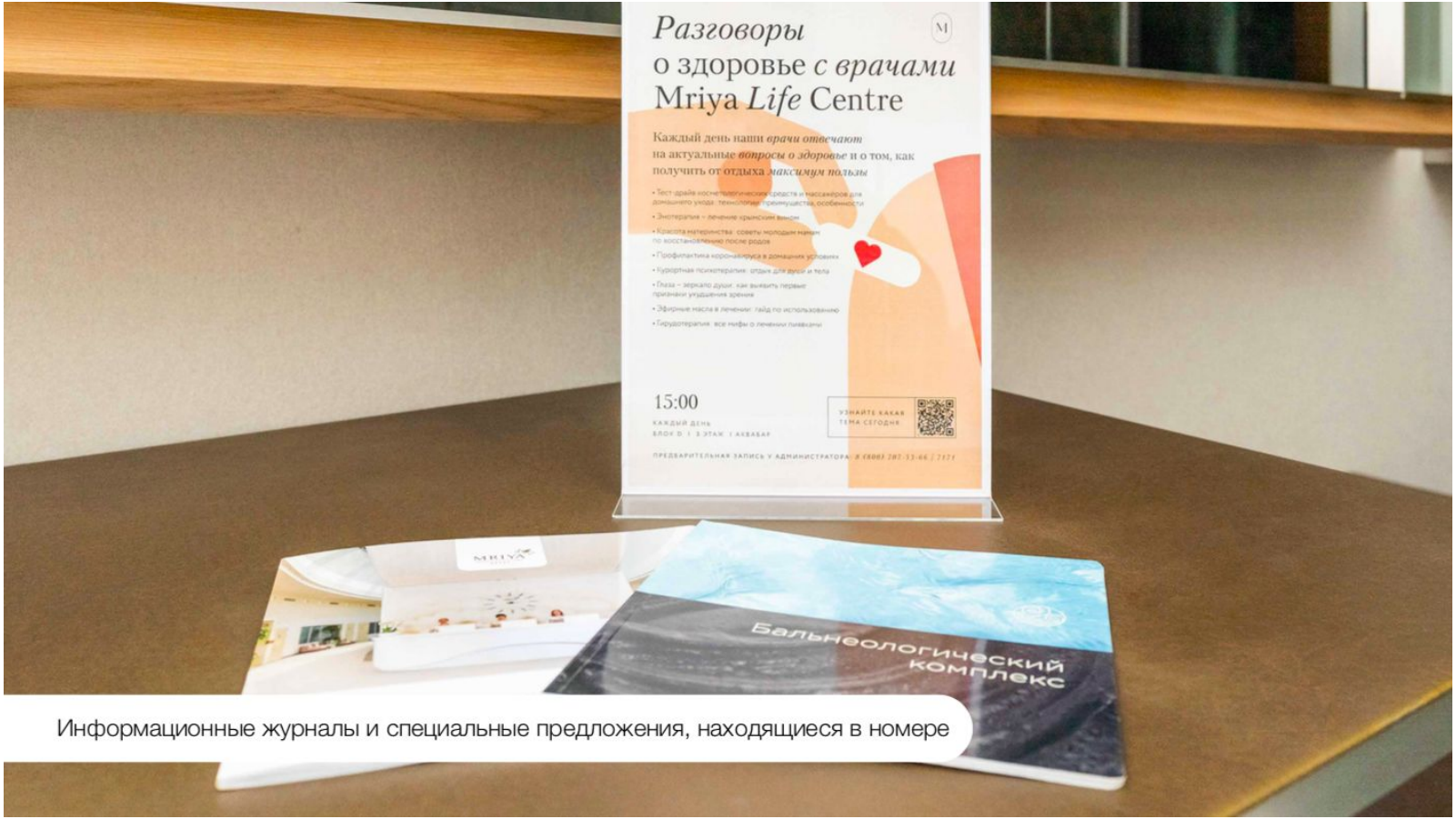
- хенгеры на воду в номерной фонд
- открытки с комплементарным приглашением на диагностику
- открытки с полезной информацией с заботой о здоровье с вечерним сервисом
- наклейки на весы в номерах
- приложение, позволяющее бронировать все услуги курорта в одном месте

Кросс-маркетинг с другими аутлетами

- велком-центр, специальное меню ресторанов, мероприятия..



Внутренние коммуникации



Информационные журналы и специальные предложения, находящиеся в номере

Внутренние коммуникации

mriyaresort.com

Биохакинг. Как *научиться управлять* своим здоровьем?

Биохакинг (от «bio» — жизнь и «hacking» — взламывать) — системный подход к оптимизации здоровья и улучшения качества жизни. Биохакинг основан на научном подходе, диагностике и персональном подходе. Вот несколько аспектов, важных для тех, кто хочет научиться управлять своим здоровьем.

Сон

Здоровый сон зависит от выработки мелатонина — гормона-регулятора циркадных ритмов. Он не только обеспечивает крепкий и здоровый сон, но и регулирует уровень других гормонов. Важно не только соблюдать режим сна, но и употреблять продукты, содержащие аминокислоту триптофан, она нужна для синтеза серотонина, а он в свою очередь необходим для синтеза мелатонина.

Много триптофана содержится в красной, чёрной икре, сыре, бананах, овсяне, шоколаде, рыбе.

Ментальное здоровье

Если у человека есть мотивация в выполнении какой-то задачи, то в этом случае он может использовать стимуляторы, а самый лучший стимулятор для мозга — это сон. Поэтому важно периодически замедлять темп и полноценно отдыхать.

Во время сна идёт полное восстановление деятельности нервных клеток. Режим дня, включающий полноценный сон, — самый лучший активатор энергии.

Витамины

Для женщин важно поддерживать витамин D, Омега-3, общий белок, ферритин, B9 и B12 на оптимальном уровне. Этот список влияет на работу других гормонов, репродуктивную функцию, состояние кожи и волос, память.

Можное важно регулярно принимать витаминные комплексы, в составе которых должен быть витамин D3. Из микроэлементов большое значение имеют цинк и медь. Их основные источники — морепродукты, печень трески, икра и орехи.

Дозировка и рекомендации по приёму витаминов и БАД назначаются лечащим врачом.

Питание

Женщинам нужно включать в свой рацион питания не менее 150 г, а мужчинам не более 150 г животного белка в день. Лучше разделить его на 2 приёма (мясо птицы, говядину, морепродукты, творог, яйца).

Рекомендуется сократить или полностью исключить углеводы после 18:00. Лучше всего, если ужин будет включать в себя овощи, зелень, оливковое масло, рыбу и морепродукты.

Мужчинам рекомендуется включать в рацион продукты, дающие энергию: шпинат, фасоль, морковь, бурый рис, морскую рыбу, миндаль, овсянку, чёрный шоколад, йогурт и т. д.

Вредные привычки

Если вы хотите заняться биохакингом, то вредные привычки должны быть исключены полностью. Это касается курения (в том числе электронных сигарет), алкоголя.

Относительно спиртного есть уточнение: в умеренной дозе спиртное может быть допущено (200–250 г вина), если у вас нет заболеваний сердца, почек, печени, нервной системы.

Физическая активность

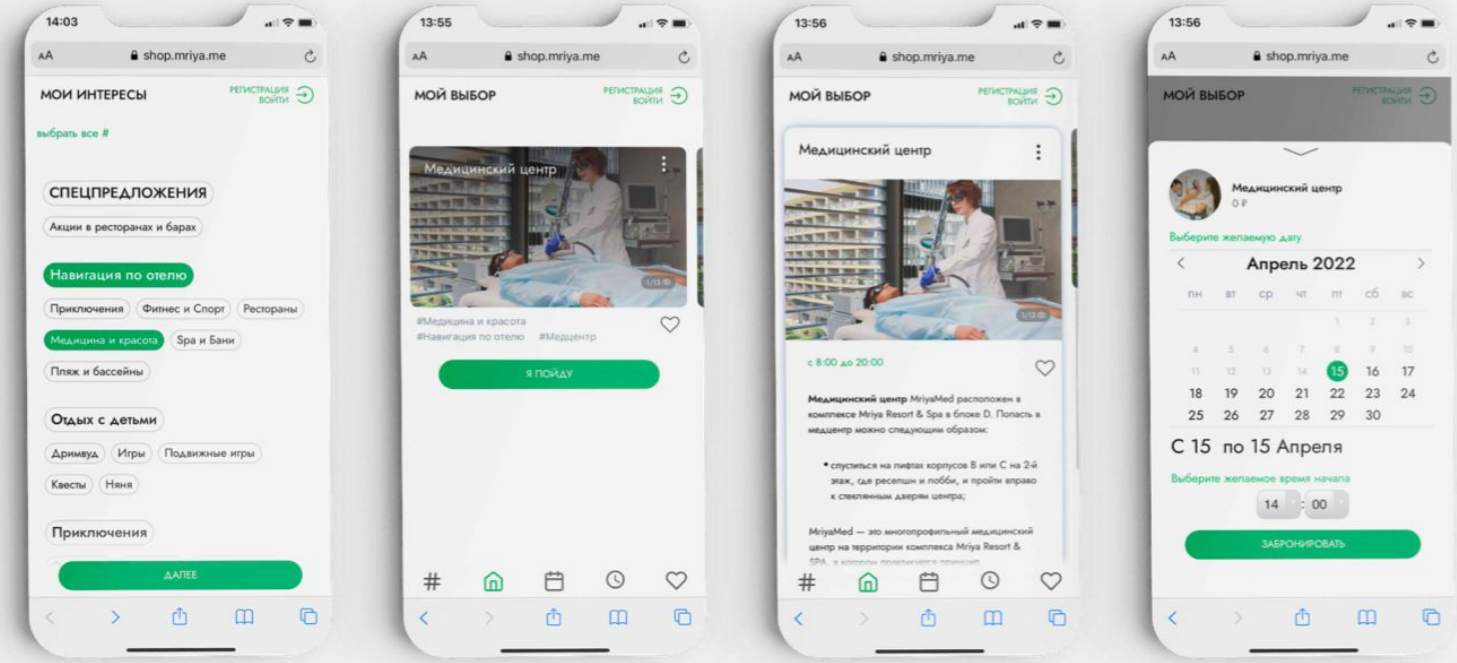
Женщине нужно не менее 40 минут ходьбы ежедневно, причём не по асфальту, а по пересечённой местности. Дело в том, что во время такой ходьбы увеличивается активность мозга, тренируется сердце, лёгкие, мышцы.

Для мужчин не менее важны физические нагрузки, причём они могут быть более интенсивными. Это лучший способ сохранить хорошее самочувствие. Чтобы не навредить организму, занимайтесь в соответствии со своими физическими возможностями и соблюдайте баланс между тренировками и отдыхом.

7

Печатные издания в номере

Внутренние коммуникации



Мобильное приложение для бронирования услуг

Взаимодействие с гостем
после оказания услуги

E-mail - маркетинг

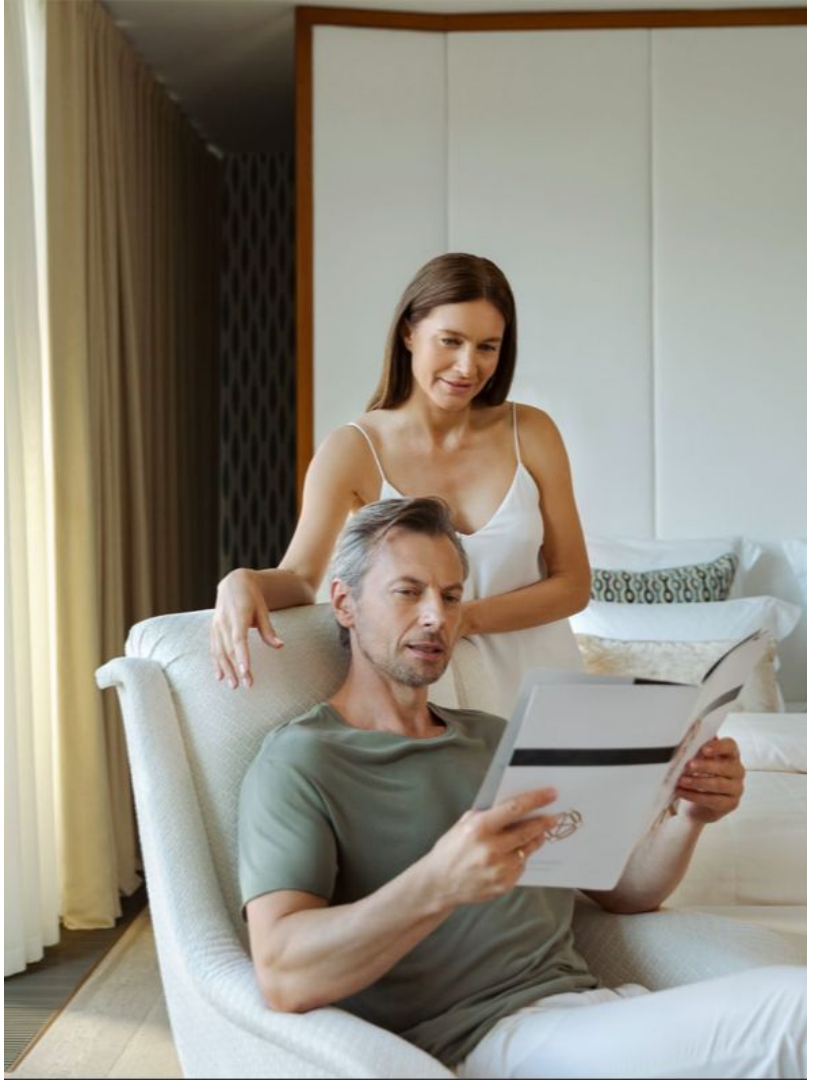
SMS - рассылки с периодичностью

Поздравление с Днем Рождения

Касания во внешних коммуникациях

Формирование продукта с сопровождением

Работа контактного центра



Благодарю за внимание!

Наталья Князева

Руководитель маркетинга медицины Mriya Resort & SPA

+7 916 920 11 20

Natalia.Knyazeva@mriyaresort.com