

TOP生活

体验之跨界 践行O2O 让主题酒店 电商化

近两年,随着京东、阿里相继上市,互联网消费已从小众行为变成大众行为。那么,传统酒店行业能否和互联网“联姻”,混搭开拓出新的发展之路呢?

“唯有变革,才是生存之本、发展之道。”张鸿举强调,在互联网的时代下,喜鹊偷家愿意做第一个吃螃蟹的人,探索一种全新的、颠覆性的商业模式——让主题酒店电商化,将传统的酒店打造成线上线下一体化的体验平台。

张鸿举认为,今后的酒店经营,不再只扮演单一的旅馆“角色”,而要变成一个集家具、家电、生活用品等家居商品的体验中心和交易中心。他说:“您在超市选购洗发水时能试用吗?您在家具商场看上一张大床能先躺下试睡一晚吗?但在喜鹊偷家,大到衣柜、马桶、浴缸、按摩椅,小到牙刷、沐浴露、闹钟、茶杯,您都可以随意试用。如果喜欢,再轻松下单。”

据介绍,目前喜鹊偷家的电商网站正在实验中,不久就会粉墨登场。“到时候,您如果觉得我们酒店的按摩椅比较舒服,只要用手机扫一扫按摩椅上的二维码,就会自动跳转到喜鹊偷家的网站上,可以直接下单购买,下单后会有专人为您送货。而且,喜鹊偷家承诺,酒店顾客所买的这些商品不仅都是正品,且享受市场最低价。”

主题酒店电商化,这是喜鹊偷家酒店独有的O2O模式。以酒店为平台,为商家和消费者搭起最融洽、最直接的交易通道,其不仅延伸了传统酒店的盈利模式,让酒店服务再升级、经营模式多元化,更为酒店的创新发展提供了一个全新的方向。



2014, 体验为王 有一种艺术气质 叫喜鹊偷家酒店

纵观2014年的酒店行业,整体增长迅速,但也浪潮汹涌。星级酒店、中档酒店、经济型酒店、精品酒店、精选酒店……一浪接一浪的品牌升级大潮下,中国酒店业可谓百花齐放。不过,似乎所有的突破与创新都围绕“体验”一词。而作为郑州酒店行业中将体验感发挥到极致的喜鹊偷家酒店,更是敢于跨界,敢于颠覆,为传统酒店行业带来一股全新的艺术气质。
郑州晚报记者 王一品/文 唐学勤/图

体验之温暖 这里充满家的味道

在大多数眼中,酒店就如旅途中匆匆而过的陌生人。但喜鹊偷家,却要做顾客的“家人”。“家是每个人最温暖的归宿,家是爱的港湾、爱的栖息地。”在喜鹊偷家集团董事长张鸿举看来,酒店就是要突出家的概念,要够唯美、够温馨,是一个走进来就让人觉得轻松、舒适、充满幸福感的地方。

在喜鹊偷家,通往客房的走廊恬静优雅,两旁的路灯散发出柔和的光,空气中弥漫着淡淡的清香,耳边萦绕着优美的音乐……处处给人一种“走在回家小路上”的轻松自在感。

推门而入,房间里是各种“体贴”之物。65英寸三星液晶电视、豪华按摩椅、智能马桶、超大冲浪式浴缸、西门子冰箱、Xbox360体感游戏机、飞利浦挂烫机,以及各种名品洗护用品。

“喜鹊偷家以艺术至上的设计理念为顾客带来了家一般的感受,甚至有很多名人明星慕名而来。”喜鹊偷家酒店营销总监薛丹说,方文山、侯耀华、黄菡、张洪量、大张伟、动力火车、旭日阳刚、后弦、张玮、蘑菇头兄弟……太多太多的明星被喜鹊偷家酒店的艺术气息所吸引,2015年喜鹊偷家与北京彩路时代影视文化有限公司合作,在郑州拍摄一部青春、励志、爱情的电影《舞动青春》,喜鹊偷家东明路店作为主要拍摄基地,喜鹊偷家酒店更积极参与公益事业,参与了河南省青少年发展基金会主办的《豫见正能量,公益随手拍》,传播爱心,传递正能量,为公益事业尽一份微薄之力!

体验之惊喜 处处超出您的预期

“不是五星级,却胜于五星级。”有住客曾这样评价喜鹊偷家,主要因为这不是一家普通的艺术酒店,这里充满了颠覆与创新,能不断带给住客惊喜。一位大学教授第一次入住东明路店时,他兴奋不已,轻松体验各种设施,发现房间的阁楼上还有室内高尔夫模拟练习场地。更有趣的是,冰箱内的饮料定价比超市还便宜;每层楼的休息区,都有供客人免费品尝的时令水果;每到一处,都有可以免费阅读的书籍,到处透着文化气息。

细节决定一切。在喜鹊偷家的经营理念中,一切都从顾客角度出发,坚持“服务至上,用心做事”。张鸿举常说:“想把生意做好,就要超出客户的期望值,就要把我们的产品和服务做到极致。只有超出了客户的预期,才能叫做惊喜。”

喜鹊偷家的所有制度、规定,都是为了让顾客住得更舒适。在喜鹊偷家,加床、看书、看CD、下午6点延迟退房、奔驰车送客、电动车出行等服务都是免费的。有住客在网上留言评价道:“有这样的入住条件,我们还能奢求什么?真正舒适、高雅的酒店,就该如此大胆创新,打破传统酒店的条条框框,给顾客带来更多个性化的体验与服务,令人轻松放飞心情,去感受生活的美好。”

