

Путь гостя внутри отеля Дзен

От бронирования до возврата: точки касания, конвертеры и сквозной протокол восстановления

ЦЕЛЬ №1 (ГЛАВНАЯ)

Эмоции & Рейтинг

Максимум эмоционального опыта гостя, искренние отзывы и возвраты

ЦЕЛЬ №2 (КОММЕРЦИЯ)

RevPAG & LTV

Рост допродаж услуг (+20%) и повторные брони прямо до выезда

АРХИТЕКТУРА ПУТИ

4 Батарейки

Физическая, эмоциональная, ментальная и ценностная энергия

КОНВЕРТЕР №1 (Т-3)

> 50% Заполнение

Мини-анкета меняет рамку с продажи на персональную заботу

КОНЦЕПЦИЯ «ПРОТОКОЛ ВОССТАНОВЛЕНИЯ»

• Синхронизация с обещанием сайта

Гость внутри отеля должен прожить ровно то, что ему транслировал сайт — системный перезапуск 4 батареек через атмосферу, тишину и практики.

• Предложение услуги как шаг протокола

Каждое предложение спа, бани или ритуала воспринимается не как навязывание услуг, а как логичный шаг в персональной карте оздоровления.

• Персонализация пути гостя

Отказ от громоздких общих меню в пользу индивидуальной настройки под текущее физическое и ментальное состояние каждого гостя.

PEAK-END RULE & ЗАЩИТА ЭМОЦИЙ

• Правило пика и финала

Гость запоминает не среднеарифметический комфорт, а эмоциональный пиковый момент и финальные впечатления пребывания.

• Полный запрет продаж на старте и финише

Первые 2 часа после заезда и последние 2 часа + вечер накануне выезда — зоны максимальных инвестиций в заботу и полного табу на коммерцию.

• Свободный финал рождает возврат

Эмоционально чистый финал без давления обеспечивает наивысшую коммерческую отдачу: органический отзыв на картах и повторную бронь.

БЕСПЛАТНЫЙ ВАН & ВЕТКИ ОТКАЗОВ

• Телесное доверие перед чеком

Гость, посетивший бесплатную баню или практику вечером дня 1, покупает платный массаж утром дня 2 в разы охотнее — тело уже поверило в продукт.

• Отказ как вектор адаптации

Три причины отказа ведут в три ветки заботы: «не сейчас» → другой слот; «дорого» → групповой формат; «не моё» → альтернативная батарейка.

• Жесткое правило «Двух нет»

Два отказа подряд активируют мгновенный стоп-продаж до конца проживания: персонал переключается исключительно на сервисный комфорт.

Ключевые принципы взаимодействия

Архитектура доверия: 6 фундаментальных правил отельного протокола и управления конверсиями

ПРИНЦИП 01

Peak-End Rule (Пик и финал)

Гость помнит не среднюю линию отдыха, а кульминацию и финал. Первые 2 часа после заезда и последние 2 часа + вечер накануне — зоны максимальных вложений в эмоции и полного запрета продаж. Это дает высший NPS и повторные брони.

ПРИНЦИП 02

Сначала бесплатный вау — потом чек

Продавать до первого телесного вау-эффекта — гарантированно сжигать конверсию. Посетив бесплатную общую баню или практику вечером дня 1, гость покупает глубокий массаж на утро дня 2 в разы легче: он уже поверил в мастерство телом.

ПРИНЦИП 03

Анкета «4 батарейки» — Конвертер №1

Отправка за 3 дня до заезда (4 коротких вопроса: сон / тело / фокус / эмоции). Формирует предвкушение, дает персонализацию и меняет фрейм хостес: «По вашему протоколу сегодня рекомендуем...» вместо холодной фразы «Не желаете массаж?».

ПРИНЦИП 04

Одно предложение за одно касание

Обширное меню из пяти-десяти услуг парализует выбор и приводит к нулевой конверсии (парадокс выбора). В каждой точке контакта гость получает ровно один выверенный оффер, точно адресованный его просевшей батарее.

ПРИНЦИП 05

Отказ — это информация, а не тупик

Три причины отказа ведут в три мягкие ветки: «не сейчас» → перенос слота; «дорого» → групповая практика; «не моё» → иная батарейка (нидра вместо садху). Правило 2-х «нет»: два отказа подряд = стоп-продажи до чекаута.

ПРИНЦИП 06

Трансфер — уже территория отеля

Гость летит из столицы, затем проводит ~1 час в машине из Адлера. Фирменный плейлист, родниковая вода и открытка «Через час вы в лесу» запускают welcome-опыт прямо в аэропорту при околонулевой себестоимости.

Карта пути: Пре-заезд, заезд и вечер дня 1

Сводная таблица точек касания (1–6): эмоциональные цели, конвертеры, сервисные скрипты и ветвление

ТОЧКА КАСАНИЯ	МОМЕНТ / КАНАЛ	ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ ЦЕЛЬ	ОФФЕР / КОНВЕРТЕР И МАТЕРИАЛ	ВЕТВЛЕНИЕ СЦЕНАРИЯ
1. После брони	Сразу после брони WhatsApp авто	«Меня уже ждут» Снятие неопределенности	Без продажи. Подтверждение + тизер «Ваш персональный протокол восстановления начнет собираться за 3 дня до заезда». Материал: Welcome-сообщение	Автоматическая фиксация гостя в CRM, ожидание триггера T-3.
2. Анкета «4 батарейки»	T-3 дня до заезда WhatsApp сообщение	Предвкушение и персонализация	Конвертер №1. Мини-анкета: определение дефицита (сон / тело / фокус / эмоции). Материал: Интерактивная веб-форма	ДА → Персональный протокол к заезду. НЕТ → Дефолтный протокол, повторно не спамим.
3. Логистика	T-1 день до заезда WhatsApp	Снятие тревоги дороги и навигации	Платный трансфер из Адлера + подробная инструкция «Как комфортно доехать». Материал: Скрипт + карточка трансфера	ДА → Бронь авто, передача водителю. НЕТ → Маршрут такси/автобуса, тема закрыта.
4. Трансфер	~1 час в пути из аэропорта / Авто	Декомпрессия: «Город и стресс позади»	Без продажи. Расслабляющий плейлист, крафтовая вода, открытка «Через час вы в лесу». Материал: Дорожный набор	Переход в медитативное состояние, мягкий вход в атмосферу Дзен.
ПИК №1 5. Заселение (Час 0–2)	Лично / Ресепшн Первые 2 часа	Пик №1: «Сюда действительно стоило ехать»	Без продажи. Ритуал встречи: чайный сбор, сопровождение до шатра/номера, показ купели. Вручение печатного «Протокола недели» (Конвертер №2) с сеткой бесплатных и платных слотов.	Максимальное погружение в атмосферу, полное отсутствие коммерческого давления.
6. Вечер дня 1	Хостес лично / WhatsApp ~17:00	Мягкое погружение через бесплатное	Приглашение на бесплатный опыт: общая баня по расписанию, лесной кинотеатр. Скрипт: «Сегодня рекомендуем просто выдохнуть»	ДА → Гость в общем ритме, телесное доверие. НЕТ → Не дожимаем, анонс утренней практики.

Карта пути: Активация, пик впечатлений и возврат

Сводная таблица точек касания (7–12): первый платный чек, обработка отказов, сбор отзывов и реактивация

ТОЧКА КАСАНИЯ	МОМЕНТ / КАНАЛ	ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ ЦЕЛЬ	ОФФЕР / КОНВЕРТЕР И МАТЕРИАЛ	ВЕТВЛЕНИЕ СЦЕНАРИЯ
ПИК №2 7. Утро дня 2	Лично после завтрака / практики	Тело проснулось, гость открыт к заботе	Первый платный оффер: глубокий массаж или банный ритуал под батарейку гостя (со ссылкой на анкету: «Вы отмечали зажатость в спине...»). Материал: Скрипт + прайс-карточка	ДА → Бронь слота; сбор обратной связи. НЕТ → Фиксация причины: дорого / не сейчас / не моё.
8. День 2–3, вечер	Хостес лично / по ветке отказа	Глубина внимания: «Со мной работают чутко»	Оффер №2 по причине отказа: «не сейчас» → другой слот; «дорого» → групповой саундхилинг; «не моё» → йога-нидра вместо садху. Материал: Альтернативные карточки	ДА → Включение в апселл-цепочку. НЕТ (2-й отказ) → Стоп-продажи! Только сервис и забота.
9. Пик впечатления	Сразу после бани или спа-массажа	Закрепить эмоцию на пике восторга	Просьба об отзыве строго на пике (не при чекауте!). QR-карточка «Поделитесь состоянием» + брендовый фотоспот у купели. Материал: QR-тейбл-тент	ДА → Публичный отзыв на картах (Яндекс / 2GIS). НЕТ → Повторно не беспокоим.
ПИК №3 10. Вечер до выезда	Лично за ужином или вечерним чаем	Пик №2: Ощущение завершения, а не конца	Прощальный ритуал (чай + комплимент) + Конвертер №3: «Забронируйте след. цикл до выезда — фикс цены / апгрейд». Бесплатная отмена за 14 дней. Материал: Сертификат продления	ДА → Повторная бронь (ключевая LTV метрика). НЕТ → Промокод с дедлайном 30 дней.
ПИК №4 11. Выезд (Час 0–2)	Лично / Ресепшн, последние 2 часа	«Меня провожают, а не просто выписывают»	Без продажи. Поздний чекаут по возможности, крафтовая вода и полезный перекус в дорогу, теплое прощание по имени. Материал: Набор в дорогу	Идеальное послевкусие без осадка коммерции и очередей.
12. Послевкусие	T+2 дня после выезда WhatsApp	Продлить ресурсное состояние	«Как ваша энергия?» + полезный подарок (PDF / аудио 10-минутной утренней практики домой) + опрос NPS (шкала 0–10). Материал: Гайд практики	NPS 9-10 → Запрос отзыва / реферала. NPS 0-8 → Звонок управляющего.

Схема CJM и архитектура эмоциональной динамики

Сквозная визуальная модель 5 этапов взаимодействия, эмоциональных пиков и конверсионных фильтров



Идеи масштабирования и точки роста пути

8 дополнительных механик монетизации, глубокой персонализации, вирального маркетинга и защиты репутации

ДО ЗАЕЗДА

1. Предпродажа спа-услуг

В сообщении T-3 сразу после анкеты: бронь 1–2 спа-слотов заранее («Под ваш запрос собрали протокол, слоты быстро разбирают»). Доход до заезда + загрузка мастеров.

REVENUE MGMT

2. Апгрейд номера на заезде

При наличии свободных Шале или Руфтопов в день заезда — оффер на ресепшн по спеццене («только сейчас»). Классическая отельная механика без давления на гостя.

ВЫСОКИЙ ЧЕК

3. Ветка «Особый повод»

Вопрос в анкете T-3: «Отмечаете ли вы событие?». Платный пакет (декор шатра, фотограф, десерт) + бесплатный комплимент. День рождения — самый конверсионный повод.

ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ

4. Сегментация сценариев

3 четких трека: **Пары** (приватные купели, ужин), **Компании** (баня, саундхилинг, фотоспоты), **Соло** (тишина, нидра, минимум касаний персонала).

АНТИКРИЗИС

5. Дождевой протокол

В Красной Поляне регулярные дожди. Готовый протокол «Дождь — лучшая погода для рекавери» (лесной кинотеатр, баня, чайная церемония, нидра) снимает риск негатива.

МАРКЕТИНГ

6. UGC-инфраструктура

2–3 оформленных фотоспота (купель в пихтах, лесные качели, шатер) с мягкой подсказкой геотега/хэштега. Каждый пост гостя — бесплатный охватный креатив.

САРАФАН

7. Реферальная механика

В точке 10–11 или сообщении T+2: «Подарите другу сертификат на первую поездку» — скидка другу + персональный бонус гостю на возврат. Трафик с 0 ₽ САС.

РЕПУТАЦИЯ

8. Замер NPS в T+2

Вопрос 0–10 до просьбы об отзыве. **9–10** → ссылка на Яндекс.Карты / 2GIS; **0–8** → личный звонок управляющего: проблема гасится до выхода в паблик.

Рекомендации по внедрению и сервисные регламенты

Пошаговый план запуска пути гостя, матрица ответственности и единые стандарты Tone of Voice

ЭТАП 1: БЫСТРЫЕ ПОБЕДЫ (1–2 НЕДЕЛИ)

1. Анкета «4 батарейки»

Запуск в Google Forms / WhatsApp + шаблон сообщения T-3 (бюджет ~0 ₽).

2. Скрипты хостес (точки 6, 7, 8)

Внедрение протокольных речевых модулей, веток отказа и правила двух «нет».

3. Перенос отзыва на пик (точка 9)

Установка тейбл-тентов с QR-кодами сразу у купелей и массажных зон.

4. Дорожный welcome-набор

Комплектация трансфера: крафтовая вода, фирменный плейлист, открытка.

ЭТАП 2: СИСТЕМНОСТЬ (1 МЕСЯЦ)

5. Печатный «Протокол недели»

Премиальная полиграфия на заселении — ключевой физический конвертер пути.

6. Механика повторной брони

Регламент вечернего предложения до выезда (точка 10) + fallback-промокод на 30 дней.

7. Автоцепочка T+2 с NPS

Настройка отправки аудио-практики и замера индекса лояльности.

ЭТАП 3: МАСШТАБИРОВАНИЕ (2–3 МЕС.)

8. Сегментация сценариев

Разделение путей для пар, соло-гостей и дружеских компаний.

9. Ветка «Событие» и дождевой протокол

Упаковка праздничных пакетов и сценария для дождливой погоды.

10. Реферальная программа

Внедрение промокодов для друзей и накопительных бонусов.

1. Владельцы точек контакта

У каждого касания строго **один ответственный** (Ресепшн / Хостес / WhatsApp-администратор). Точка без персонального владельца не существует.

2. Единый индекс материалов

Все скрипты, прайс-карточки и медиафайлы ведутся в единой Google Таблице с жестким статусом: *Готово / В работе / Требуется создать*.

3. Стандарты Tone of Voice

Язык заботы и протокола. Полный запрет слов «акция», «скидка», «успейте». Использование лексики сайта: «рекавери», «протокол», «батарейки».

Метрики пути и целевые ориентиры (KPI)

Сводная система контроля конверсий воронок, повторных продаж и индекса удовлетворенности гостей

СКВОЗНАЯ ВЫРУЧКА

RevPAG +20%

Рост среднего чека дополнительных услуг на гостя за квартал

LTV И ПОВТОРНЫЙ ЦИКЛ

5–10% Броней

Конверсия в бронирование следующего отдыха прямо до выезда

ИНДЕКС ЛОЯЛЬНОСТИ

NPS > 60

Доля промоутеров отеля по замеру в сообщении T+2 дня

Метрика эффективности	Точка касания	Целевой ориентир для старта	Инструмент фиксации
Заполняемость анкеты «4 батарейки»	Точка 2 (T-3 дня)	> 50% от всех заездов	Аналитика Google Forms / CRM
Конверсия в бронирование трансфера	Точка 3 (T-1 день)	Замерить базовый уровень	Журнал трансферов отеля
Конверсия в первый платный оффер	Точка 7 (Утро дня 2)	> 30% после бесплатного вау	PMS отеля / Заказы спа и массажей
Конверсия оффера №2 после отказа	Точка 8 (День 2–3)	> 15% по веткам адаптации	Журнал хостес / альтернативные слоты
Доля гостей, оставивших отзыв	Точка 9 (Пик эмоций)	> 20% от всех проживающих	Яндекс.Карты, 2GIS, Google Maps
Повторная бронь прямо до выезда	Точка 10 (Вечер выезда)	5–10% для начала	Модуль бронирования / Промокоды
Выручка допугслуг на гостя (RevPAG Extras)	Сквозная метрика	База → +20% за квартал	Управленческий учет и PMS
Индекс потребительской лояльности (NPS)	Точка 12 (T+2 дня)	> 60 пунктов	Опросник в WhatsApp (0–10)

Следующий организационный шаг: Перенести таблицу карты пути в рабочий реестр Google Sheets с закреплением матрицы RACI («Ответственный», «Срок», «Статус материала») и запустить спринт внедрения блока «Быстрые победы» (Этап 1).