

## 案例：Fairmont Hotels & Resorts

Fairmont Hotels & Resorts 最近投资建立了一个客人数据库，希望通过利用数据内的信息提高营销方案的有效性和盈利能力。



“过去我们的反应率或许只有 0.5%……，现在上升到 2%……，真是更加有效了。”

*Fairmont Hotels & Resorts 企业营销  
营销服务常务董事 Sean Taggart*

### 挑战

为在激烈的竞争中立于不败之地，Fairmont Hotels & Resorts 必须利用他们的消费者资料制定更好的营销策略，在最符合客人需求的地区开发新的度假胜地和饭店。

### 解决方案

MapInfo TargetPro 和 PSYTE 使 Fairmont Hotels & Resorts 能够发现最佳客户的特征，根据这些特征展开具有针对性的营销和销售活动，吸引那些最有可能选择 Fairmont 饭店和度假胜地的消费者。Fairmont 还利用这些特征支持业务扩展活动，挑选那些对目标消费者最有吸引力的地区。

### 概述

Fairmont Hotels & Resorts® 总部位于加拿大多伦多，目前拥有 45 家饭店和度假胜地。

Fairmont Hotels & Resorts 是北美最大的豪华饭店管理公司，在全世界最受欢迎的旅游地区提供优质服务。Fairmont Hotels & Resorts 的度假胜地分布在夏威夷州、亚利桑那州、班夫和阿尔伯达，在纽约、波士顿、蒙特利尔、迪拜和伦敦等地，客人从寻找高尔夫球场所的度假者到希望方便的公务旅行者不等。

Fairmont 不断寻找新方法扩大其产品和服务，更好地满足客人的需要。建立内部数据库收集和保存客人资料是 Fairmont Hotels & Resorts 围绕客户开展工作的一部分。这个数据库包括客人在登记时留下的住所地址和通过跟踪客人活动比如打高尔夫球、滑雪或洗温泉浴等收集到的关于客人的兴趣爱好。有了这个关于来自各个国家的客人的数据库，Fairmont Hotels & Resorts 对加拿大和美国的消费者市场有了更深入的了解，帮助他们将

数据库内的信息转变成有形的效益。

Fairmont 企业营销集团常务董事 Sean Taggart 说：“我们发现美国有许多公司都有美国群集系统，有些公司从事的是服务行业，但对我来说，拥有一个有美国和加拿大系统的合作伙伴更重要。Fairmont 是一家加拿大公司，我们的大部分资产和客人都在北美地区。”

Fairmont 坚持发展新的饭店和度假胜地以增加他们的投资组合。但是，他们不想仅停留在扩张的层面上。Fairmont 小心地开辟着自己的投资领域，迎合客人的兴趣爱好，确保 Fairmont 在每个方面都做得更为出色。

## MapInfo 的优势



Fairmont 需要在美国和加拿大消费者方面具备专业知识的解决方案供应商来协助自己开展工作。MapInfo 的 PSYE Adantage 市场细分系统和他们在实施分析解决方案方面的专业水平恰好能够满足这一需求。除了具备国际水准之外，MapInfo 还能够提供从吸引新消费者、绘制增长计划到在各个饭店和度假胜地提供客户所需的可升级服务，这些优势使 MapInfo 获得了服务界的青睐。

MapInfo 北亚区代表处  
北京市朝阳区工体北路甲 2 号  
盈科中心 IBM 大厦 14 层  
Tel: +86 10 65391021  
www.mapinfo.com.cn



“从部分来看，我们的投资回报是让我们惊喜地看到您能够用这些资料和信息来做什么。”

Fairmont Hotels & Resorts 企业营销  
营销服务常务董事 Sean Taggart

### 成果

#### 更高的营销投资回报

Fairmont 利用 MapInfo TargetPro®、MapInfo PSYTE® U.S. Advantage 和 MapInfo PSYTE® Canada Advantage 市场细分系统建立了一个消费群概图，寻找度假 4 胜地和饭店消费者之间的差别。Taggart 评论说：“度假胜地更倾向于休闲，因此从商业和休闲的角度对这个市场进行总体上的划分。度假胜地的客人和城市中心的客人的家庭收入存在明显差别。城市饭店的客人类型广泛，其中有许多是出差的人。”

采用 MapInfo PSYTE 建立起新的消费者概图后，Fairmont 的直接营销活动反应率（实际预订）从 0.5% 增加了 2%，增长了 300%。反应率的增加主要是 Fairmont 将美国和加拿大区的新客户概图与可能客户相匹配，形成邮件发送名单的结果。Taggart 在评论采用 MapInfo PSYTE 后营销效率增加时指出：“当您将它视为我们锁定的消费者的反应率时，它的效率真是很高。”

#### 扩大营销出口

采用 MapInfo PSYTE® 建立的消费者概图还使 Fairmont 能够发现吸引客人其它兴趣爱好或产品。Fairmont 营销团队利用这些信息检验当前的营销合作情况，或者发展新的合作关系，从而帮助他们更好地与目标消费者联系。通过与拥有类似消费者概图的企业合作，Fairmont 削减了营销费用，同时以一种新的方式吸引了更多的消费者。

#### 有针对性的业务扩展

Fairmont 的资产遍布世界各地，这一点值得骄傲。采用消费者概图，Fairmont 就能够确定对消费者最有吸引力的旅游景点。从消费者概图可以看出，Fairmont 的客人非常希望能够英国和墨西哥旅游。Fairmont 开发团队根据这一信息对这些地区进行了投资和收购。根据这些资料 Fairmont 证实了在伦敦收购萨伏伊和在阿卡普尔科建立 Fairmont 传统文化区的可行性。这些资产进一步展示了 Fairmont 品牌的魅力所在，为客人们带来了新鲜但并不陌生的体验。

#### 在企业内部广泛推行使用 MapInfo 产品

Fairmont 每天都在推广使用 MapInfo 技术。MapInfo 技术平台的可升级性使其能够应用于 Fairmont 的每个业务领域。Fairmont 还采用 MapInfo PSYTE 和 MapInfo TargetPro 支持他们的商业销售团队，引导他们进入（通过特殊交易和集团提供开发出来的）存在有最大销售潜力的地区、旅行社和公司。Fairmont 目前正在考虑利用客户概图在各个地区根据客户的喜好提供他们所需的服务，例如送客人爱看的报纸，或者提供特殊的食品或葡萄酒，使每位客人感到更愉快更享受。正如 Taggart 所说：“从部分来看，我们的投资回报是让我们惊喜地看到您能够用这些资料和信息来做什么。”

©MapInfo 公司 2005 版权。保留所有权利。

MapInfo、MapInfo EasiMaps, MapInfo Encounter, MapInfo Exponare, MapInfo Professional 是 MapInfo 公司或其附属机构的商标。