

**STRATEGII MANAGERIALE BAZATE PE MECANISME DE ELABORARE A  
POLITICII DE FIDELIZARE A CLIENȚILOR HOTELURILOR „REGENCY”,  
„CODRU” ȘI „DACIA”**

*Galina LISA*

*Universitatea Liberă Internațională din Moldova*

Datorită noilor modificări ce apar în comportamentul clienților, hotelurile sunt obligate să-și propună noi obiective și să-și definească noi metode de conducere în măsură să le asigure nu doar continuitatea activității, dar, mai ales, redresarea acesteia în condițiile amplificării complexității și dinamismului mediului economic. În acest articol sunt prezentate recomandări hotelierilor pentru utilizarea strategiilor de comunicare bazate pe ipotezele influenței generațiilor și strategia gestiunii feedback-urilor și recompenselor oaspeților, în dependență de specificul generației din care fac parte.

**Cuvinte-cheie:** *strategie de fidelizare a clienților, întreprinderi hoteliere, servicii hoteliere, teoria generațiilor, factori ai loialității, model tridimensional, analiza SWOT a hotelului, hotel „Regency”, hotel „Codru”, hotel „Dacia”.*

**MANAGEMENT STRATEGIES BASED ON THE ELABORATION MECHANISMS OF  
LOYALTY POLICY OF THE HOTEL'S CLIENTS REGENCY, CODRU AND DACIA**

Due to the new changes that occur in customer behavior, hotels are obliged to propose new goals and to define new leadership methods in order to not only ensure business continuity, but especially, its recovery due to an increase of environmental complexity and economic dynamism. In this article are presented recommendations for hoteliers for using communication strategies based on the hypothesis of generations influence and the strategy of feedback management and guests' rewards, depending on the generation specific they belong.

**Keywords:** *customer loyalty strategy, hotel companies, hotel services, generation theory, loyalty factors, tridimensional model, hotel SWOT analysis, hotel “Regency”, hotel “Codru”, hotel “Dacia”.*

*Prezentat la 01.04.2014*

*Publicat: august 2014*