

# BUSINESS TRAVEL

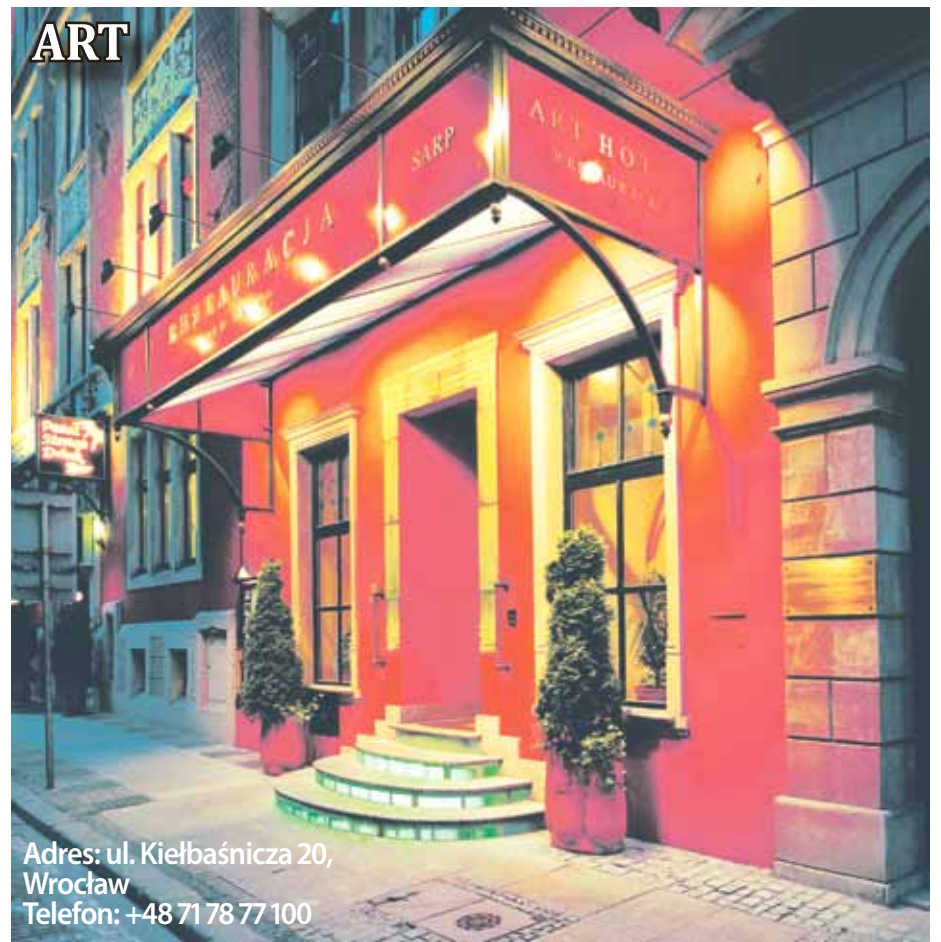
## HOTELE RESTAURACJE KONFERENCJE

hotele@gazetafinansowa.pl

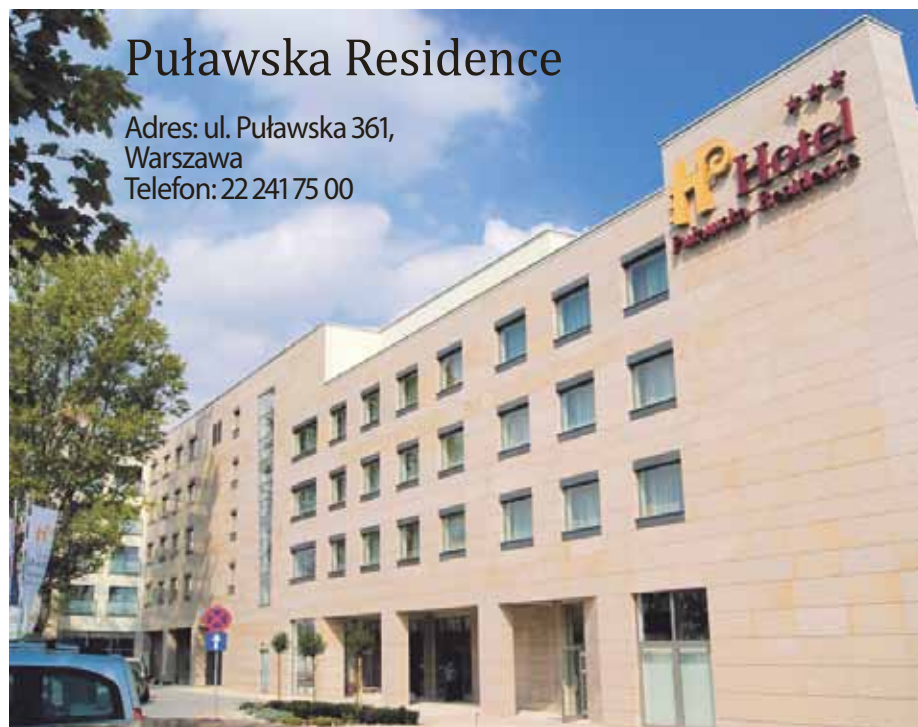
### ➔ POLECAMY HOTELE TYGODNIA.....

Ten elegancki, czterogwiazdkowy hotel, położony w urokliwym zakątku wrocławskiego rynku, mieści się w dwóch połączonych ze sobą kamienicach. Jedna z nich to stary czternastowieczny renesansowy budynek, jeden z niewielu takich na Starym Mieście. W obiekcie znajduje się 80 pokoi z indywidualnie zaprojektowanymi meblami. Wnętrza zdobią obrazy, akwarele, grafiki wrocławskich artystów, ręcznie malowane dodatki oraz szlachetne tkaniny. Hotelowi goście mają możliwość skosztowania specjalów szefa kuchni

w Art Restauracji. Składa się ona z sal głównych w stylu flamandzkim oraz Sali Ogrodowej w stylu włoskiego podwórza. Kucharze stawiają na delikatną, renesansową kuchnię włoską oraz tradycyjną kuchnię polską. W obiekcie znajduje się pięć sal konferencyjnych o różnych wielkościach, o łącznej powierzchni ponad 350 m<sup>2</sup>. Jest to idealne miejsce na wszelkiego rodzaju spotkania, szkolenia, prezentacje filmowe oraz konferencje prasowe. Wystrój eleganckich wnętrz hotelu stanowi połączenie stylu renesansowego z neogotykiem.



Adres: ul. Kielbaśnicza 20,  
Wrocław  
Telefon: +48 71 78 77 100



### Puławska Residence

Adres: ul. Puławska 361,  
Warszawa  
Telefon: 22 241 75 00

Nowoczesny, trzygwiazdkowy hotel Puławska Residence znajduje się ok. 15 minut od centrum Warszawy. W obiekcie znajduje się 127 pokoi typu standard, 35 biznes oraz 35 apartamentów o powierzchni od 35 do 59 m<sup>2</sup>. Osiem funkcjonalnych sal konferencyjnych pozwala na organizację niezapomnianych spotkań i uroczystości. Największa sala ma 270 m<sup>2</sup> i mieści 300 osób. Przestronne foyer to idealne miejsce na przerwy kawowe i obiady. Centrum konferencyjne znaj-

duje się obok lokalu gastronomicznego. Hotelowa restauracja Liwia serwuje wykwintne dania à la carte, śniadania w formie bufetu szwedzkiego oraz lunchy. Lobby bar to rozwiązanie na spotkania biznesowe oraz odpoczynek przy lampce dobrego wina. Goście mogą się także zrelaksować w saunie lub poćwiczyć w centrum fitness. Personel jest do dyspozycji 24 godziny na dobę. Istnieje możliwość skorzystania z bezpłatnego parkingu.



### ➔ Przystań nad Jeziorem Krzymym

Od maja tego roku trwa budowa hotelu oraz kompleksu odnowy biologicznej w Olsztynie. Inwestycja powstaje w miejscu starej przystani nad Jeziorem Krzymym. Nowa Przystań ma składać się ze 100 pokoi. Autorem projektu jest olsztyńska pracownia Dżus GK Architekci, a inwestorem jest spółka olsztyńskiego przedsiębiorcy i restauratora Jacka Kicermana. Finał budowy ma nastąpić w sierpniu 2014 r.

### ➔ Ateny bez sieci Marriott

W związku z recesją utrzymującą się w Grecji, sieć hotelowa Marriott International wycofuje się z Aten. Amerykański gigant był tam obecny przez 30 lat. Trwająca od sześciu lat recesja oraz brak inwestorów sprawiają, że międzynarodowe przedsiębiorstwa wycofują się z Grecji. W ostat-

nich latach wiele znanych marek zrezygnowało ze współpracy i przeniosło swoje siedziby do innych krajów. Hotel Marriott International ma przestać funkcjonować w Atenach do końca bieżącego roku.

### ➔ Oryginalny gigant w Alpach

W szwajcarskim Davos w Alpach powstaje niepowtarzalny hotel z imponującą fasadą i niezwykłą bryłą. Obiekt oferuje 216 pokoi oraz apartamentów. Podczas budowy zastosowano 790 pozłaczanych elementów w zewnętrznej części. Intercontinental Davos będzie najwyższej klasy hotelem górskim. Na ostatnim piętrze będzie się mieściła restauracja wraz z tarasem widokowym na Alpy i miasto. Będzie tam można skosztować kuchni japońskiej oraz alpejskiej. Hotel zostanie otwarty w grudniu tego roku.

Chcesz, żeby świat biznesu  
dowiedział się  
o Twoim hotelu?

Zadzwoń: 501 820 826

Gazeta Finansowa

# Relaks na drzewie

**Nietypowy charakter, połączenie luksusu z proekologicznym trybem życia, innowacyjne koncepcje – to wszystko gwarantuje hotel na drzewie. Jak wygląda? Dla kogo jest przeznaczony i co nam oferuje? Czy na polskim rynku będzie miała miejsce rewolucja?**



**Jakub Fraszka**

XXI wiek to bez wątpienia czas ożywionego ruchu turystycznego, gdzie wymieniać w nieskończoność możemy motywy naszych wyjazdów. Wybieramy różnorodne opcje, jeśli chodzi o miejsca, w których się zatrzymujemy. Upodobania i cena to najczęściej główne aspekty wyboru miejsca pobytu. Warto jednak zwrócić uwagę na fakt poszukiwania alternatywy dla standardowego wypoczynku.

## Oryginalny wypoczynek

Coraz częściej dostrzegamy uroki piękna rodzimego krajobrazu i naszych własnych, polskich atrakcji turystycznych. Mamy możliwość wypoczynku w miejscu bardzo nietypowym, poruszającym odwiedzającego pięknym otaczającego krajobrazu, położonym blisko natury, jednocześnie dającym duże poczucie komfortu i wysokiej jakości oferowanej usługi. Hotel na drzewie to temat jeszcze raczkujący w naszym kraju. Przedują w nim niewątpliwie Amerykanie,

w Europie zaś pochwalić możemy się przykładami w Szwecji, Anglii czy Niemczech. Te miejsca w koronach drzew to odpowiedź na nasze dziecięce marzenia o kryjówce – o domku na drzewie – która pozwala oderwać się od przywiązanych do ziemi codziennych spraw i szarej rzeczywistości.

## Blżej natury

Gdzieś indziej niż wśród zapierających dech w piersiach tworów matki natury możemy odpaść się kontemplacji i pozbiierać własne, rozproszone często w codziennym wyścigu, myśli o sprawach najważniejszych. Po chwili zastanowienia okazuje się, że w dobie technokracji, wycieczek w kosmos i pobijaniu kolejnych, wydawałoby się nierealnych, rekordów, chcemy żyć bliżej natury, być bardziej świadomi tego, co dzieje się na naszej planecie i chcemy przebywać w miejscach, których jest na świecie tylko kilka.

## Niecodzienne atrakcje

Oferta kierowana jest do osób w różnym wieku, wrażliwych na piękno otaczającej przyrody, ale przede wszystkim zabieganych, zapracowanych, potrzebujących chwili wytchnienia, spokoju i ciszy. Pobyt „W drzewach” ma być lekiem na przepracowanie, zbytne obciążenie głowy problemami dnia codziennego czy często doskwierający brak czasu dla najbliższych osób. Nie ma tam telewizora ani radia. Goście koncentrują się na sobie samych i otaczającej ich przyrodzie. Łazienka to chyba to, co najbardziej zaskakuje. Jest w pełni wyposażona i nie brakuje w niej niczego, co mogłoby być potrzebne podczas kilkudniowego pobytu poza domem. Spod prysznic wychodzi się na podgrzewaną podłogę. Jeśli chodzi

o kuchnię, to rzeczywiście takowej nie ma. Jest czajnik i ekspres do kawy, sztućce, kubki i filiżanki. Półka w każdym apartamencie pełna jest książek, znaleźć tam można także gry i wysokiej klasy lornetkę, żeby jeszcze bliżej wniknąć w życie w koronach drzew. Rodziny mogą skorzystać z plenerów malarskich i fotograficznych, a zestresowani menedżerowie nauczą się rąbać drewno. Pragnący dawki adrenaliny wejdą pod okiem instruktora na drzewa lub polecą balonem. Tym, którzy chcą wspiąć się na czubek drzewa i obejrzeć, co się tam dzieje, umożliwi to instruktor. Koszt wybudowania jednego domku o powierzchni ok. 20 m<sup>2</sup>, przy użyciu materiałów najwyższej jakości, to wydatek rzędu 150–200 tys. zł.

## Urozmaicenie ofert turystycznych

Czy hotele na drzewie zrewolucjonizują polski rynek usług turystycznych? W konkluzji dochodzę do wniosku, że nie. Na pewno dodadzą kolorów ofercie turystycznej i odpowiedzą na potrzeby dużej części podróżujących Polaków. Natomiast bardziej skłaniałbym się w tym kontekście ku wynikom powolnych przemian zachodzących w nas samych, powodowanych coraz większą świadomością świata i otaczającej nas przyrody, a także upodobaniem części społeczeństwa do wyszukiwania różnego rodzaju nietypowych rozwiązań. Ciężko więc, moim zdaniem, w powyższych doszukiwać się znamion rewolucji. Do wypoczynku w tego typu miejscach trzeba niewątpliwie „dorosnąć”, a to jak doskonale wiemy, nie przychodzi z dnia na dzień...

*Autor jest współwłaścicielem agencji eventowej i Biura Podróży S.P.A. for Business, współtwórcą hotelu W DRZEWAH*

# Moda na ekoturystykę

**Dominika Krysztof  
dyrektor projektu, Hotel\*\*\*\*  
Czarny Potok Resort & SPA**

Obecnie bardzo często słyszymy słowo ekologia. Teraz wszystko może być eko – samochód, rolnictwo, żywność, budownictwo, a także hotele. Jak więc wygląda hotel ekologiczny? Czym wyróżnia się spośród innych? Co oferuje?

Z badań Jolanty Kamienieckiej „Turyści a Natura 2000” wynika, że 64 proc. Polaków lubi wypoczywać w miejscach o szczególnych walorach przyrodniczych, a 55 proc. chce korzystać z ekotras. 35 proc. urlopowiczów zwraca uwagę na to, czy baza noclegowa posiada certyfikat ekologiczny. Polskie społeczeństwo zaczęło więc doceniać kontakt z przyrodą, a także dostrzegło potrzebę podjęcia działań na rzecz jej ochrony. Ta zmiana wywarła wpływ na branżę hotelarską. Dziś 70 proc. hoteli, wyróżniając się zarządzaniem z troską o środowisko, podkreśla swoje zaangażowanie w ekologię.

## Sposób na oszczędność

Hotele, propagując postawy ekologiczne, starają się wpisać w trend ekoturystyki. Chcą być przyjaznym miejscem dla ludzi, którzy na co dzień dbają o środowisko. Takie obiekty stosują energooszczędny system zarządzania energią i racjonalizują zużycie wody. Rozwiązania, po jakie sięgają hotele, często nie wymagają zaawansowanych technologii. Dla przykładu, dzięki wymianie żarówek na ekologiczne oświetlenie LED, w przeciągu roku zużycie prądu w obiekcie zmniejsza się o blisko połowę. Warto zaznaczyć, że liczba żarówek w większym kompleksie to około 8–9 tys. sztuk. W nowoczesnych hotelach popularna jest również retencja deszczówki – sposób na zrównoważoną gospodarkę wodną, który po wielu latach wraca do łask.

## Naturalnie i świeżo

Działania przyjazne środowisku nie powinny się jednak sprowadzać tylko do wyposażenia budynków w odpowiednią instalację. Ważne, aby podejść do zagadnienia kompleksowo, zadbać o każdy szczegół działalności. Ekologia w gabinecie spa to zabiegi przeprowadzane na bazie certyfikowanych, naturalnych preparatów. Z kolei przyjazna środowisku restauracja to ta serwująca regionalną kuchnię polską, tworzoną na bazie lokalnych produktów, których krótki transport oznacza zarówno większą świeżość składników potraw, jak i mniejszą emisję CO<sub>2</sub> do atmosfery.



fot. Piotr Tuora dla W DRZEWAH

Reklama



**Manor House**  
SPA CHLEWISKA

Tylko 130 km od Warszawy w pięknym zabytkowym 10-hektarowym parku znajdują się: XVI-wieczny Pałac Odrowążów, XIX-w. Stajnia Platera i Termy Zamkowe z pierwszym w Polsce idealnym dla alergików basenem bez chloru z krystaliczną ożywioną wodą Grandera i nanosrebrem. To magiczne miejsce oferuje wypoczynek w 61 stylowych pokojach z własnym programem wellness. Na Gości czekają: jedyne w Polsce pokoje z beczkami ofuro, w których można zażywać głębokich kąpiel w japońskim stylu, luksusowe SPA z zabiegami energetycznymi, golf wodny, stadnina koni, koncerty na gongi tybetańskie, Witalna Wioska® SPA, Ogród Medytacji z Kamieniem Księciem Mocy i Piramidą Horusa.



**NOWY WYMIAR SPA**

**TU HISTORIA ŁĄCZY SIĘ Z LUKSUSEM**  
www.manorhouse.pl

## HOTEL TRENDS

ASSET MANAGEMENT & OPERATIONS  
POLAND 2013  
28 LISTOPADA 2013 | SOFITEL WARSAW VICTORIA

www.hotel trends.pl



organizatorzy

**Horwath HTL**  
Hotel, Tourism and Leisure

**HOTELARZ**



# Stawiamy na konkretne rozwiązania i najwyższy poziom merytoryczny

Z Januszem Mitulskim, partnerem w branżowej firmie doradczej Horwath HTL, która jest organizatorem konferencji Hotel Trends Poland 2013 – Asset Management & Operations, rozmawiała Grażyna Stefańska

Jak informują Państwo w komunikacie, eksperci branży hotelarskiej biorący udział w konferencji Hotel Trends Poland 2013 będą starali się znaleźć odpowiedzi na pytania, które stawia sobie branża w czasach stale zmieniających się realiów rynkowych. Jakże konkretnie zagadnienia dotyczące rynku HoReCa zostaną poruszone na spotkaniu 28 listopada?

Skoncentrujemy się przede wszystkim na tym, co najbardziej doskwiera branży. Będziemy mówić m.in. o dominacji pośredników na rynku hotelowym i co zrobić, aby maksymalizować przychody z gastronomii hotelowej. Kolejną istotną kwestią, o której będziemy dyskusować, jest to, czy i kiedy jest szansa na podniesienie cen w hotelach – w większości miast Polski ceny hoteli ciągle są poniżej tych z 2008 r. Będziemy się zastanawiać, jak zmiany demograficzne wpływają i będą wpływać na korzystanie z hoteli przez pokolenie Y. Tematem równie ważnym jest ten dotyczący sprzedaży hotelu – jak się do tego procesu przygotować, jakie są oczekiwania kupujących. Będziemy również mówić o najnowszych trendach w branży w Europie i analizować, których z nich możemy spo-

dziewać się w Polsce. Istotne znaczenie będzie miał także panel o edukacji w hotelarstwie – wspólnie będziemy zastanawiać się, co zrobić, aby polski system nauczania był dostosowany do potrzeb rynku, który w ostatnim czasie zmienia się dosyć dynamicznie.

Co jest zatem największą bolączką współczesnego rynku hotelarstwa w Polsce?

Przede wszystkim niskie ceny w hotelach, które w największych miastach, takich jak Łódź, Katowice, Wrocław, jak wspominałem, są niższe niż w 2008 r. Niestety, wzrost podaży pokoi hotelowych, spowolnienie inwestycji, dominacja gości krajowych, którzy są dużo bardziej wrażliwi na ceny niż ci z zagranicy, a także wszechogarniająca tendencja na minimalizowanie kosztów powoduje, że negatywnie odbija się to wszystko na branży hotelowej w Polsce. Niezbędna jest tutaj zarówno promocja turystyczna naszego kraju – powinniśmy pozyskiwać więcej turystów z zagranicy, gdyż oni są skłonni płacić znacznie więcej od gości krajowych, ale także mocniejsze zaistnienie na rynku konferencji i kongresów międzynarodowych. Budowane są centra kongresowe w Krakowie, Katowicach, Kielcach. Istnieje już centrum kongresowe w Poznaniu i Wrocławiu.

Czy i jakie mamy szanse, aby zaistnieć w segmencie MICE w Europie – dzisiaj trudno

powiedzieć. Na pewno potrzebna jest systematyczna i konsekwentna promocja Polski w tym obszarze w Europie. Potrzebujemy więcej takich eventów, jak chociażby konferencja klimatyczna w Warszawie. O innych obszarach działalności, w których mamy szansę zaistnieć, będę mówił więcej podczas konferencji.

Czy jest szansa na to, że podczas konferencji zostaną wypracowane gotowe rozwiązania, które branża będzie mogła zaadaptować?

Jako organizatorzy przywiązujemy ogromną wagę do zawartości merytorycznej naszej konferencji. Obecnie każdy z moderatorów przygotowuje listę tematów oraz prezentację, która ma poruszać najważniejsze kwestie w tematyce, o której wcześniej wspominałem – a której zawartość jest konsultowana z nami jako organizatorami. Następnie moderatorzy będą ją omawiać ze swoimi panelistami i dzięki temu jesteśmy pewni, że uczestnicy konferencji będą świadkami ciekawych dyskusji, do których również będą zapraszani przez moderatorów konferencji. Istnieje spora szansa, że przy takim gronie ekspertów i uczestników już na sali, w wyniku wspólnej dyskusji i wymiany doświadczeń, pojawią się ciekawe pomysły czy nawet rozwiązania, które branża będzie mogła zaadaptować.

Podkreślają Państwo, że Hotel Trends Poland 2013 jest okazją do wymiany doświadczeń wszystkich przedstawicieli branży. Można się zatem spodziewać, że lista gości będzie bardzo długa. Ilu uczestników ma wziąć udział w tym wydarzeniu?

W tej chwili mamy potwierdzonych ok. 120 osób, a spodziewamy się następnych 20, może nawet 30 osób. Mamy uczestników zarówno z branży hotelowej, jak i z organizacji turystycznych, banków, funduszy inwestycyjnych, deweloperów. Bardzo szerokie grono.

Jak zachęciłby Pan osoby niezdecydowane do wzięcia udziału w konferencji?

Zapraszamy wszystkich do zapoznania się z zakresem tematycznym spotkania oraz listą moderatorów i panelistów. Żadna konferencja hotelowa w Polsce w ostatnich pięciu latach nie miała tak mocnej obsady. Dodatkowo nasze zaangażowanie w merytorykę konferencji gwarantuje, że będzie miała ona bardzo wysoki poziom. Jak podkreślałem wielokrotnie – stawiamy na konkretne rozwiązania i najwyższy poziom merytoryczny. Serdecznie zapraszamy wszystkich, którzy chcą się dowiedzieć zarówno o tym, co obecnie dzieje w branży hotelowej w Polsce, jak i o tym, co ją czeka w najbliższych latach.

## Hotelarskie Davos w Polsce

Wydłuża się lista ekspertów, którzy wezmą udział w konferencji Hotel Trends Poland 2013. Stale rozrasta się również grono sponsorów najważniejszej imprezy branży hotelarskiej w Polsce, do którego dołączają największe hotelowe marki na świecie.

Konferencja Hotel Trends Poland 2013 – Asset Management & Operations odbędzie się 28 listopada br. w hotelu Sofitel Warsaw Victoria. Swoje udział w panelach potwierdzili w ostatnich dniach m.in.: Frank Hildwein, head of Hotel Acquisition and sales w Deka Investmentfonds oraz Daniel Pugh, wiceprezes w Jones Lang LaSalle Hotels & Hospitality Group,

którzy wezmą udział w dyskusji poświęconej zagadnieniom związanych z procesem sprzedaży obiektów hotelowych. Susanne Friedrich, director Business Development w sieci Carlson Rezidor Hotel Group oraz David Henry, director sales & marketing for Poland & Baltic States w Orbis SA, będą mieli szansę zabrać głos w rozmowie o najnowszych trendach w branży hotelowej. Bartłomiej Walas, wiceprezes Polskiej Organizacji Turystycznej, dołączył do panelu koncentrującego się na polskiej edukacji branżowej, natomiast Miłosz Stanisławski, general manager Sound Garden Hotel Warsaw, wypowie się w temacie „Technika i technologia w służbie hotelarza”.

Coraz więcej firm obejmuje również wydarzenie swoim sponsoringiem. Nowymi partnerami konferencji zostali: Carlson Rezidor – jedna z największych grup hotelowych na świecie, w której portfelu znajduje się ponad 1 300 hoteli w 100 krajach, m.in. Radisson, Radisson Blu czy Park Inn; Electrolux Professional – wiodący dostawca profesjonalnych urządzeń dla branży gastronomicznej oraz hotelarskiej; Polskie Centrum Badań i Certyfikacji SA – niekwestionowany lider wśród polskich jednostek certyfikujących.

– Patrząc na listę uczestników paneli oraz grono sponsorów, jestem przekonany, że mamy szansę stworzyć imprezę, która stanie się hotelarskim Davos w Polsce. Konferencja Hotel Trends wskaże najważniejsze kierunki rozwoju dla całego rynku – powiedział

Krzysztof Gonciarek, dyrektor Polskich Wydawnictw Specjalistycznych ProMedia, wydawcy miesięcznika „Hotelarz”, który jest współorganizatorem wydarzenia.

Partnerem strategicznym konferencji jest Grupa Hotelowa Orbis, zaś pozostałymi sponsorami – Choice Hotels Europe, Grupa Dobry Hotel, Grupa eholiday.pl, Hilton Worldwide, Hotelle Diament, InterContinental Hotels Group, Louvre Hotels Group, Mc Comp SA, Newmor Polska, Vision Hotel Management oraz firma Polor.

Międzynarodowa Konferencja Hotel Trends Poland 2013 organizowana jest przez miesięcznik „Hotelarz” i firmę konsultingową Horwath HTL. Szczegółowe informacje na temat wydarzenia dostępne są pod adresem: hotel trends.pl

# NOWE TECHNOLOGIE W SŁUŻBIE RYNKU HoReCa

**Rozwój nowych technologii wpływa na powstawanie coraz to nowych narzędzi, które z kolei bezpośrednio wpływają na zarządzanie, np. siecią hotelową. Widzimy zmiany, jakie zachodzą chociażby w obszarze avenue managementu czy opinii zwrotnych od gości.**



**Bartosz Jungiewicz**

W dobie portali społecznościowych zmienia się zarówno podejście do gościa hotelowego i jego wymagań, jak też do strategii sprzedażowej produktu, jakim jest nocleg w hotelu. W związku z tym sieci hotelowe stale rozwijają infrastrukturę swoich obiektów oraz korzystają w swoich działaniach z wielu innowacji technologicznych. Kładzie się zatem nacisk m.in. na takie elementy, jak podano poniżej.

#### Szybki bezprzewodowy dostęp do internetu

W tej chwili szybki dostęp do internetu staje się standardową usługą w hotelarstwie. Dlatego hotele proponują gościom bezpłatny dostęp do szybkiego Wi-Fi.

#### Strona internetowa i booking engine

Według prognoz specjalistów, rezerwacje z urządzeń mobilnych będą rosnać, bo lawinowo wzrasta zarówno liczba samych urządzeń, jak też ich użytkowników. Warto uruchomić mobilną wersję strony internetowej. Goście będą mogli rezerwować pokoje po najlepszych cenach oraz przeglądać ofertę hotelową na urządzeniach mobilnych. Taka strona zostaje przygotowana specjalnie z myślą o użytkownikach smartfonów i małych urządzeniach mobilnych jako dedykowana wersja „light”, dzięki czemu jej ładowanie jest szybkie nawet przy słabszych łączach internetowych. Wszystkie elementy nawigacyjne mogą zostać też zaprojektowane pod urządzenia z panelem dotykowym. Uruchamiając mobilną wersję strony, liczy się przede wszystkim na rezerwacje od użytkowników ad hoc, które charakteryzują się krótkim booking window.

#### Revenue management

Tak zwane zarządzanie ceną w hotelarstwie jest jednym z najważniejszych elementów efektywnej sprzedaży, generującym wyższe

zyski. W tej chwili w 14 hotelach naszej sieci mamy kilka typów pokoi, które sprzedajemy w różne dni i w różnych cenach. Budowane są one w oparciu o wiele czynników zewnętrznych, takich jak sytuacja ekonomiczna w danym mieście, sezon oraz wewnętrznych np. obłożenie w hotelu czy koszty utrzymania danego pokoju. Zarządzanie ceną jest zatem bardzo skomplikowanym procesem. Dlatego, aby wspierać te działania, korzystamy z wielu nowoczesnych rozwiązań, między innymi channel managera, który umożliwia nam skuteczne i szybkie zarządzanie ofertą cenową we wszystkich kanałach dystrybucji.

#### Analitka internetowa w dobie big data

Obecnie wykorzystuje się wiele narzędzi analitycznych, które z jednej strony pomagają zarządzać sprzedażą internetową i revenue management, a z drugiej wspierają relacje B2B. Obecnie bardzo modnym pojęciem jest tzw. marketing automation i Big Data, podążając za najnowszymi trendami, w połowie tego roku wdrożyliśmy narzędzie, które automatyzuje procesy marketingowe oraz zbiera poszerzony zestaw informacji o naszych klientach, czyli wpisuje się w Big Data. Dzięki tym narzędziom zyskuje się możliwość trafniejszego dobierania oferty do profilu klienta oraz skraca się czas reakcji na procesy, które widać na stronie internetowej.

#### Zarządzanie opinią zwrotną i elektroniczne ankiety

Według koncepcji marketingowej ZMOT (zero moment of truth) konsument przed kupieniem danego produktu sprawdza informacje i, co najważniejsze, rekomendacje na jego temat. W branży hotelarskiej jest to szczególnie widoczne. Rośnie bowiem liczba komentarzy zostawianych przez gości na portalach rezerwacyjnych i w mediach społecznościowych. Te informacje stanowią dla nas ogromną bazę wiedzy na temat oczekiwań naszych gości. Dzięki odpowiedniemu zarządzaniu informacją zwrotną jesteśmy w stanie wprowadzać odpowiednie produkty i dodatkowe usługi zgodne z oczekiwaniami gości hotelowych. Żeby dodatkowo ułatwić zbieranie takich danych oraz ich weryfikację, zrezygnowaliśmy w tym roku z drukowanych ankiet i stworzyliśmy internetowy system zbierający opinie od naszych gości. Oparliśmy go o jedną stronę internetową i system ankiet zbudowany na zewnętrznym rozwiązaniu. Obydwa narzędzia są również dostosowane do urządzeń mobilnych.

*Autor jest specjalistą ds. e-commerce*



Hotel Focus Aleja Piłsudskiego 27, Łódź

## Jesienne menu

**Jesień to niezwykła pora roku. To czas, w którym razem ze zmianą pogody, zmienia się również i menu. Także w hotelowych restauracjach nadszedł czas na zmiany. Goście coraz chętniej sięgają po ciepłe zupy i syjące posiłki. Co polecają szefowie kuchni na obecną porę roku?**

#### Krzysztof Górzyński

Jesień w Polsce to bardzo często dość niskie temperatury, dzień staje się krótszy i pogoda nie rozpieszcza. Zbliżają się chłody i mrozy, robi się wcześniej ciemno. Wierzymy jednak, że wszystkie te niedogodności pogodowe można po części wynagrodzić dobrze wyselekcjonowanymi recepturami w kuchni. Dzięki odpowiednim przepisom i kreatywnemu doborowi składników i dodatków w jesiennym menu, można wpłynąć na nastrój gości i pokazać, że ta pora roku też ma swoje uroki kulinarne i smakowe.

#### Zupa na rozgrzanie

W tym roku postawiliśmy w naszych hotelach Focus na mocno rozgrzewające potrawy. Naszych gości raczymy na przykład klasycznymi zupami: cebulową, gulaszową czy też grzybówką. Jest to doskonałe rozwiązanie na początek wartościowego lunchu podczas jesieni.

#### Leśne smaki

Na obecną porę roku polecamy także wspinał dziczyznę z dodatkami runa leśnego. Przykładowo, podajemy pieczoną karkówkę

z dzika, aromatyzowaną trawą żubrową z duszonymi borowikami. Propozycja, która jest równie dobra, to na przykład confit z kaczki, czyli wolno gotowany filet z kaczki w tłuszczu z sosem z owoców leśnych i z rozmarynem. Staramy się, aby wszystkie dania przyrządzane w tym okresie były rozgrzewające i dodawały gościom naszych restauracji hotelowych energii na co dzień. Uważamy, że połączenie tych wszystkich smaków idealnie pasuje do pogody panującej za oknem podczas jesiennych dni i wieczorów. Goście są bardzo zadowoleni z naszych kompozycji kulinarnych. Kartę menu mamy standardyzowaną, a rozwiązania sprawdzają się we wszystkich naszych obiektach.

#### Czas na deser

Kiedy mamy już rozgrzewającą zupę i energetyczne drugie danie, do pełnego szczęścia brakuje jeszcze oczywiście deseru. W tym przypadku również stawiamy na podobne kryteria dobierania składników i receptur. Polecamy swoim gościom na przykład puszysty sernik obłany czekoladą z chilli lub szarlotkę z dodatkiem żurawiny i smażonymi jeżynami w miodzie. Po takim posiłku gościom poprawia się humor, są w pełni zadowoleni i następnego dnia wracają po wspinałe doznania kulinarne do naszych restauracji hotelowych.

*Autor jest szefem kuchni sieci Focus Hotels*

#### Reklama

Gazeta Finansowa gorąco poleca:

### Nowy prestiżowy program Hyatt Gourmet Club.

Z kartą klubu Gourmet mogą Państwo cieszyć się ekskluzywną ofertą hoteli Hyatt oraz wyśmienitą kuchnią ich restauracji w Warszawie i w Niemczech.

Członkostwo w klubie pozwala na skorzystanie z wielu atrakcyjnych zniżek i rabatów dostępnych przez cały rok. Stań się posiadaczem karty Hyatt Gourmet Club i doświadczaj wraz z rodziną i przyjaciółmi luksusowej atmosfery hoteli Hyatt.

HYATT name, design and related marks are trademarks of Hyatt International Corporation. 2012 Hyatt International Corporation. All rights reserved.



**HYATT  
REGENCY™**

Hyatt Regency Warsaw  
ul. Belwederska 23  
00-761 Warszawa

Ewelina Pieńkowska  
T: +48 22 558 10 21  
E: ewelina.pienkowska@hyatt.com

warsaw.regency@hyatt.com