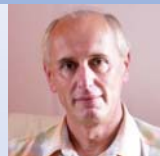
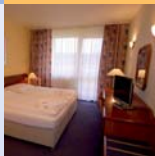


HOTEL
FRYMBURK
wellness & spaPOSEL WELLNESS
HOTELU FRYMBURK

Napsali o nás

V časopise Svět obchodu o nás vyšel článek



Stále se zlepšujeme

Informuje pomocí hotelové televize



Opět pro Vás chystáme novinky

Při častých návštěvách nabízíme V.I.P. karty

Úvodník

Úvodní slovo generálního ředitele



Vážení hosté, vážení čtenáři,

před necelým rokem, kdy vyšel náš první internetový časopis, jsme řešili otázku, jaký segment hostů musíme oslovit, abychom dostali hotel nejen do černých čísel, ale také abychom byli schopni splácet vše, co je nutné zaplatit.

Region, kde se hotel nachází je velice krásný, bohužel sem turisté většinou míří jen během dvou krátkých období hlavní sezony. Navíc jejich rozhodnutí ještě ve velké míře ovlivňuje počasí. Zahraniční cestovní kanceláře se nás snažily přesvědčit, že bychom měli snížit cenu. Neustoupili jsme a jsem rád, že se naše rozhodnutí ukázala jako správná. Přišli jsme o holandské rodiny s dětmi, o německé seniory, tedy dvě skupiny hostů, které drží mnohé hotely nad vodou, ale statistika z posledních šesti měsíců potvrdila, že snižovat cenu, a tím si brát možnost poskytovat skutečně kvalitní služby, nemělo smysl. Máme 95 % hostů z tuzemska! Děkuje vám.

Česká klientela si k nám pomalu hledá cestu a stále častěji k nám jezdí pravidelně i hosté, kteří dříve upřednostňovali konkurenční hotely. Naše obchodní oddělení má stále více práce, za což jsme rádi. Aby se mohlo věnovat obchodu skutečně naplno, být v terénu a mluvit s našimi zákazníky osobně, rozhodli jsme se využít služeb PR agentury. Díky dotazníkům, za jejichž vyplnění všem našim hostům děkujeme, víme, že o nás čtete a slyšíte stále častěji.

Víme, že nemáme určitě ještě vyhráno. Vždy je příležitost služby vylepšovat. Stále hledáme novinky, které by vás oslovily, a vy jste byli u nás spokojeni. I o tomto tématu se dočtete v našem newsletteru. Přejí příjemnou zábavu.

Jaroslav Fischer, generální ředitel

Navštívili nás

Tlačil: Wellness Hotel Frymburk je perla



Hokejisté extraligového klubu HC Mountfield České Budějovice měli soustředění ve Wellness Hotelu Frymburk, které zakončovalo jejich první čtyřdenní blok letní přípravy. Ve dnech 11. a 15. května hokejisté využívali wellness centrum, interní i externí sportoviště.

Wellness Hotel Frymburk nabízí sportovcům potřebné zázemí. K dispozici je posilovna, saunový svět, aquapark, spinning a mnoho dalšího. Trenér Jan Tlačil své svěřence nijak nešetřil. „Je toho dost,“ připustil útočník Petr Sailer, když mluvil s reporty Deníku.

Hokejisté chválili příjemné okolí Lipna, úžasnou přírodu,

čerstvý vzduch, nedaleká hřiště s tartanovým povrchem i umělou travou a možnosti, které jim hotel i jeho okolí nabízí. „Je to trochu něco jiného než v minulosti, kdy jsme přijeli na Lipno a celé soustředění se odvíjelo kolem kol,“ řekl Deníku Tlačil a Sailer ho doplňuje: „Sem tady poprvé a vůbec jsem nevěděl, že tady vyroste takový obrovský komplex. Co se týká stravy, ubytování nebo regenerační linky, tak to je všechno parádní. Jídla je tady dost a obrovský výběr, takže každý si může dát podle svého. Prostředí je tady opravdu perfektní.“

Spokojenost týmu dokládají i slova trenéra Tlačila. Reportérům Deníku Bohemia řekl: „Je to doslova perla. Tento hotel je schopen konkurovat i ve světovém měřítku.“

Wellness a spa

Hledáme dobré wellness centrum

Dr. Jan Hejma je předsedou České asociace wellness, která existuje již od roku 2007. V současné době má kolem sedmdesáti členů a její prestiž neustále narůstá. Povídali jsme si o asociaci samotné, jejích úkolech i tom, co by poradil lidem, kteří vyhledávají wellness služby.

O jakou organizaci jde?

Úkolem ČAW je sdružovat subjekty, firmy a fyzické osoby mající jakýkoliv vztah k oblasti wellness. Vytvářejí týmy expertů a sdružovat prostředky, jejichž pomocí by měla asociace vyhodnocovat a objektivně posuzovat současnou situaci v oblasti wellness v naší republice. Zvyšovat její úroveň. Zavádět nové metody a pomáhat při realizaci nových center a jejich provozů. Školit, případně i requalifikovat odborníky. Dbát na dodržování základních metod a principů wellness.

Jaká myšlenka stála u jejího zřízení?

Prvním impulsem byla myšlenka absolventa sportovní školy Pa-lestra a současného podnikatele v oblasti wellness Bc. Jana Bejdáka. Současná asociace navazuje i na myšlenky a základní teze ČAAF – W (České asociace aerobic fitness – wellness), která byla zaregistrována již v roce 1993.

Liší se její dnešní cíle od těch počátečních?

Za tři roky jejího trvání prošla velkými restrukuralizačními změnami. V poslední době je ČAW a její myšlenky propagována na veřejnosti formou odborných článků, přednášek, seminářů a veřejných

vystoupení na akcích souvisejících s danou problematikou. Pod záštitou Ministerstva pro místní rozvoj ve spolupráci s Asociací hotelů a restaurací je připravována důkladná metodika certifikace wellness center a wellness hotelů, jejíž záměrem je právě zvyšování úrovně poskytovaných služeb v oblasti wellness.

Co má mít správný wellness hotel?

Správné wellness centra (i hotelové) má mít kvalifikovaný vstřícný personál, samostatnou recepci, vhodné architektonické a výtvarné řešení, fitness centrum, cardio zónu, sály na aerobní cvičení, SPA zónu, nabízet vodní a balneo procedury, saunový svět, relaxační zóny, moderní sociální zařízení, outdoorové aktivity a dostatečné parkovací plochy. Dále by mělo svým hostům poskytovat diagnostickou prohlídku u odborníka, který objektivně vyhodnotí a posoudí zdravotní stav jedince. Kromě toho by měl nabízet poradenství v oblasti pitného režimu a zdravé výživy a spolupracovat s vhodným zdravotním zařízením. Samozřejmostí jsou i doprovodné procedury a zavádění nových trendů a metod.

Jde také o vhodné stravování?

Vhodné stravování je součástí nejenom každého procesu souvisejícím se zdravým životním stylem, ale i nedílnou součástí každého wellness centra a zejména hotelového wellness.

Může být dobrý wellness hotel například i v Praze nebo by měl být v přírodě?

Wellness je především pocitová záležitost. Prostředí hotelového wellness – interiér i exteriér patří k zásadním hodnoceným atribu-

tům. Právě vhodný interiér navodí příjemnou atmosféru, která dokáže u klienta navodit správnou wellness náladu a následnou pohodu. Vhodný exteriér je důležitý nejenom pro harmonické doladění, ale i pro využití při outdoorových aktivitách.

Poradte, jak poznat správný wellness hotel na internetu?

Správný wellness hotel musí poskytnout co nejvíce informací o svém zařízení, vybavení i personálu. Měl by nabídnout potenciálnímu zájemci co nejvíce obrazového nebo video materiálu, aby si mohl udelet co nejrealističtější obrázek o celém provozu.

Můžete jmenovat hotel, který podle Vás splňuje požadavky Vaší asociace?

V České republice je to jako jeden z mála Wellness Hotel Frymburk. Zde jsou indoorové i outdoorové aktivity velice dobře koncipovány. Harmonicky laděný a stále vylepšovaný interiér navodí opravdovou wellness náladu již při vstupu. Tu dotvoří i kvalifikovaný personál, který podává nejenom vyčerpávající informace o všech možnostech hotelu i okolních lokalitách, ale současně s velkou péčí a profesionalitou provádí vybranými procedurami. Hotel má velkou výhodu v tom, že stojí na břehu Lipna, tamní příroda dotváří příjemnou atmosféru.



Tajemství moderního hotelnictví: Spokojení klienti se vracejí

V květnovém čísle časopisu Svět obchodu o nás vyšel článek, o který bychom se s Vámi rádi podělili.

Také Jaroslav Fischer, ředitel Wellness hotelu Frymburk, který se v hotelnictví pohybuje již od sedmdesátých let, se musel potýkat s proměnami trhu. „Vyrůstal jsem v Mariánských Lázních a rodiče pracovali v lázeňství. Díky tomu jsem se podíval do nejedné lázeňské restaurace a hotelu,“ vzpomíná pan Fischer na své začátky a dodává: „Naučil jsem se, že hotel není jen budova, ale komplexní síť, která musí dobře fungovat jako celek.“ A to platí dodnes.

Hotel je týmová práce, záleží na každém jednotlivém pracovníkovi. „Je proto třeba vytvořit takové podmínky, aby práce lidí v hotelu bavila. Sehraný a spokojený tým je podmínkou. Jsou-li spokojeni zaměstnanci, jsou spokojeni i klienti. A spokojení klienti se vracejí,“ vysvětluje ředitel frymburského hotelu. Vytvořit příjemnou atmosféru v velkém pracovním kolektivu bývá obtížné: „Motivovat pracovníky od zeleného stolu v kanceláři nelze. Nejdůležitější je osobní kontakt. Dobře motivovaný a loajální pracovník je k nezaplacení,“ zdůrazňuje Fischer.

Nedílnou součástí kvalitní prezentace hotelu je kromě marketingu také public relations. „Aktivně využíváme služby PR agentury, která aplikuje jiné komunikační nástroje než naše marketingové oddělení. Dáří se nám tak oslovit širší klientelu.“ Každý obchodník, nejen hoteliér, musí proto podle Fischera

sledovat trendy v oboru, průběžně se vzdělávat a nebat se vyzkoušet něco nového. K tomu patří i kongresová turistika. „Čím zajímavější kongres nebo soustředění sportovních oddílů se u vás uskuteční, tím snadněji získáte pozornost médií,“ prozrazuje Fischer. Podle něj jsou kongresy mediálně vďečným tématem, které hotelu poskytnou vhodnou příležitost k propagaci. Vždy však záleží na hotelovém managementu, jak se této šance chopí. „Mnozí účastníci kongresů a odborných konferencí se k nám vracejí s rodinou a přáteli, což potvrzuje, že se jim u nás na kongresu líbilo,“ shrnuje Fischer.

Hotelový top management musí mít podle něj také přehled o denním prodeji, aby mohl případně přizpůsobovat nabídku poptávce. „Denně dostáváme nepřeberně množství nabídek na různé prezentace, veletrhy, workshopy či nabídky na výhodnou inzerci v denním tisku. Tomu se však snažíme nepodlehout,“ upozorňuje Fischer. Pokud management hotelu podlehne mylnému domnění, že musí být všude vidět, přichází o podstatnou část svého zisku, ale očekávaný efekt se buď vůbec nedostaví, nebo ve velice redukované podobě.

Podle Fischera, který za svou více než třicetiletou kariéru, stál v čele tří velkých hotelů, se inzerce a návštěvy veletrhů hotelům nevyplatí. „Upřednostňujeme osobní styk s potenciálními klienty a neustále pečujeme o již navázané obchodní vztahy. Velmi dobré zkušenosti máme také s fam tripem, roadshow a pracovními workshopy.“ Efektivita těchto nástrojů je



Jaroslav Fischer,
ředitel Wellness hotelu Frymburk

podle Fischera nesrovnatelně vyšší než přímá účast na veletrzích cestovního ruchu a podobných akcích. V poslední době zákazník často požaduje něco výjimečného. „Stále oblíbenější jsou například thajské masáže, exotická kuchyně či široká nabídka outdoorových a indoorových aktivit. A my se klientům snažíme vždy vyjít vstříc.“ uzavírá Fischer.

Opět pro Vás chystáme novinky

„Kdo chvíli stál, stojí opodál.“ Tato Nerudova slova platí v našem oboru více než v kterémkoli jiném. Naše hosty se snažíme znovu a znovu překvapovat.

Připravili jsme tedy bonusový program pro V. I. P. zákazníky. Spouštíme nové hotelové televizní kanály. Dokončujeme nový kongresový sál, který je propojen se zahradou, kde je anglický trávník. Nabízíme službu hlídání dětí.

V. I. P. Wellness card

Pokud se stanete naším stálým hostem a Váš účet dosáhne částky ve výši 30 000 Kč, automaticky získáte bonus ve formě slevové karty. S touto kartou máte nárok na slevu ve výši 20 %



na ubytování, 10 % na stravování, občerstvení a veškeré služby wellness, saunového světa a aquaparku. Jako V. I. P. hosta vás v den příjezdu čeká malé překvapení na pokoji.

Hotelové televizní kanály

Nabídka služeb, jejich aktuálnost, vnitřní marketing – to vše by měly zajistit dva nové hotelové televizní informační kanály, které spouštíme od 1. 6. 2009. S ohledem na velké množství služeb, jsme nebyli vždy schopni operativně zajistit našim hostům požadované informace. Neúměrné náklady na tisk všech informačních materiálů při minimálních změnách a neoperativnost nás přiměla k modernizaci přenosu informací.

V současné době veškeré hotelové informace najde host na televizní obrazovce ve svém pokoji. Jako první jej přivítá Hotelový info kanál, kde získají informace o gastronomii, sportovním vyžití, kultuře, ale i nabídce na večer. Druhý televizní kanál je pak zcela zaměřen na wellness, saunový svět a aquapark. Trvale budou tyto informace k dispozici hostům také v hotelové hale na dvou velkoformátových obrazovkách. Díky



stálému připojení těchto dvou TV kanálů na počítač, je jakákoliv změna pouze v rukách pracovníků zodpovědných za tento systém. Věříme, že tato novinka přispěje ke spokojenosti našich hostů.

Nový kongresový sál

Rozšiřujeme naše kongresové prostory o další prostory. Od 1. 6. 2009 získáváme organizační změnou další kongresový sál o celkové divadelní kapacitě 150 míst. Velkou výhodou tohoto sálu je možnost přímého vstupu na venkovní zelenou plochu, tedy do celého areálu hotelu.



Hlídáme vaše ratolesti

Potřebujete občas pohlídat Vaše andělky? Chcete si v klidu zajít na relaxační procedury do saunového světa nebo na výlet?



Dohlédneme na vaše děti a zaručujeme, že se nebudou nudit.

Náš babysitting je určen pro děti od 3 let věku a můžete si ho objednat den předem na hotelové recepci. Hlídnání je zajištěno pouze v areálu našeho hotelu.

Služba je účtována hodinově v případě jednoho dítěte, za každé další dítě z jedné rodiny je účtován jen příplatek. Minimální doba hlídání je stanovena na 2 hodiny.

A nejen to

Také otevíráme nový srub v areálu hotelu, který je Vám k dispozici pro nejrůznější akce. Zavedli jsme WiFi na hotelové molo, výrazně zvyšujeme nabídku služeb wellness a spa centra a terasu hotelu krásí nový zahradní nábytek.

Jste srdečně zváni.

