

Prahu v čistotě hotelů předstihly Varšava a Bratislava

Praha obsadila 13. místo v hodnocení čistoty hotelů v metropolích po celém světě, předstihly ji třeba Varšava a Bratislava. Nejčistší hotely, jak vyplývá z hodnocení klientů rezervačního portálu hotel.info, má Tokio. Japonské hlavní město s 8,91 bodu zvítězilo před Varšavou, která dosáhla hodnocení 8,78 bodu. Na třetí místo se dostal Záhřeb s 8,57 bodu. Hotely v Praze dostaly známku 8,31. Méně spokojeni s čistotou byli hoteloví hosté v Paříži (7,54) a Londýně (7,57), obě turisticky atraktivní města se do první dvacítky ani nedostala. „Tady by mohl personál po prachovce a kbelíku sáhnout trochu častěji,“ uvedli autoři žebříčku. Hosté oceňovali hotely na základě bodového systému (0 až 10 bodů). Vedle čistoty pokojů posuzovali kvalitu pokojů, poměr ceny a služeb či vstřícnost a kompetentnost personálu. Nespokojení zákazníci si stěžovali například na vlasy ve sprše, prach nebo špinavý koberec. Hotelový rezervační systém zahrnuje přes 210 tisíc hotelů na celém světě. Aktuální žebříček na téma čistoty hotelů vycházel z hodnocení více než pěti milionů zákazníků.



Mövenpick končí

Značka hotelu Mövenpick opustí k 31. prosinci 2012 pražský trh. Budovu hotelu vlastní a současně od roku 1996 provozuje společnost MP Development, která na základě dohodnutého termínu v původní smlouvě končí spolupráci s hotelovým řetězcem Mövenpick. MP Development uzavřel novou smlouvu se společností NH Hotels s účinností od 1. ledna 2013.



V lázních přibylí zahraniční hosté a zůstávali déle

Do českých lázní přijelo v prvním pololetí 170 tisíc zahraničních hostů, což je o 1,9 procenta více než loni. Počet přenocování stoupl o 7 procent na 1,5 milionu. Uvedla to agentura CzechTourism. Za rychlejší růstem počtu přenocování stojí výrazný nárůst příjezdů ruských turistů, kteří se tradičně zdržují nejdéle. V první polovině roku jich do tuzemských lázní přijelo 46 tisíc, což představuje meziroční nárůst o 14,3 procenta. Průměrná délka pobytu v lázeňských ubytovacích zařízeních dosahovala v prvním pololetí u zahraničních turistů 8,9 přenocování na příjezd, u Rusů byla 12,7 přenocování. V lázních přibyl také turistů z Ukrajiny, Slovenska a některých asijských zemí. Mírně naopak ubylo hostů z evropských zemí, jako jsou Rakousko, Německo, Francie či Itálie.

„Rusko a Ukrajina jsou pro české lázeňství tradičně velmi významné trhy. V minulém roce jsme proto v těchto zemích provedli podrobný marketingový průzkum, který nám umožňuje lépe zacílit naše marketingové aktivity,“ uvedl generální ředitel CzechTourism Rostislav Vondruška.

Celkem v prvním pololetí zavítalo do českých lázní 349 tisíc domácích a zahraničních hostů, což bylo o 1,6 procenta více než ve stejném období předchozího roku. CzechTourism spustil 20. srpna marketingovou kampaň, která bude do lázní lákat domácí i zahraniční hosty. Směřovat bude hlavně na české, německé a ruské turisty.

Potřebujete informace pro profesionály v hotelnictví a lázeňství?

Objednejte si předplatné časopisu Hotel&Spa Management
na adrese <http://predplatne.economia.ihned.cz/>.

a navíc získáte ZDARMA:

- elektronický newsletter s novinkami z oboru Hotel&Spa Line
- on-line zpravodajství a archiv časopisu na www.hotel-spa.cz

V aktuálním čísle časopisu
Hotel&Spa Management
mj. naleznete:

HOTEL&spa
MANAGEMENT



- Hotel prodává kvalitní servis
- Hlídejte si reputaci
- Hygiena jako měřítko kvality?

**Ukázkový výtisk zdarma
si objednejte na adrese
www.economia.cz/nazk**

economia
OBSAH ROZHODUJE

Vysočina láká rakouské turisty

Kraj Vysočina by chtěl přilákat víc rakouských turistů, proto chystá velkou mediální kampaň zaměřenou hlavně na obyvatele rakouského příhraničí. Projekt s náklady 4,3 milionu korun připravuje krajská organizace Vysočina Tourism. Pokud na něj dostane evropskou dotaci, bude prostřednictvím letáků a inzertát lákat Rakušany k návštěvě Vysočiny od ledna příštího roku.

Nové služby ve Frýdlantu

Frýdlant nabízí nové služby pro náročnější turisty, společnost Antonie Hotels ve městě otevřela relaxační areál s bazény a ubytováním. Areál Antonie může zatím ubytovat nejvýše deset lidí, už příští rok bude ale v sousedství dokončen nový hotel pro dalších 40 klientů. Projekt za zhruba 160 milionů korun podpořila Evropská unie a podporuje ho i radnice.

Marriott hlásí zvýšení zisku

Americká hotelová společnost Marriott International, která působí i v Česku, oznámila zvýšení zisku ve druhém čtvrtletí. Dosáhla zisku 143 milionů dolarů (asi 3 miliardy korun), zatímco loni ve stejnou dobu to bylo

(Pokračování na stránce 2)

KMV získaly očekávaný souhlas

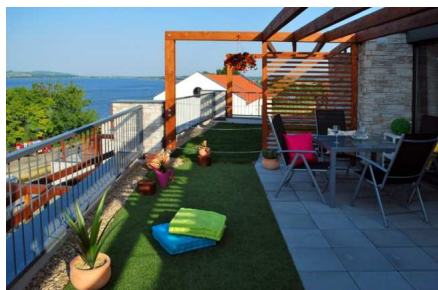
V minulých dnech společnost Karlovarské minerální vody (KMV) obdržela dlouho očekávané souhlasné stanovisko Národního památkového ústavu v Lokti a oddělení památkové péče karlovarského magistrátu potřebné pro vydání územního rozhodnutí k zahájení oprav objektu Löschner ve vlastnictví KMV. „Po dlouhé době je to první dobrá zpráva,“ uvedl Michal Donath, mediální zástupce KMV. „Teď už zbývá počkat jen na územní rozhodnutí a opravy prvního objektu mohou začít. Na opravy objektů ve vlastnictví KMV je vyčleněno 60 mil. Kč. Společnost KMV se pozastavila nad sdělením hejtmana Josefa Novotného, který bez jakéhokoliv předchozího upozornění, bez jakékoliv komunikace či jednání sdělil veřejnosti svou výzvu k bezúplatnému předání objektů v Kyselce. Ty by pak prý opět bezúplatně převedl na asociaci ASORKD, která údajně může zajistit prostředky na jejich opravu od Čechů žijících v zahraničí a z všelidové finanční sbírky. Jde pravděpodobně o zkratovou reakci na výpady politických konkurentů před regionálními volbami s cílem zlepšit vlastní mediální obraz.“



Apartmány Pálavské vinohrady dokončeny

Brněnská společnost Pavlof, která má ve svém portfoliu i Hotel Pavlov ve stejnojmenné vinařské obci, dokončila v průběhu května letošního roku na Pálavě nový projekt apartmánů s názvem Pálavské vinohrady.

Areál se nachází ve svahu mezi vinicemi a disponuje 30 apartmány, které se dělí na mezonetové a přízemní. Resort Pálavských vinohradů zahrnuje nejen ubytování, ale také nabídku aktivit mikro-regionu v podobě speciálních slev u vinařů a dalších poskytovatelů rozličných služeb.



Hilton je v oblíbě

Čtenáři Frequent Business Traveler, on-line stránek, které navštěvuje movitější business klientela, označili za nejlepší hotelový řetězec Hilton Hotels & Resorts a vybrali čtyři nejoblíbenější letecké společnosti, Lufthansu, Singapore Airlines, Emirates Airline a United Airlines (viz www.frequentbusinesstraveler.com). Podle geografického rozdělení Hilton dominuje v oblasti obou amerických kontinentů, v asijsko-pacifickém regionu, na středním východě a v Africe. Pro zajímavost – nejlépe hodnocené letiště naleznete v San Francisku, nejoblíbenější značka aut je BMW a celosvětově nejlépe hodnocenou půjčovnou aut se stal i u nás známý Hertz.

Konference pro odborníky z hotelového odvětví

Společnost Smarthero bude ve dnech 25.–26. října 2012 pořádat v prostorách pražského hotelu AquaPalace konferenci zaměřenou na nejnovější trendy v e-marketingu, revenue managementu za účasti mezinárodních řečníků. Účastníci budou mít možnost seznámit se s novými příležitostmi a možnostmi, jak uspět ve vysoce konkurenčním prostředí. Rezervaci lze provést přes www.smarthero.eu. Cena je 9900 Kč + 20% DPH. Čtenáři časopisu Hotel & Spa Management se mohou registrovat přes: http://www.smarthero.eu/hotelspa_registrace/ za speciální cenu 6900 Kč + 20% DPH. Program konference v českém jazyce je k dispozici na: <http://1url.cz/31JB> a v anglické jazyce na: <http://1url.cz/J1Jp>.

PRAHA 2012

E-Marketing

& REVENUE MANAGEMENT
KONFERENCE

Pro vaše lepší
manažerská rozhodnutí.
Setkejte se
nejvýznamnějšími
hráči na trhu.

Praha 25–26.10.2012 | Aquapalace Hotel Prague

(Pokračování ze stránky 1)

135 milionů dolarů (asi 2,8 miliardy korun). Na hotelový sektor v USA dolehla v posledních letech ekonomická recese, nejvíce se však podepsala na výkonu luxusních hotelů. Firmy i běžní turisté totiž výrazně omezovali své výdaje, tedy i služební cesty a výdaje za dovolenou.

Průzkum mezi bohatými

Wealth Report (J&T) zkoumal vztah bohatých lidí ke spotřebnímu zboží. V ČR nejsou u hotelových značek patrné jednoznačné preference. Z průzkumu sice vychází jako nejčastěji jmenovaný symbol luxusu hotelový řetězec Kempinski, na druhou stranu více než polovina respondentů žádnou hotelovou značku nepreferuje.

Hotel Augustine má novou manažerku PR a marketingu

Pozici public relations a marketingové manažerky v hotelu Augustine patří do sítě Rocco Forte hotels nově zastává Kateřina Nosek. Absolventka Masarykovy univerzity a Univerzity of New York in Prague se v oblasti marketingu a komunikace pohybuje od roku 2002, kdy ve společnosti T-Mobile zastávala pozici Head of Sponsoring, ve které byla mimo jiné zodpovědná i za interní a externí komunikaci. V období 2006–2009 působila na pozicích marketingové manažerky ve společnostech Kampa Group a Lagardere Active ČR. V poslední jmenované společnosti byla zodpovědná za marketingové aktivity čtyř největších českých rádií – Evropa 2, Frekvence 1, Bonton a DJ. Jejím posledním působištěm byly pražské hotely rakouského řetězce Vienna International. Kateřina hovoří plynule anglicky, německy a ovládá základy ruského jazyka.

Nová tvář v hotelu Augustine

Štěpán Tichý byl jmenován do funkce Sales Manager MICE & Leisure pro hotel Augustine. V hotelovém odvětví se pohybuje přes dvanáct let, kdy ještě v době studií pracoval jako řadový recepční v penzionu Březina.

V období 2004–2006 působil jako Reservation Manager v hotelu Golden Tulip – Maxmilian a posléze jako Sales Manager pro hotel Sieber, oba v Praze. Od roku 2006 pracoval pro skupinu pražských hotelů společnosti Marriott International nejdříve jako Reservation Sales Supervisor a o dva roky později na pozici Cluster Sales Executive. Poslední dva roky zastával pozici Sales Manager Leisure pro pražské hotely rakouské společnosti Vienna International.

Absolvent Vysoké školy hotelové v Praze hovoří plynule anglicky, německy a ovládá základy španělského a ruského jazyka.