

Jak wyróżnić się na krakowski rynku?

Zarządzanie dużym obiektem w Krakowie, gdzie konkurencja jest bardzo duża, a oczekiwania gości stale rosną, wymaga nieustannej adaptacji i wyróżniania się – mówi Karol Światłoń, dyrektor generalny apartotelu Lwowska 1. W rozmowie opowiada, jak Lwowska 1 znajduje swoje miejsce na wymagającym krakowskim rynku, wprowadzając nowe rozwiązania i dostosowując ofertę do dynamicznych potrzeb gości.

Jakie udogodnienia oferuje apartotel Lwowska 1?

Lwowska 1 znajduje się w Krakowie na Podgórzu i oferuje 150 jednostek noclegowych. Na terenie obiektu mamy restaurację Zielonym do Góry, która pomimo swojej nazwy, nie jest restauracją wegetariańską i każdy znajdzie w menu pozycje dla siebie. Goście mogą również korzystać z Relaksarium Spa, które oferuje kilka gabinetów zabiegowych oraz sauny – parową i fińską. Dodatkowo mamy podziemny parking na 70 miejsc oraz pięć sal konferencyjnych, z których największa pomieści do 180 osób

Kim są najczęściej odwiedzający goście?

Profil naszych gości jest bardzo zróżnicowany. Mamy sporo grup turystycznych oraz gości konferencyjnych. Kiedy zaczynałem pracę w lutym, duży odsetek stanowiły również pobyty długoterminowe, zwłaszcza goście korporacyjni z Dalekiego Wschodu, którzy zostawali u nas na kilka tygodni, a czasem nawet miesięcy. Obecnie obserwujemy wzrost liczby gości indywidualnych, co wpływa na zmianę proporcji między rezerwacjami korporacyjnymi a indywidualnymi

Co wpłynęło na tę zmianę?

Od momentu objęcia stanowiska w lutym wprowadziliśmy szereg zmian w strategii sprzedaży i marketingu. Przeszliśmy na nowego channel managera – Profitroom, co usprawniło proces rezerwacji zarówno dla gości, jak i pracowników recepcji. Dzięki temu skuteczniej docieramy do klientów indywidualnych

Jakie obłożenie udaje się obecnie osiągać?

W ciągu ostatnich sześciu miesięcy nasze obłożenie wynosi około 80 procent. Oczywiście samo obłożenie nie jest jedynym wyznacznikiem sukcesu – kluczowa jest również strategia cenowa. Na przestrzeni ostatnich kilku miesięcy udało nam się znacząco podnieść takie wskaźniki jak ADR i RevPAR, co przekłada się na poprawę rentowności obiektu.

Jakie inwestycje technologiczne zostały wprowadzone od momentu objęcia stanowiska?

Oprócz zmiany na Profitroom, zwiększyliśmy budżet marketingowy, aby przyciągnąć więcej gości indywidualnych jak i konferencyjnych. Współpracujemy również z nowymi narzędziami wspierającymi procesy sprzedażowe, co pozwala nam skuteczniej zarządzać rezerwacjami i analizować potrzeby rynku. W hotelu korzystamy także z systemu hotellion, który wdrożono w grudniu ubiegłego roku, jeszcze zanim objąłem to stanowisko. Współpraca z zespołem hotelliona układa się bardzo dobrze – wspólnie dostosowujemy system do naszych potrzeb, aby maksymalnie usprawnić codzienną pracę obiektu. To

ważne, aby zespół faktycznie korzystał z funkcji oferowanych przez system, zwłaszcza że mamy osoby z wieloletnim stażem, przyzwyczajone do pracy na poprzednich systemach

Jak wygląda sytuacja z retencją pracowników na tak konkurencyjnym rynku jak Kraków?

Rotacja na recepcji to powszechny problem w miejskich hotelach, ale w Lwowskiej 1 mamy stosunkowo niską rotację. Od lutego wymieniliśmy się tylko dwie osoby na około 10-osobowy zespół recepcji, co przypisuję profesjonalizmowi naszego menadżera recepcji Maćka Małczyka oraz transparentnemu systemowi premiowemu. Nasze podejście jest takie, że pracownik przychodzi do pracy nie tylko po dobrą atmosferę, ale przede wszystkim po to, aby zarabiać. Dlatego nasz system premiowy jest jasny i przejrzysty – pracownicy mogą zobaczyć efekty swojej pracy w realnych wynikach na koncie bankowym, co motywuje ich do zaangażowania

Czy planowane są inwestycje lub zmiany w obiekcie w najbliższym czasie?

Lwowska 1 działa już od siedmiu lat, więc w tym roku postanowiliśmy stworzyć małą siłownię dla naszych gości. Nie jest to duże miejsce, ale mamy tam kilka sprzętów aerobowych, ławeczkę, hantle – goście, zwłaszcza korporacyjni, chętnie z tego korzystają. Zainwestowaliśmy również w modernizację wyposażenia pokoi, szczególnie zastan zaciemniających, które wymieniamy na lepszej jakości blackouty, zgodnie z sugestiami gości. Inwestujemy także w nowy sprzęt konferencyjny, a kolejne modernizacje planujemy na dwa pierwsze kwartały przyszłego roku

Jakie są spostrzeżenia dotyczące rynku hotelarskiego w Krakowie?

Krakowski rynek jest wymagający i konkurencyjny, ale widzę w nim potencjał. Turystyka międzynarodowa, zwłaszcza z USA i Wielkiej Brytanii, jeszcze nie wróciła do poziomu sprzed pandemii, ale trend jest dobry. Na Lwowskiej 1 stawiamy na wyróżnienie się – u nas nawet standardowe pokoje mają po 30-35 metrów powierzchni, co doceniają goście. Obserwuję też, że sprzedaż przez OTA rośnie, ale równocześnie inwestujemy w rozwój rezerwacji bezpośrednich. Rynek krakowski wymaga od nas stałego dostosowywania strategii, co oznacza, że musimy być elastyczni i śledzić trendy niemalże na bieżąco

Podsumowanie

Zmiany są nieodłącznym elementem branży hotelowej, co doskonale widać na przykładzie zarządzanego przez Karola Świątłonia apartotelu Lwowska 1. Wspólnie z zespołem, wprowadzili wiele usprawnień, które pozwalają obiektowi lepiej odpowiadać na potrzeby rynku i gości. Dzięki konsekwentnemu wdrażaniu nowych narzędzi, rozwojowi kadry i inwestycjom w infrastrukturę, Lwowska 1 staje się atrakcyjnym wyborem w konkurencyjnym środowisku krakowskiego hotelarstwa