

A wellness jövője

Előadó : Baranyai György
-Wellness Szekció vezető
Magyar Szállodaszövetség
-International Wellness-
Spa Expert Club elnöke

Eljött az idő, amikor fokozottabban kell a vendégek egyéni igényeivel foglalkozni

Aki nem lép időben, az lemarad

- 1990-es évek kezdetén elindult Nyugat-Európában a wellness hullám
- 2000 – 2005-ig soha nem várt növekedés, robbanás a wellness szállodák piacán Magyarországon
- 2010 – 2011 várhatóan 20-30 új wellness szálloda nyílik,

A wellness szállodák sürgős feladata az új utak keresése

Jövőben a múlt – múltban a jövő

- Régiós hagyományokra építkezünk**
- Hazánk páratlan értékeinek kiaknázása**

Lehetőségek:

- A. Sajátos arculat (pl.: Selfness trend)
- B. A piac további szereplőinek megnyerése
- C. Új módszerek az értékesítésben,
(Szinergia kör)
- D. Saját megszerzett vevő körünk,
törzsvendégeink a kiaknázatlan arany
tartalékok

Selfness trend hogyan változik vendégkörünk

- testi és érzelmi kiegyensúlyozottság ("work-life balance"),
- döntések komplex élethelyzetekben
- tanulás és tapasztalatszerzés érett korban is
- kialakul a folyamatos személyiségfejlődés és az általa kiváltott megnyugvás.
- mennyiségi birtoklás helyett az egyéni élet minőségének javítása a cél a jövőben az emberek élményeket akarnak, és ehhez rendelkeznek is a megfelelő anyagi háttérrel

Selfness célcsoport

(ami nagyobb mint gondolnánk és folyamatosan nő)

- ✓ Tigris nők
- ✓ Lelki sportolók
- ✓ Családok
- ✓ Globalokraták
- ✓ Az állandó tanulók
- ✓ Kreatívok

Amit a selfness szálloda nyújt

A szálloda egy színpad, ahol a vendégek a fellépők

- Állandó Internet kapcsolat
- Gyermekfelvigyázás
- Egész nap nyitva tartó büfé
- Jól felszerelt könyvtár
- Önjelesztő sportprogramok
- És wellness

Amire szükség van:

- Egy új vezető típus
- Egy új személyzettípus
 - Érdeklődő
 - Barátságos
 - Akik felmennek a vendégekkel a hegyre, hogy ott együtt hallgassanak

A Selfness hotel:

- 👍 Egy találkahely, ahol nem csak pihenni lehet, hanem beszélgetni problémákról, krízisekről, élethelyzetekről
- 👍 Ahová, ha az ember elutazik, mindig az az érzése, hogy új érdekes embereket ismer meg és önmaga is megváltozik!

A piac további szereplőinek megnyerésének lehetőségei

- Érdekes és új szolgáltatások bevezetése (pl. wellness szoba)
- Ma már nem csak az elit réteg igényli a wellness szolgáltatásokat
- A speciális és jól képzett személyzet alkalmazása

Új módszerek az értékesítésben

- Szinergia kör ($2+2=5$)
- Az indiaiak azt mondják : az egyet meg az egyet összeadom az =11

Saját megszerzett vevőkörünk, törzsvendégeink a kiaknázatlan aranytartalékok

- Animáció szükségessége
- Egy új beosztás, új szakma a szállodaiparban!
- Házigazda, háziasszony, szálloda animátor, „lelkész”
- Elengedhetetlen hozzá a rátermettség és a szálloda teljes körű ismerete

**Aki mostanában egy szállodába látogat
nem a sokat keresi, hanem az egyedit,
de a szállodák döntő többsége, még
mindig „a sok az több” filozófiát követi.**

**Eljött az idő, hogy saját magunk
önértékelését is elvégezzük**



Köszönöm a figyelmüket!