

Jak prodávat kvalitu?

7.-8. 6. 2011, Clarion Congress Hotel Ostrava

Jedenáctý ročník konference Hospitality & Tourism Summit přináší velkou diskusi na téma uvedení značky kvality pro služby v sektoru cestovního ruchu

Nadcházející ročník Hospitality & Tourism Summitu, který se uskuteční ve dnech 7.-8.6. 2011 v Congress hotelu Clarion v Ostravě, bude věnován velmi potřebnému tématu kvality služeb, její klasifikace a garance v jednotlivých sektorech cestovního ruchu.

Zkušenosti z minulých let nás přesvědčují, že není možné čelit nárůstu konkurence či poklesu poptávky v cestovním ruchu roztočením spirály slev. Je zapotřebí, abychom u nabízených služeb neobětovali pro krátkodobé cíle jejich hodnotu, aby se tak do hry vrátila jejich kvalita za oprávněnou cenu. Tak jako v jiných oborech, prokazatelná kvalita je pro hotel, restauraci či cestovní kancelář mnohdy účinnějším nástrojem než drahé reklamy, neboť zvyšuje nejen image, ale především loajalitu zákazníků, spokojenost a hrstost zaměstnanců, a tím vším nahrává konkurenční výhodě. Lepší kvalita dlouhodobě přináší vyšší zisk. Proto letošní konference nese podtitul „**Jak prodávat kvalitu?**“.



Jak požadovanou kvalitu vytvořit, garantovat a komunikovat?

Má snad hodnocení a komunikace kvality být jen doménou silných značek?

Nebo lze zavést nějaký jednoduchý, finančně méně náročný, ale přitom věrohodný systém ocenění kvality vhodný i pro podniky střední či menší velikosti?

Bylo by velmi žádoucí, kdyby celoborová diskuse o tom, jak by měl vypadat jednotný systém hodnocení kvality služeb cestovního ruchu u nás, již konečně přinesla nějaké praktické vyústění – symbol ověřené kvality, pochopitelný pro domácí i zahraniční zákazníky, se kterým by podnikatelé mohli aktivně pracovat při řízení a marketingu svých provozoven.

Připravovaná úvodní panelová diskuse na Hospitality & Tourism Summitu dne 8. června 2011, moderovaná Martinem Veselovským za účasti zástupců MMR, podnikatelů i oborových asociací, se bude snažit přispět k uvedení „značky kvality“ na český trh služeb cestovního ruchu. Na tuto diskusi pak v programu naváže blok „best practices“, který přinese návody, jak kvalitu objektivně měřit a certifikovat, jaká překvapení může přinést mystery shopping v hotelech ČR, i příklady podniků, které našly způsob, jak správně svoji kvalitu vytvářet i prodávat. Součástí programu je i **Gastronomický den AHR ČR**.

„Věříme, že obsah konference přispěje k tomu, aby otázka „Jak prodávat kvalitu“ měla již brzy jasnější odpověď,“ říká jménem organizátorů Barbora Krásová, Partner Blue Events. Dalšími spoluorganizátory konference jsou AHR ČR, SOCR ČR a Vysoká škola hotelová v Praze 8, ve spolupráci s COT business a AKC ČR. Konference se koná pod záštitou ministra pro místní rozvoj Kamila Jankovského a s podporou agentury CzechTourism.

Chcete nabízet kvalitní služby a dostat za ně odpovídající hodnotu?

Záleží vám na tom, jak bude nastaven systém standardů kvality v cestovním ruchu, který se bude týkat i vás?

Pak přijďte ve dnech 7.-8. 6. na konferenci Hospitality & Tourism Summit do Ostravy!

Podrobný program najdete na www.horeca21.cz, kde se také můžete on-line registrovat.

Jaká je dle vašeho názoru role Ministerstva pro místní rozvoj, agentury CzechTourism a profesních svazů v zavádění systému kvality?



Ministerstvo pro místní rozvoj v současné době připravuje zavedení Národního systému kvality služeb v cestovním ruchu, jehož smyslem je nastavit standardy poskytované služby a naučit podnikatele tyto standardy naplňovat a nabízet tak trvale kvalitní službu. Gestorem tohoto systému bude MMR, což zaručí, že systém bude udržitelný a neměnný. Náplň systému, resp. zmiňované standardy pak budou vznikat ve spolupráci s profesními svazy. Aby byl systém ucelený a plnil požadovaný efekt, bude jej nutné dostatečně propagovat, a to jak vůči poskytovatelům služeb, kteří budou do Národního systému kvality služeb vstupovat, tak i vůči uživatelům

služeb, kterým je třeba ukázat, proč mají kvalitu požadovat a vyhledávat – to je úloha agentury CzechTourism.

Ing. Michal Janeba, náměstek ministra pro regionální rozvoj a cestovní ruch, MMR ČR

Pokud se stát rozhodne nastavit standardy kvality, pak je jeho úlohou chránit podnikatele, kteří je přijmou před nekvalitní konkurencí a zvýhodňovat je nabídkou propagace jejich služeb za státní prostředky, dle možnosti veřejných rozpočtů. Průběžná komunikace a konstruktivní spolupráce s profesními svazy je pak pro stát garancí racionality regulace v oblasti kvality služeb. Velmi důležitá je předvídatelnost chování státu, tedy aby se pravidla pro kvalitu neměnila a nedocházelo ke znehodnocení vynaložených peněz.

Ing. Rostislav Vondruška, ředitel České centrály cestovního ruchu – CzechTourism



Národní standardy kvality by měly sloužit především poskytovatelům služeb v cestovním ruchu jako praktický nástroj k trvalému zlepšování kvality. Aby byly akceptovány privátní sférou a efektivně zaváděny, musí být založeny na zkušenostech odborníků z praxe a na jejich potřebách. Zde je hlavní úloha profesních svazů. V zájmu udržitelnosti systému je pak důležitou rolí státu zajistit efektivní budování značky kvality, kterou bude zákazník vyhledávat, a tím budou podpořeny všechny podnikatelské subjekty, které se na základě dobrovolnosti k systému kvality přihlásí.

Ing. Václav Stárek, prezident Asociace hotelů a restaurací ČR

Úspěšnost služeb cestovního ruchu v České republice je přímo závislá na jejich faktické kvalitě. Z tohoto pohledu je zavedení národních standardů kvality krokem, který může napomoci zlepšení současného stavu. Rozhodující pro realizaci tohoto cíle je nalezení shody v názorech na nastavení parametrů kvality ze strany poskytovatelů služeb, reprezentovaných profesními svazy a sdruženími na straně jedné a státem jako garantem tohoto procesu vůči uživatelům služeb v podobě turistů a návštěvníků na straně druhé.

Miroslav Foltýn, prezident Asociace turistických informačních center ČR

