



unapređenje prodaje kapaciteta  
srednjih, malih i obiteljskih hotela

SERIJAL BESPLATNIH RADIONICA



**RIJEKA**  
14.04.2015.

**SPLIT**  
17.04.2015.

**ZAGREB**  
12.05.2015.

**OSIJEK**  
15.05.2015.

## Što je to radionica *Unapređenje prodaje srednjih, malih i obiteljskih hotela?*

Turističko tržište danas je izuzetno dinamično pa samo onaj hotelijer koji te promjene svakodnevno prati i vještinom profesionalaca prilagođava svoje poslovanje tim promjenama, može očekivati ostvarenje planiranog rezultata poslovanja.

Radionice su namijenjene vlasnicima, voditeljima marketinga i prodaje te menadžerima u srednjim, malim i obiteljskim hotelima.

## Cilj radionica

Cilj je radionica upoznati vlasnike, voditelje marketinga i prodaje te menadžere u srednjim, malim i obiteljskim hotelima o nužnosti uvođenja suvremenih alata i vještina u prodaji vlastitih kapaciteta za koje se do unatrag nekoliko godina smatralo da su isključivo u domeni velikih hotela ili hotelskih lanaca.

Razvojem tehnologije, a time i padom cijena korištenja tih alata, e-marketing, revenue management te online & real-time rezervacijski sustavi postali su uobičajeni alati primjenjivi u svim hotelima, neovisno o njihovoj veličini.



**Sandra Horvat**  
nezavisni konzultant za upravljanje prihodima

*"Revenue management kao važna karika u poslovanju hotela."*



**Ivan Gašpert**  
CMT Savjetovanje i upravljanje u turizmu

*"Unapređenje prodaje kao ključ uspjeha poslovanja malih, srednjih i obiteljskih hotela."*



**Sandra Janković**  
FMTU, redovni profesor

*"Odlučivanje i donošenje odluka temeljeno na znanju i edukaciji."*



**Predavač 4.**  
predavač

*"E-marketing (SEO i SEM) za srednje, male i obiteljske hotele"*



**Predavač 5.**  
predavač

*"On-line i real time hotelski rezervacijski sustav"*



**Predavač 6.**  
predavač

*"Slobodna tema"*

## Kako unaprijediti prodaju kapaciteta?

Optimalnom kombinacijom svih instrumenata promocije, uvođenjem suvremenih alata i vještina u upravljanju procesima koji su direktno vezani uz obradu emitivnih tržišta, korištenjem up-to-date tehnologija i profesionalno obučanim kadrovima u relativno kratkom vremenu može se unaprijediti prodaja kapaciteta srednjih, malih i obiteljskih hotela.

## Ključni čimbenici...

- tržišno pozicioniranje
- politika cijena
- upravljanje prihodima i smještajnim kapacitetima
- proaktivna prodaja
- optimalna kombinacija svih instrumenata promocije
- klasični i on-line kanali distribucije
- stručano i educirano prodajno osoblje