

Jak firma szuka miejsca do zorganizowania konferencji?

# Wegetarianie zmorą hotelarzy

*Cierpliwość, wyrozumiałość i silne nerwy musi mieć osoba, która planuje zorganizowanie konferencji w polskich hotelach lub centrach konferencyjnych. Wysyłając pytania liczy ona na szybką, konkretną i w miarę możliwości jak najbardziej szczegółową odpowiedź. I właśnie takiej odpowiedzi często nie potrafią albo nie chcą udzielić hotelarze*

Grzegorz Bryszewski

Sprawdził to na własnej skórze. Aby przetestować sposób i jakość kontaktów działów organizacji konferencji w hotelach i centrach konferencyjnych z klientem wcielił się w rolę jednego z nich. W naszej prowokacji założyliśmy, że pilnie szukamy miejsca na zorganizowanie konferencji dla 52 osób (grupa 25 osób i grupa 27 osób), w dwóch alternatywnych grudniowych terminach. Pytanie ofertowe było bardzo szczegółowe i celowo zawierało różne nietypowe oczekiwania. Jednym z nich było przyjęcie, że wśród gości znajdują się dwie osoby niepełnosprawne wraz z opiekunami i psami. Liczyliśmy, że hotelarze przygotują dla nich specjalne pokoje, zaopiekują się psami i zaskoczą nas specjalnymi, wyciętymi stołami konferencyjnymi. Innym haczykiem była informacja o dwóch alergikach – prosiliśmy o przygotowanie dla nich specjalnej pościeli. Wyzwaniem dla hotelarzy mieli być również wegetarianie, dla których gastronomowie powinni przygotować specjalną dietę. Testowaliśmy także kreatywność hotelarzy i przedstawicieli centrów konferencyjnych prosząc o ich własne propozycje eventu dla naszych gości konferencyjnych. W pytaniu celowo pomyliliśmy liczbę uczestników konferencji, w jednym miejscu zamiast 25 napisaliśmy, że jest ich 250 licząc na to, że hotelarze zauważą i sprostują błąd. Zapytanie ofertowe, ze szczegółowym planem konferencji i równie szczegółowymi oczekiwaniami wobec niej wysłaliśmy do pięciu, losowo wybranych, ale o podobnej ofercie obiektów konferencyjnych w Polsce.

■ Centrum Hotelowo-Konferencyjne „Witek” w Krakowie \*\*\*  
([www.hotelwitek.com.pl](http://www.hotelwitek.com.pl))

Michał Woźnica, pracownik „Witka” jako jedyny potwierdził telefonicznie otrzymanie naszego mailowego pytania ofertowego. Zrobił to już 5 minut po jego wysłaniu. Spodobało nam się, że podczas rozmowy telefonicznej zauważył błąd i upewnił się, że liczba aż 250

uczestników konferencji pojawiła się w pytaniu w wyniku pomyłki. Obiecał także, że postara się jak najszybciej przesłać odpowiedź. Obietnica została dotrzymana dopiero następnego dnia. Przesłana do nas oferta miała jednak charakter bardzo ogólny i opisywała zalety centrum. Zabrakło tam całościowej kalkulacji organizacji konferencji, nie znaleźliśmy również informacji o pokojach dla osób niepełnosprawnych i pościeli dla alergików. Dobrze, że w ofercie znalazło się kilka ciekawych propozycji eventów. Nasze uwagi i prośbę o dodatkowe informacje wysłaliśmy mailem zwrotnym. Po dwudziestu dniach przedstawiciele centrum zapytali nas o to, czy oferta jest jeszcze aktualna.

■ Centrum Konferencyjno – Szkoleniowe „Boss” w Warszawie \*\*\* ([www.hotelboss.pl](http://www.hotelboss.pl))

Na odpowiedź mailową od „Bossa” musieliśmy czekać ponad jeden dzień. Okazało się, że współpraca z centrum nie jest możliwa, bo w obu zaproponowanych przez nas terminach obiekt nie dysponuje wolnymi miejscami noclegowymi. Spodobało nam się, że mail odmowny miał krótką, ale oficjalną i poprawną formę.

■ Krakowskie Centrum Konferencyjne Dwór w Tomaszowicach ([www.dwor.pl](http://www.dwor.pl))

Tutaj na odpowiedź również czekaliśmy jeden dzień. Renata Król, dyrektor centrum przesłała nam szczegółowe informacje na temat propo-



Rys. Tomasz Mark

nowanego menu i noclegów. Spodobały nam się ciekawe oferty eventów dla uczestników konferencji. W odpowiedzi zabrakło jednak informacji o pokojach i wyposażeniu dla osób niepełnosprawnych, nie wspomniano nic o bieliźnie pościelowej dla alergików. Przesłaliśmy więc dodatkowe pytania w tych kwestiach i prośbę o ustalenie konkretnej daty organizacji konferencji. Tym razem, dzień później odpowiedziały nam Aneta Konopczyńska (w mailu nie podała swojej funkcji). Niestety, informacje przesłane przez nią rozczarowały nas – nie znaleźliśmy w nich bowiem wyjaśnień naszych wątpliwości, a oferta była jeszcze skromniejsza od tej przesłanej wcześniej przez dyrektor obiektu. Odnieśliśmy wrażenie, że obydwie te osoby kontaktowały się z nami, bez ustaleń między sobą.

■ Centrum Kongresowe – Hotel IOR w Poznaniu ([www.ior.poznan.pl/centrum](http://www.ior.poznan.pl/centrum))

Chaos, dezinformacja i brak prawidłowego przepływu informacji. Takie wrażenia mieliśmy z pracy osób odpowiedzialnych za kontakty z klientami w tym Centrum. Na nasze pytanie, dzień po wysłaniu pytania odpowiedział mailowo Bartosz Skrocki z restauracji Estella, działającej na terenie obiektu. Otrzymaliśmy od niego bardzo skromny cennik restauracji i wyjaśnienie, że nasze pytanie nie było zbyt szczegółowe i stąd



taka forma odpowiedzi. Później zadzwonił do nas pracownik recepcji i dopytywał się o oczekiwania w sprawie noclegów. Poinformował również, że dostaniemy osobną ofertę dotyczącą zakwaterowania i osobną w sprawach gastronomicznych. I tak też się stało. Kolejny mail od pracowników obiektu dotyczył kalkulacji kosztów, okazało się, że hotel dysponuje specjalnymi pokojami dla osób niepełnosprawnych, nie posiada jednak pościeli anty-alergriczej. Później napisał do nas ponownie Bartosz Skrocki, który... przeprosił za wcześniejszą odpowiedź. Tłumaczył, że dopiero teraz otrzymał szczegółowe pytania od centrum kongresowego i wkrótce poda szczegółową kalkulację cen. I rzeczywiście, była ona szczegółowa, nie zawierała jednak bardzo istotnej rzeczy – całościowego podsumowania wszystkich kosztów organizacji imprezy. Dokładnie tydzień po wystaniu zapytania odpowiedziała nam również w imieniu Centrum Kongresowego Hotelu IOR Katarzyna Łysiak. Przesłała nam podstawowy cennik dotyczący wyłączenie urządzeń niezbędnych do zorganizowania konferencji i koszty wynajęcia sal konferencyjnych. W mailu zabrakło informacji o noclegach, oferty gastronomicznej i całościowego podsumowania kosztu imprezy.

■ Hotel SPA „Dom Zdrojowy” w Jastarni  
([www.zdrojowy.com.pl](http://www.zdrojowy.com.pl))

Na odpowiedź mailową na nasze zapytanie ofertowe musieliśmy poczekać jeden dzień. Paweł Musiał z „Domu Zdrojowego” (w mailu nie podał swojej funkcji) poinformował nas wstępnie, że jeden z zaproponowanych przez nas terminów konferencji nie wchodzi w grę, bo hotel w tym czasie jest już zarezerwowany. Okazało się także, że obiekt dysponuje tylko jednym pokojem przystosowanym do potrzeb osoby niepełnosprawnej. W wiadomości mailowej znalazła się też informacja, że pracownik hotelu postara się jak najszybciej przygotować kalkulację cenową

zorganizowania konferencji. „Jak najszybciej” w tym przypadku oznaczało dwa dni. Kalkulacja cenowa (w formularzu arkusza kalkulacyjnego) zaskoczyła nas jednak pozytywnie. Znalazło się tam szczegółowe wyliczenie kosztów pobytu, konferencji, opłaty za psa i zaproponowane przez hotel eventy (wraz z transportem). Zaproponowano nam 10-procentowy rabat. Pozytywny efekt zepsuła jednak pomyłka i to taka szczególnie denerwująca – jedna z informacji w mailu została skierowana do „Pani Grzegorz Bryszewski”

■ Hotel Magda, Centrum Konferencyjne „Budimex” Sp. z o.o w Licheniu Starym koło Konina  
([www.hotelmagda.com.pl](http://www.hotelmagda.com.pl))

Odpowiedź mailową z Hotelu Magda otrzymaliśmy już następnego dnia rano. Elżbieta Krochmal, specjalista ds. marketingu w obiekcie, przesłała nam szczegółową kalkulację kosztów i aż 7 propozycji eventów dla uczestników konferencji. Spodobało nam się, że dwa z nich zostały szczegółowo opisane w materiałach, które otrzymaliśmy. Hotel zaproponował nam grudniowe rabaty – 10 proc. od zakwaterowania i 40 proc. od sali konferencyjnej. Gorzej było jednak z naszymi „zagwozdkami” – w kalkulacji nie było mowy o pokojach dla osób niepełnosprawnych, stołach konferencyjnych przystosowanych do ich potrzeb, nie uwzględniono również potrzeb alergików i wegetarian. Zapytaliśmy więc o te sprawy w mailu zwrotnym. Po dwóch godzinach (tyle czekaliśmy na odpowiedź) okazało się, że obiekt posiada pokoje dla osób niepełnosprawnych, ale nie ma specjalnie przystosowanych dla ich potrzeb stołów konferencyjnych. Pani Elżbieta zapewniła nas również, że hotel używa pościeli z syntetycznego pierza, które według producenta jest antyalergricjne. W mailu znalazła się także informacja, że jeżeli wcześniej o tym uprzedzimy, wegetarianie mogą liczyć na specjalnie dla nich przygotowane menu.

takie sytuacje zdarzają się rzadko. Także brak kompetencji pracowników, sprzeczne informacje, oraz nie dotrzymanie terminów potrafią bardzo zrazić klienta. Takie potknięcia mówią mu „uważaj, to dopiero początek”, przy realizacji imprezy mogą wystąpić kolejne „niespodzianki”.

Brak szczegółowych odpowiedzi na temat anty-alergricjnej pościeli i innych nietypowych wymagań może być swego rodzaju przemilczeniem. Możliwe, że pracownik marketingu kontaktując się np. z kierownikiem hotelu usłyszał „tego u nas nie ma i nie będzie” i właśnie dlatego informacje o dodatkowych usługach nie znalazły się w ofercie obiektu.

Podsumowując, można stwierdzić, że większość hoteli i centrów konferencyjnych miała bardzo dobre intencje, później sprawy potoczyły się jednak inaczej. Najbliżej ideału znalazła się ostatnia z opisanych firm, która dosyć szybko przedstawiła szczegółową ofertę.

Chciałbym również dodać, że nasze biuro na co dzień walczy z opisanymi w tekście sytuacjami, a często te wyjątkowo trudne opowiadamy jako dowcipy. I nikt nie chce nam w nie uwierzyć.

## O klientów trzeba dbać!

MAJA LUBOMAŃSKA

PR & Marketing

Manager, hotel

Dwór Oliwski

w Gdańsku

– W każdej z odpowiedzi opisanych w publikacji obiektów znalazłam błąd. Te najważniejsze powtarzały się niestety kilkakrotnie. Jednym z nich było przekazywanie kontaktów do klienta innym osobom z firmy. Taka sytuacja jest dopuszczalna tylko w przypadku nagłych wypadków, takich jak np. choroba. Klient powinien być obsługiwany od początku przez jedną osobę, a kontakt powinien się zakończyć wysłaniem kompleksowej oferty odpowiadającej potrzebom osoby organizującej konferencję.

Standardem powinno być dołączenie do oferty szczegółowego zestawienia kosztów w postaci tabeli, czy arkusza kalkulacyjnego Excel.

Forma taka jest czytelna dla klienta i pozwala mu na szybkie sprawdzenie, czy propozycja hotelu mieści się w ramach zaplanowanego budżetu. Nieprofesjonalne ze strony przedstawicieli hoteli i obiektów konferencyjnych było także długie zwlekanie z odpowiedzią odmowną. W takiej sytuacji klient ma prawo podejrzewać, że wszystkie inne ustalenia z danym obiektem będą trwały tak samo długo. Zauważyłam również, że część hotelarzy w odpowiedzi na zapytanie ofertowe odpowiadała za pomocą „kalki” czyli standardowej i bardzo ogólnej oferty. Osoba kontaktująca się z obiektem może potraktować taką odpowiedź jako brak szacunku i tak bardzo ważnego w dzisiejszych czasach indywidualnego podejścia do klienta. Jeszcze jednym niedopatrzaniem ze strony marketingowców był brak telefonicznego potwierdzenia otrzymanego zapytania. To bardzo istotna sprawa, gdy pozwala na wyeliminowanie i sprostowanie błędów, które znalazły się w pisemnym zapytaniu ofertowym. Kolejnym błędem było niedotrzymywanie słowa – absolutnie niedopuszczalne jest, aby w mailu pojawiał się zwrot „jak najszybciej” a odpowiedź nadchodziła dopiero po dwóch dniach.

Oczywiście w opisanych sytuacjach znalazłam także profesjonalne zachowania w stosunku do klientów. Niektórzy przedstawiciele obiektów hotelowych i konferencyjnych telefonicznie potwierdzali otrzymanie zapytania. Potrafiliby również szybko i konkretnie odpowiedzieć na oczekiwania klienta.

Hotelom i obiektom konferencyjnym, które nie zachowały się profesjonalnie należałoby podpowiedzieć, że nie są jedynymi takimi obiektami na świecie. I każda osoba reprezentująca obiekt na zewnątrz powinna znać podstawową zasadę marketingu – tracąc jednego klienta, traci się tak naprawdę dwudziestu jeden klientów. Rzadko, który obiekt może sobie na to pozwolić w dzisiejszych czasach.



## Wszyscy mieli dobre intencje...

ARKADIUSZ  
NOWAK  
właściciel  
biura NOWAK  
ADVENTURE  
– tour operators  
& travellers agency

– Gdybym to ja kontaktował się w sprawach służbowych z opisanymi firmami,

zniechęciłbym się właściwie do każdej z nich. Większość zachowała się w części profesjonalnie, a w części nie. Dobrze, że niektóre z obiektów odpowiedziały od ręki, dając klientowi do zrozumienia, że zajęły się tematem i mogą być spokojni. Najbardziej zniechęcający był jednak chaos, panujący w jednym z hoteli, występowała tam typowa sytuacja w stylu – „nikt nic nie wie”. Na szczęście w mojej pracy



Fot. archiwum Arkadiusza Nowaka