Nastavni predmet: Hotelijerstvo

Broj časa: 52. i 53.

Nastavna jedinica: Strategijsko i taktičko upravljanje tražnjom

Hotel nastoji da u kratkom roku tražnju prilagodi svojim mogućnostima, a na dugi rok - svoje mogućnosti tražnji. To stvara svojevrsnu obavezu u pogledu korišćenja pojedinih instrumenata poslovne politike (proizvoda, cena, promocije, kanala prodaje) i donošenja odgovarajućih strategijskih i taktičkih odluka.

Strategijsko i taktičko upravljanje tražnjom ostvaruje se segmentacijom tražnje i diferenciranjem usluga i cena hotela, odnosno njegovog uslužnog programa.

Postoji pet modela za segmentaciju: **opisni** (sa geografskim, socijalno-ekonomskim i demografskim varijabilama potrošača), **psihološki** (uključuje ličnost gostiju, tj. njihovo interesovanje, ponašanje i sklonosti), **psihografski** (varijabile o kvalitetu života i životnom stilu), **bihejvioristički** ( vernost gostiju nekoj marki, korist koju očekuju da će dobiti od neke usluge i drugo) i tzv. **hibridni**, kao kombinacija prethodnih.

Diferenciranje usluga i cena je drugo područje u strategijskom i taktičkom upravljanju tražnjom. Ono se može označiti kao postavljanjew ponude za različite segmente gostiju, pri čemu tu ponudu hotelski gosti vide kao drugačiju u odnosu na konkurenciju.Usluge mogu biti pojedinačne ili u "paketu".

Nastavna jedinica: Strategijsko planiranje razvoja hotela

Usluga je interakcija između ljudi i poslovniuspeh je određen njenim kvalitetom. Spremnost hotelskog osoblja da izađe u susret potrebama i zahtevima gostiju, osnovni je preduslov za kvalitet te interakcije.

Prvi korak u pripremanju strategijskog razvoja hotela jestew određivanje osnovnih ciljeva poslovanja. Za hotel je to najčešće kombinacija sledećih ciljeva:

- povećanje učešća na tržištu,

- povećanje dobiti na bazi porasta tražnje hotelskih usluga (proizvoda),

- ratvoj novih tržišta,

- inoviranje neekomomičnih hotelskih usluga (poizvoda).

Strategijski plan razvoja hotela treba da uključi sledeće elemente uslužnog programa i to po njegovim pojedinačnim uslugama (proizvodima).

Zadatak: odgovoriti na pitanja:

1. Kako se ostvaruje strategijsko i taktičko upravljanje tražnjom?

2. Koji su modeli za segmentaciju?

3. Šta je usluga?

4. Kombinacija kojih ciljeva je najčešća za hotel?

sotra.milica@esloznica.rs

viber grupa

Google učionica