

ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΑΠΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

Βασίλης Καραουλάνης – Αντιπρόεδρος της Ένωσης Ξενοδόχων Μαγνησίας

Εκπροσωπώντας την Ένωση Ξενοδόχων Μαγνησίας, σας ευχαριστώ για την πρόσκληση να παρακολουθήσουμε το συνέδριο ΦΕΤΑ 2018.

Είναι πολύ ευχάριστο και χρήσιμο να συμμετέχει κανείς σε ένα τόσο καλά οργανωμένο συνέδριο, με εξαιρετικούς ομιλητές, πλούσια θεματολογία αλλά και ουσιαστικές τοποθετήσεις.

Μάρκετινγκ, συνέργειες, συνεργασία.

Αυτό το τρίπτυχο καθορίζει όλες τις σχέσεις μεταξύ μας, φυσικά και το θέμα της προμήθειας προϊόντων από ξενοδοχεία.

Ο Τουρισμός είναι η βαριά βιομηχανία της χώρας. Αυτή η θέση δικαιολογείται απολύτως από τους αριθμούς που περιγράφουν έσοδα, απόδοση φόρων, απασχόληση κι όλους τους οικονομικούς δείκτες.

Είναι παραπάνω από προφανές ότι ο Τουρισμός είναι μια πολύ ευρύτερη συνέργεια από την απλή πρόσθεση ξενοδοχείων, εστιατορίων και αμιγώς τουριστικών επιχειρήσεων.

Με εκατομμύρια επισκέπτες, διασκορπισμένους σε όλη τη χώρα, όλοι δουλεύουν. Με μέσο χρόνο παραμονής στην Ελλάδα τις 8 ημέρες, έχουμε 80 εκατομμύρια ανθρωποημέρες. Κι όλοι αυτοί οι άνθρωποι τρώνε, πίνουν καφέ, μετακινούνται. Όμως, καταναλώνουν και προϊόντα τα οποία δεν είναι «τουριστικά».

Χρησιμοποιούν σαμπουάν για να λούσουν τα μαλλιά τους κι αφρό ξυρίσματος, τηλεφώνουν, βάζουν βενζίνη, καπνίζουν – όσοι έχουν ακόμα αυτή τη συνήθεια.

Η τουριστική σεζόν αυξάνει την κατανάλωση, για κάθε είδους επιχείρηση.

Ας πάμε προς το θέμα μας.

Τα ξενοδοχεία είναι καταναλωτές προϊόντων αλλά κι ένα μεγάλο δίκτυο πωλήσεων.
Εμείς οι ξενοδόχοι αγοράζουμε, οι πελάτες μας καταναλώνουν τα προϊόντα σας.

Τι αγοράζει ένα ξενοδοχείο;! Τα πάντα.

Αυτοκίνητα, κεραμίδια, καρέκλες, κλιματιστικά, πράσινη ενέργεια, συνδρομητική τηλεόραση, καφέ, ακόμα και αφρό ξυρίσματος.

Ορίστε μια ομαδοποίηση.

Αγοράζουμε προϊόντα που αφορούν στη λειτουργία μας, όπως μηχανογραφικά έντυπα, στολές για το προσωπικό, αυτοκίνητα.

- Αγοράζουμε αναλώσιμα για την παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας, σεντόνια, καθαριστικά, σαμπουάν, σαπούνια.
- Αγοράζουμε εξοπλισμό κι αναλώσιμα για το café μας.
- Αγοράζουμε εξοπλισμό κι αναλώσιμα για το εστιατόριό μας.
- Αγοράζουμε βιβλία, παιχνίδια, εφημερίδες, κι ότι βάζει ο νους σας που μπορεί να ζητήσει ο πελάτης μας.

Δεν μπορείτε να φανταστείτε τι μπορεί να ζητήσει ο πελάτης ενός ξενοδοχείου...

Ξυραφάκι, επίδεσμο, αντικουνουπικό, παυσίπονα, στυλό είναι τα συνηθισμένα.

Είμαστε πολλοί, καλοί και μεγάλοι πελάτες για μια πολύ μεγάλη γκάμα επιχειρήσεων.

Κι έχουμε απαιτήσεις. Τις απαιτήσεις που έχουν οι πελάτες μας από εμάς.

Οι απαιτήσεις μας είναι απολύτως λογικές.

- Θέλουμε προϊόντα πιστοποιημένα.
- Θέλουμε σταθερή ποιότητα.
- Θέλουμε προϊόντα που να μην είναι απαραίτητα φθηνά, αλλά να είναι σε καλές τιμές.

Ειδική μνεία πρέπει να γίνει για τα φαγώσιμα.

- Θέλουμε να γνωρίζουμε τη σύσταση των προϊόντων.
- Θέλουμε γκάμα επιλογών σε κάθε είδος.
- Θέλουμε προϊόντα που ζητούν οι πελάτες μας, όπως για παράδειγμα βιολογικά προϊόντα, προϊόντα χωρίς γλουτένη, προϊόντα για διαβητικούς.

Μιλώντας για μάρκετινγκ, πρέπει να επισημάνω ότι το προϊόν είναι ένα μόνο συστατικό της πρότασης αγοράς.

Έχει σημασία η συσκευασία, πρέπει άλλοτε να είναι μεγάλη για οικονομία, κι άλλοτε μικρή για να μην πετιέται το προϊόν

Έχει σημασία η ευκολία αποθήκευσης, ο χρόνος παράδοσης, η διαθεσιμότητα, ο τρόπος πληρωμής.

Τα ξενοδοχεία ως πελάτες έχουν ιδιαιτερότητες.

Βασικές ιδιαιτερότητες είναι η εποχικότητα και η ημερήσια ροή της δουλειάς.

Αυτά καθορίζουν τις απαιτήσεις μας σε ότι αφορά στην εξυπηρέτησή μας από τους προμηθευτές μας.

Η εποχικότητα δεν είναι πρόβλημα, μιας και κάθε ξενοδοχείο ξέρει μήνες πριν τι, πόσο, πότε χρειάζεται να αγοράσει.

Η ημερήσια ροή της δουλειάς αφορά κυρίως στις ώρες παράδοσης των προϊόντων, ανάλογα και με το προϊόν.

Κάποιες πρόσθετες ιδιαιτερότητες είναι η δυσκολία πρόσβασης σε κάποια ξενοδοχεία και η ανάγκη για εξειδικευμένα προϊόντα.

Ένα παράδειγμα.

Φιλοξενώ κάθε χρόνο για 15 ημέρες μια ομάδα γιόγκι από όλον τον κόσμο. Εκ των πραγμάτων, μόνο αυτούς για 15 ημέρες, μιας και έχουν ένα πολύ ιδιαίτερο ωράριο, ανάγκη ησυχίας, ειδικό διαιτολόγιο, συγκεκριμένους τρόπους παρασκευής.

Υπάρχουν όμως κι αθλητικά σωματεία, πελάτες διαβητικοί, πελάτες κακομαθημένοι, πελάτες με συγκεκριμένα γούστα στο φαγητό ή το ποτό τους.

Σας μίλησα όμως και για συνέργειες.

Εμείς τα ξενοδοχεία θέλουμε να αγοράζουμε ελληνικά προϊόντα. Είναι μέρος της εταιρικής μας κουλτούρας αλλά και του πλάνου μάρκετινγκ να προσφέρουμε εμπειρία Ελλάδας στους επισκέπτες μας.

Θέλουμε λοιπόν να συνεργαζόμαστε και να στηρίζουμε μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, τοπικές επιχειρήσεις, παραγωγούς, συνεταιρισμούς, ενώσεις γυναικών.

Να πω εδώ ότι μια απαίτηση που έχουμε προς αυτή την κατεύθυνση είναι να γίνουν παρεμβάσεις από την Πολιτεία σε θεσμικό πλαίσιο ώστε να μπορούμε εμείς οι ξενοδόχοι να αγοράζουμε προϊόντα από συνεταιρισμούς και απευθείας από παραγωγούς.

Ας πιέσουν κι οι επιχειρήσεις κι οι συνεταιρισμοί κι οι ενώσεις παραγωγών.

Αυτό είναι συνέργεια.

Πολλά ξενοδοχεία συμμετέχουν στο ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΩΙΝΟ, μία πρωτοβουλία που υλοποιήθηκε με μεγάλη επιτυχία προβλέπει ότι τα ξενοδοχεία έχουν στο πρωινό τους ή και στο μενού του εστιατορίου τους τοπικές συνταγές που παρασκευάζονται με τοπικά προϊόντα.

Κι αυτό είναι συνέργεια.

Κι επειδή όπως ειπώθηκε, ο Τουρισμός είναι μια επιχείρηση που αφορά όλους μας, πρέπει κι οι επιχειρήσεις να βοηθήσουν στην ανάπτυξη του Τουρισμού.

Να υποστηρίξουν την ανάπτυξη θεματικών μορφών τουρισμού.

Να στηρίξουν τις προσπάθειες για επιμήκυνση της εποχικότητας του τουρισμού.

Να συμμετέχουν στις προσπάθειες για αλλαγή του μοντέλου της επισκεψιμότητας.

Σε τελική ανάλυση, πρέπει οι επιχειρήσεις να βοηθήσουν ώστε να πουλάμε για λογαριασμό τους περισσότερα προϊόντα σε περισσότερους ανθρώπους για περισσότερο διάστημα.

Εμείς τα ξενοδοχεία, είμαστε καλοί πελάτες, έχουμε απαιτήσεις για την προμήθεια προϊόντων, αλλά είμαστε και κάτι περισσότερο. Συνεργάτες.

Συνεργάτες που μπορούν να υποστηρίξουν το δικό σας πλάνο μάρκετινγκ.

Μπορούμε να είμαστε το test market ενός νέου προϊόντος.

Μπορούμε να αξιολογήσουμε το προϊόν σας και να το αξιολογήσουν κι οι πελάτες μας.

Μπορούμε να κάνουμε εκτεταμένες δειγματοδιανομές, αλλά και να διερευνήσουμε niche προϊόντα, προϊόντα που απευθύνονται σε ειδικά κοινά.

Μπορούμε να εκπαιδύσουμε το κοινό σας, να αυξήσουμε τα επίπεδα γνώσης για το προϊόν, να χτίσουμε εικόνα.

Το βασικό δόγμα είναι πως ότι είναι καλό για τους πελάτες μας μάς ενδιαφέρει να το στηρίξουμε.

Όμως η πρωτοβουλία είναι δική σας

Ας πάρουμε για παράδειγμα τη φέτα.

Πολύ ευχαρίστως να προτείνουμε, να μαγειρέψουμε και να σερβίρουμε για τους πελάτες μας συνταγές με φέτα. Τυρόπιτα και φέτα σαγανάκι, και λαδερά φαγητά με φέτα, ακόμα και πιάτα με πιο σύγχρονες προσεγγίσεις.

Πολύ ευχαρίστως να ενημερώσουμε τους πελάτες μας για τη διατροφική αξία της φέτας, να τους δώσουμε έντυπα, να τους δώσουμε παραδείγματα, να κάνουμε γευστικές δοκιμές.

Πολύ ευχαρίστως να υποστηρίξουμε δίκτυα πωλήσεων, πλατφόρμες για διαδικτυακές πωλήσεις προϊόντων, πρωτοβουλίες, εκδηλώσεις. για να το κάνουμε αυτό πρέπει να το οργανώσουμε επιχειρήσεις οι συνεταιρισμοί οι ενώσεις

Ένα ξενοδοχείο δεν μπορεί να αναλάβει τέτοια πρωτοβουλία. Μπορεί όμως να συνεργαστεί και να είναι αποφασιστικός παράγοντας επιτυχίας για κάποια προωθητική ενέργεια ή εκστρατεία πωλήσεων. Όμως, πάντα η πρωτοβουλία, ο σχεδιασμός και η οργάνωση της κάθε δράσης αποτελεί ευθύνη του προμηθευτή μας.

Σας ευχαριστώ για την προσοχή σας.