



## Kako (pri)dobiti gosta u krevet

Kvalitetnim, pravilno odabranim krevetima i madracima u hotelskim sobama osigurat će se udoban i miran san i hotelijerima i gostima

Sigurni smo da zajedničkom efikasnom suradnjom hotelijera, projektanta i nas u *Hespu*, kao proizvođača, možemo znatno podići kvalitetu spavanja, tog izuzetno važnog segmenta turističke ponude, na zadovoljstvo svih nas, a naročito gostiju.

Kvalitetni kreveti i madraci postali su prioritarna poruka za mnoge renomirane hotelske brandove koji, poduprti putničkim agencijama, osiguravanje vrhunske kvalitete spavanja stavljaju u središte svog interesa. U marketinškim porukama upravo tu karakteristiku ističu među svojim najjačim adutima. Sve više i više hotelskih kuća prihvaća činjenicu da su prvenstveno i izravno uključeni u posao prodaje dobrog spavanja.

Udobno, mirno i kvalitetno spavanje izuzetno je jak argument u cilju postizanja zadovoljstva svakog hotelskog gosta. Treba razumjeti da je vrijednost kvalitetnog madraca, ako se planira koristiti gotovo svakodnevno 12 mjeseci godišnje, tijekom nekoliko godina ista kao cijena samo nekoliko noćenja, a konačna dobit kroz krajnje zadovoljstvo gosta je daleko veća. Bez obzira na to dolaze li u hotel na odmor ili u poslovni posjet, vrlo je vje-

rojatno da će gosti hotelsku sobu koristiti uglavnom noću, a preko dana izbivati. Ni najluksuznije namještena soba neće pomoći popravljajući dojma ako je gost neudobno i nemirno spavao zbog lošeg odabira madraca. Neudovoljan i neudoban noćni odmor zasigurno će u velikoj mjeri utjecati na raspoloženje gosta tijekom idućeg dana te vjerojatno nepovratno pokvariti ukupan dojam o nekom hotelskom objektu. Suvremeni gosti su zahtjevniji jer na godišnji odmor najčešće dolaze umorni i iscrpljenog organizma pa im je primarni cilj dobro se odmoriti. Budući da je *Hespa* najveći proizvođač madraca u Hrvatskoj i pokriva 55 posto domaćeg tržišta s više od 160.000 komada prodanih madraca godišnje, vjerujemo da je kompetentan sugovornik i suradnik kad se radi o opremanju smještajnih objekata madracima i krevetima. Navedene brojke odnose se samo na madrace, iako *Hespa* proizvodni program uključuje i krevete, elastične podloge, jastuke, zaštitne prekrivke te namještaj za spavaće i dječje sobe. Od ukupne proizvodnje madraca izvozi se 27 posto, a od toga najvećim dijelom u zemlje regije te Austriju, Švicarsku,

Francusku, Njemačku i Mađarsku. Osim brojnih kućanstava, *Hespa* je do sada madracima i krevetima opremio zaista brojne hotelske objekte u zemlji i inozemstvu i teško ih je sve nabrojiti. Neki od njih u Hrvatskoj su Hoteli Maistra, Hoteli Plava laguna, Laguna Novigrad, Hilton Dubrovnik, Hotel Koralj Umag - prvi istarski hotel s 5 zvjezdica, Importane Resort Dubrovnik, Novi Resort Novi Vinodolski, Milenij Hoteli Opatija, Hotel Croatia Cavtat, a samo dio od inozemnih hotela su Kempinski St. Moritz, Sheraton Salzburg, Crowne Plaza Salzburg, Hilton Wien, Holiday Inn Prag, Düsseldorf i Berlin, Intercontinental Berlin, lanac hotela K&K diljem Europe, Sacher Wien, Hotel de France Wien itd. Sve navedeno čvrsti su argumenti kako je želja *Hespa* da svojim iskustvom i znanjem ugrađenima u svoje proizvode pridonese novim uspjesima i kvaliteti hrvatskog turizma jer bez kvalitetnog ležaja nema kvalitetnog turizma.

U *Hespa* to slikovito vole opisati i na sljedeći način: Slatkiši na jastuku lijepa su gesta, ali ono što se zapravo cijeni nalazi se ispod jastuka, a to su kvalitetan madrac i krevet.