



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΘΕΜΑ: ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ SPA ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΛΑΣΙΘΙΟΥ**



Ηράκλειο, Μάρτιος 2011

Φοιτήτρια
ΣΠΑΘΑΡΟΥ ΙΩΑΝΝΑ
Α.Μ. 4771

Καθηγητής
Δρ. ΣΩΤΗΡΙΑΔΗΣ ΜΑΡΙΟΣ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	3
1. ΤΑ SPA.....	4
1.1. ΙΣΤΟΡΙΚΟ.....	4
1.2. ΟΡΙΣΜΟΙ.....	4
1.2.1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΔΙΕΘΝΗ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ SPA.....	5
1.2.2. ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΟΡΟΥ.....	5
1.3. ΤΥΠΟΙ SPA.....	6
2. ΔΙΕΘΝΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΩΝ SPA.....	8
2.1. SPA ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΣΤΗΝ ΓΑΛΛΙΑ.....	8
2.2. SPA ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΣΤΗΝ ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ.....	10
2.3. SPA ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	12
3. ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	15
3.1. ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ.....	15
3.2. ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	16
3.3. ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΑ SPA.....	18
4. ΕΡΕΥΝΑ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ.....	22
4.1. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.....	22
4.2. ΧΩΡΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΝΟΜΟΥ ΛΑΣΙΘΙΟΥ.....	26
4.3. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ.....	27
5. ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ.....	45
5.1. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	45
5.1.1. ΣΤΟΙΧΕΙΑ.....	45
5.1.2. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ SPA.....	46
5.1.3. ΠΕΛΑΤΕΙΑ.....	46
5.1.4. ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ.....	47
5.1.5. ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ.....	47
5.1.6. ΔΙΟΙΚΗΣΗ.....	48
6. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	49
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	50
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	52

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο στόχος της πτυχιακής μου εργασίας είναι η διερεύνηση των παραμέτρων των πτυχών του μάνατζμεντ και μάρκετινγκ των ξενοδοχειακών spa στο νομό Λασιθίου με απώτερο σκοπό την διατύπωση προτύπων. Τα 5 hotel spa που επιλέχθηκαν για το σκοπό αυτό είναι τα παρακάτω:

ΠΕΝΤΕ ΑΣΤΕΡΩΝ

- Six senses spa Porto Elounda στη Ελούντα Λασιθίου
- Thalaspas Chenot Elounda Beach στη Ελούντα Λασιθίου
- Spierience Gran Melia στο Βαθύ Λασιθίου

ΤΕΣΣΑΡΩΝ ΑΣΤΕΡΩΝ

- Spa and Wellness Sissi Bay στο Σίσι Λασιθίου
- Spa Mistral Mare Hotel στο Καλό Χωρίο Λασιθίου

Τα αποτελέσματα της πτυχιακής εργασίας προέκυψαν από την σύγκριση και ανάλυση στοιχείων των ερωτηματολογίων που απαντήθηκαν από τους υπεύθυνους των spa και των οποίων τα θέματα είναι τα εξής:

- ΚΕΝΤΡΟ SPA: ΣΤΟΙΧΕΙΑ
- ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ SPA
- ΠΕΛΑΤΕΙΑ
- ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙΑ
- ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ
- ΔΙΟΙΚΗΣΗ

1. TA SPA

1.1. ΙΣΤΟΡΙΚΟ

Η πρακτική των ανθρώπων να ταξιδεύουν σε ζεστά ή κρύα λουτρά με την ελπίδα να προβούν στη θεραπεία κάποιων ασθενειών χρονολογείται από τους προϊστορικούς χρόνους. Αρχαιολογικές έρευνες κοντά σε ιαματικές πηγές της Γαλλίας και της Τσέχικης δημοκρατίας αποκάλυψαν όπλα και προσφορές από την εποχή του χαλκού. Στην Μεγάλη Βρετανία αρχαίος μύθος πιστώνει σε βασιλιάδες Σέλτικ την αποκάλυψη του Bath της Αγγλίας.

Πολλοί άνθρωποι σε όλο τον κόσμο πίστευαν ότι η κολύμβηση σε μια συγκεκριμένη πηγή ή ποτάμι είχε ως αποτέλεσμα τη σωματική και πνευματική κάθαρση. Μορφές τελετουργικών καθαρσιών υπήρχαν μεταξύ των ιθαγενών Αμερικανών, Περσών, Βαβυλωνίων, Αιγυπτίων, Ελλήνων και των Ρωμαίων.

Σήμερα, η τελετουργική κάθαρση μέσω του νερού μπορεί να βρεθεί στις θρησκευτικές τελετές των Εβραίων, Μουσουλμάνων, Χριστιανών, Βουδιστών και Ινδουιστών. Αυτές οι τελετές αντανakλούν την αρχαία πίστη στις θεραπευτικές και καθαριστικές ιδιότητες του νερού. Πολύπλοκα τελετουργικά λουτρών εφαρμόζονταν στην αρχαία Αίγυπτο σε προϊστορικές πόλεις της κοιλάδας του Ινδού και στο πολιτισμό του Αιγαίου. Πολύ συχνά αυτοί οι αρχαίοι άνθρωποι έκαναν λίγα οικοδομικά έργα γύρω από την πηγή, αλλά οι κατασκευές είχαν προσωρινό χαρακτήρα.

1.2. ΟΡΙΣΜΟΙ

Ο όρος spa συνδέεται με την επεξεργασία η οποία είναι γνώστη ως λουτροθεραπεία. Οι πόλεις spa ή τα θέρετρα spa συνήθως προσφέρουν διάφορες θεραπείες για την υγεία. Η πίστη στις θεραπευτικές δυνάμεις των μεταλλικών νερών

ανάγεται στους προϊστορικούς χρόνους. Οι πρακτικές αυτές είναι δημοφιλείς σε όλο τον κόσμο, αλλά είναι ιδιαίτερα διαδεδομένα στην Ευρώπη και την Ιαπωνία.

1.2.1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΔΙΕΘΝΗ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ SPA (ISPA)

SPA- Είναι κέντρα αφιερωμένα στη βελτίωση της γενικής ευημερίας, μέσα από μια ποικιλία επαγγελματικών υπηρεσιών που ενθαρρύνουν τη ανανέωση του μυαλού, του σώματος και του πνεύματος.

1.2.2. ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΤΟΥ ΟΡΟΥ

Ο όρος προέρχεται από το όνομα της πόλης Spa, στο Βέλγιο του οποίου το όνομα είναι γνωστό από την ρωμαϊκή εποχή, όταν ονομαζόταν aqua spadanae, από την λατινική λέξη “spargere” που σημαίνει βρέχω ή υγραίνω.

Από τη μεσαιωνική εποχή, ασθένειες που προκαλούνται από την έλλειψη σιδήρου υποβαλλόταν σε θεραπεία με το chalybeate (σίδηρο) νερό της πηγής. Το 1326, ο σιδηρουργός Collin le Ioup υποστήριξε μια θεραπεία όταν η πηγή ονομαζόταν “Espa” μια βαλκάνια λέξη για το “σιντριβάνι” .

Το 16ο αιώνα στην Αγγλία, οι παλιές ρωμαϊκές ιδέες όσο αφορά τη θεραπεία μέσω νερού αναβίωσαν σε πόλεις όπως το Bath, και το 1571 ο William Slingsby που είχε επισκεφτεί τη βέλγικη πόλη (που αποκαλούσε spaw) ανακάλυψε μια chalybeate πηγή στο Γιορκσάιρ. Έχτισε ένα κλειστό πηγάδι και έγινε γνωστό ως Harrogate το πρώτο θέρετρο για πόση ιαματικών νερών, στη συνέχεια το 1596 ο Dr Timothy Brighter αποκάλυψε το θέρετρο “Η αγγλική spaw”, η αρχή χρήσης της λέξης spa ως μια γενική περιγραφή.

1.3. ΤΥΠΟΙ SPA

Ayurvedic spa: spa στο οποίο όλες οι θεραπείες και τα προϊόντα είναι φυσικά και συχνά χρησιμοποιείται ως εναλλακτική ιατρική.

Spa σε κρουαζιερόπλοιο: spa τοποθετημένο σε κρουαζιερόπλοιο που προσφέρει μια ποικιλία από επαγγελματικές υπηρεσίες spa.

Day spa: spa που προσφέρει επαγγελματικές υπηρεσίες σε πελάτες σε καθημερινή βάση.

Dental spa: μια εγκατάσταση υπό την εποπτεία ενός εξουσιοδοτημένου οδοντίατρου που συνδυάζει την παραδοσιακή οδοντιατρική θεραπεία με υπηρεσίες spa.

Destination spa: ένα spa προορισμού πρόκειται για μια εγκατάσταση που κατοικείται βραχυπρόθεσμα με ένα κύριο σκοπό την παροχή ατομικών υπηρεσιών και την ανάπτυξη υγιεινών συνηθειών. Στο παρελθόν πολλά τέτοια spa αναπτυσσόταν στη θέση φυσικών θερμών πηγών ή πηγές μεταλλικών νερών. Συνήθως κατά την διάρκεια μιας εβδομάδας διαμονής οι εγκαταστάσεις παρέχουν ολοκληρωμένο πρόγραμμα που περιλαμβάνει υπηρεσίες spa, γυμναστήριο, την εκπαίδευση ευεξίας, υγιεινή κουζίνα καθώς και ειδικό πρόγραμμα παρακίνησης ενδιαφέροντος των πελατών. Μερικά spa προορισμού προσφέρουν ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα που περιλαμβάνει μαθήματα γυμναστικής, υγιεινή κουζίνα, εκπαιδευτικά μαθήματα και σεμινάρια καθώς και υπηρεσίες σχετικές με αυτές σε σαλόνι ομορφιάς. Οι επισκέπτες διαμένουν και συμμετάσχουν στα προγράμματα σε spa προορισμού αντί για αποκλειστικές επισκέψεις για θεραπείες spa ή καθαρά διακοπές. Μερικά spa προορισμού βρίσκονται σε εξωτικούς προορισμούς ή σε πόλεις που διαθέτουν θερμές πηγές.

Resort /hotel spa: ένα spa που ανήκει και βρίσκεται μέσα σε ένα τουριστικό θέρετρο ή ξενοδοχείο και παρέχει επαγγελματικές υπηρεσίες spa όπως κέντρα ευεξίας και επιλογές μενού από ειδικευμένη κουζίνα spa.

Medical spa: μία εγκατάσταση που λειτουργεί υπό την πλήρη εποπτεία ενός εξουσιοδοτημένου επαγγελματία υγείας του οποίου πρωταρχικός σκοπός είναι η

παροχή ολοκληρωμένης ιατρικής φροντίδας και ευεξίας σε ένα περιβάλλον που ενσωματώνει υπηρεσίες spa καθώς και παραδοσιακές ή εναλλακτικές θεραπείες και περιποιήσεις. Η εγκατάσταση λειτουργεί εντός του πεδίου εφαρμογής της πρακτικής του προσωπικού, που μπορεί να περιλαμβάνει τόσο την αισθητική όσο την αισθητική όσο και υπηρεσίες ευεξίας.

Mobile spa: spa το οποίο είναι κινητό και παρέχει υπηρεσίες στο σπίτι, στα ξενοδοχεία ή όπου άλλου βρίσκεστε.

Mineral springs spa: Τα ιαματικά spa θεωρούνται πιο αυθεντικά καθώς είναι κατ'εξοχήν θεραπευτικά. Συναντώνται συνήθως σε τόπους ιδιαίτερου κάλλους με άφθονα πηγαία νερά, θερμές πηγές ή θαλασσινό νερό που χρησιμοποιείται σε θεραπείες υδροθεραπείας.

2. ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΩΝ SPA

2.1. SPA ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΑ

THALASSA QUIBERON

ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ : Η Γαλλία φημίζεται για τα υπερσύγχρονα κέντρα θαλασσοθεραπείας που διαθέτει. Άλλωστε σε Γάλλους επιστήμονες οφείλεται η εξάπλωση της θαλασσοθεραπείας στη σύγχρονη εποχή. Ο γιατρός Μπορνναντιέρ ήταν ο πρώτος που σκέφτηκε εν έτη 1867 να αξιοποιήσει το νερό της θάλασσας, τα φύκια και το θαλασσινό κλίμα γενικότερα σε θεραπευτικές εφαρμογές. Οι ευεργετικές επιδράσεις του θαλασσινού νερού στον ανθρώπινο οργανισμό, που ήταν ήδη γνωστές από την αρχαιότητα, τεκμηριώθηκαν χάρη στις μελέτες του γάλλου βιολόγου Ρενέ Κίντον, ο οποίος το 1904 ανακάλυψε τις εκπληκτικές ομοιότητες που υπάρχουν στη σύνθεση του νερού της θάλασσας και του πλάσματος του αίματος στον ανθρώπινο οργανισμό. Το Thalassa Quiberon βρίσκεται σε μία από τις ωραιότερες παραλίες στη νότια περιοχή της Βρετάνης, και διαθέτει εγκαταστάσεις με ειδικές προδιαγραφές που εκμεταλλεύονται με το καλύτερο δυνατό τρόπο τα οφέλη του θαλασσινού νερού. Το αναζωογονητικό κλίμα και η αύρα του ωκεανού αποδεικνύονται οι καλύτεροι σύμμαχοι των επισκεπτών που επιθυμούν να αφηθούν στις εξειδικευμένες φροντίδες του κέντρου και να νοιώσουν την απόλυτη πληρότητα. Ένα ημερήσιο πρόγραμμα περιλαμβάνει τζακούζι, μπάνιο με φύκια, μασάζ, καθώς επίσης και ειδικευμένα προγράμματα υγιεινής διατροφής από επιστήμονες.

LES CELESTINS VICHY SPA

ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ: Φημισμένος σταθμός ανάμεσα στις ευρωπαϊκές πόλεις με ιαματικά λουτρά, το κέντρο ομορφιάς Les Celestins Vichy Spa βρίσκεται στην ιστορική γαλλική πόλη Vichy . Σε μία μαγευτική τοποθεσία, οι οποία ενδείκνυται για τους λάτρεις της φύσης και των απέραντων καταπράσινων εκτάσεων, θα μπορούν οι πελάτες να απολαύσουν το αυθεντικό ντους vichy, μία άκρως χαλαρωτική περιποίηση που υπάρχει πλέον στα περισσότερα κέντρα ομορφιάς. Ο επισκέπτης ξαπλώνει σε ένα πάγκο. Δυο θεραπευτές του κάνουν μασάζ, ενώ παράλληλα βρέχεται με το ιαματικό

νερό της περιοχής. Το spa προσφέρει επίσης προγράμματα που σχεδιάζονται ειδικά για να ικανοποιήσουν τις προσωπικές ανάγκες των ενδιαφερομένων. Υδροθεραπεία, λασποθεραπεία, σάουνα αλλά και ανατολίτικο ατμόλουτρο βοηθούν στην αποβολή των τοξινών, ανοίγουν τους πόρους της επιδερμίδας και αναζωογονούν σώμα και πνεύμα. Προσφέρει επίσης και την πρωτόγνωρη εμπειρία της χρωματοθεραπείας. Τα χρώματα επηρεάζουν το σώμα και την ψυχή μέσω του νευρικού συστήματος. Η φυσική ενέργεια του φωτός και οι θεραπευτικές ιδιότητες των χρωμάτων διεγείρουν τις βασικές δερματικές λειτουργίες ενισχύοντας την κυτταρική αναγέννηση και την παράγωγή κολλαγόνου και ελαστίνης.

LES DES CAUDELIE

Αυτό το πολυτελές spa βρίσκεται σε ξενοδοχείο τεσσάρων αστέρων κοντά στο Μπορντό και διαθέτει ένα μοναδικό συνδυασμό θεραπειών spa και το κρασί. Με το “vinotherapie” οι επισκέπτες μπορούν να επιδοθούν σε θεραπείες με κόκκινο κρασί. Λουτρά με κόκκινο κρασί merlot, cabernet ή μασάζ είναι από τις πιο γνωστές υπηρεσίες που προσφέρει το spa του ξενοδοχείου.

LE SPABLEU

Spa στη νότια Γαλλία, στο Bleu Resort στην Προβηγκία. Εκεί μπορεί κανείς να απολαύσει πλήρης υπηρεσίες wellness. Θεραπείες, μασάζ, θεραπείες μέσω νερού, γιόγκα, σιάτσου, τελετουργικά περιποίησης και μεγάλες πεζοπορίες στη φύση.

CALICEA, FITNESS AND SPA HOTEL

Στο Saint-Paul-Les-Dax παρέχει τάξεις γυμναστηρίου, 2 πισίνες, γυμναστήριο στο νερό, σάουνα, χαμάμ, ποδήλατα, μηχανήματα κωπηλασίας, υπηρεσίες, υδροθεραπείας, υπηρεσίες αδυνατίσματος, υπηρεσίες λουτροθεραπείας και μασάζ για εγκύους.

ATLANTHAL

Στο Anglett – Biarritz- spa centre θαλασσοθεραπείας με ευρύ φάσμα θεραπειών. Παρέχει πισίνα με θαλασσινό νερό, τζακούζι, χαμάμ, σάουνα, μαθήματα γυμναστικής και γυμναστική στο νερό.

2.2. SPA ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΣΤΗΝ ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ

CROWN TOWERS HOTEL

Βρίσκεται στην Μελβούρνη. Το crown spa προσφέρει θεραπείες σώματος, απολεπίσεις σώματος, περιτυλίξεις σώματος, μασάζ, υδροθεραπεία, θαλασσοθεραπεία, θεραπείες ματιών, θεραπείες προσώπου, σάουνα, χαμάμ, σουηδικό ντους και ντους vichy.

DAYDREAM ISLAND RESORT AND SPA

Στην καρδιά των Whitsunday Islands – Έκανε ανακαίνιση 40.000.000 που ολοκληρώθηκε στις 1 του Σεπτεμβρίου το 2001. Το daydream spa προσφέρει 14 δωμάτια θεραπείας παρέχει 3 πισίνες, 3 τζακούζι, γυμναστήριο, σάουνα, τένις, κέντρο καταδύσεων, νοσηλεύτες, εκπαιδευτικά προγράμματα, γιόγκα, διαλογισμό και ειδική κουζίνα spa.

RETREAT DOME

Στο Marriott hotel στο Brisbane- παρέχει 6 δωμάτια θεραπειών, 2 χώρους με υγρασία, αρωματοθεραπεία, μεγάλη ποικιλία από περιποιήσεις προσώπου και σώματος, υδροθεραπεία, vichy ντους, γυμναστήριο, γιόγκα και συμβουλές για καλύτερο τρόπο ζωής

FEKALA SPA AND RESORT

Στο Bulehdelash NSW- Θέρετρο 600 στρεμμάτων με 3 χιλιόμετρα πρόσοψη σε ποτάμι. Το spa προσφέρει μασάζ και θεραπείες σώματος. Προσφέρει πεζοπορίες, ποδηλασία, γυμναστήριο, γιόγκα και διαλογισμό.

LYALL HOTEL AND SPA

Βρίσκεται στην Μελβούρνη και λειτουργεί σε ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις 5 αστέρων το Lyall spa βρίσκεται σε μία ήσυχη τοποθεσία στο Lyall hotel. Μια αστική όαση που προσφέρει εξωτικό μενού και τελετουργίες spa παράλληλα με ένα ολοκληρωμένο κατάλογο θεραπευτικών και καθοδηγητικών υπηρεσιών καλλωπισμού.

Το Lyall spa προσφέρει μια ολιστική προσέγγιση της υγείας και ευημερίας αντιμετωπίζοντας το στρες με τεχνικές χαλάρωσης, συμβουλές και προγράμματα για την βελτίωση του τρόπου ζωής.

Σχεδιασμένο σε τρία επίπεδα, με 8 δωμάτια θεραπείας. Το spa διαθέτει καθορισμένους χώρους για υδροθεραπεία, νύχια και εσωτερικούς /εξωτερικούς χώρους χαλάρωσης.

Το Lyall, χρησιμοποιεί διάσημα spa προϊόντα sodashi και rayot που προσφέρουν την απόλυτη εμπειρία και αποτελέσματα.

2.3. SPA ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

WELLNESS PARADISE/ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΕΓΝΑΤΙΑ ΠΑΛΑΣ

ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ: Το υπόγειο του ανακαινισμένου ξενοδοχείου έχει διαμορφωθεί σε ένα εξαιρετικά ατμοσφαιρικό κέντρο χαλάρωσης, spa και εκγύμνασης μακριά από τα βλέμματα των ενοίκων. Το εντυπωσιακό είναι ότι βρίσκεται στην καρδιά της πόλης. Διαθέτει εκπληκτική πισίνα με υδρομασάζ δύο ειδών, για εκγύμναση και κολύμπι, με αντίσταση μέσα στο νερό στην κατάλληλη θερμοκρασία, χαμάμ μεγάλων διαστάσεων με φωτιζόμενο ουρανό, σάουνα, μίνι γυμναστήριο, σολάριουμ, νουβόλα, αίθουσα μασάζ.

ANEZΩ HEALTH AND RECREATION FACILITIES

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΚΙΝΗΣΗ ΠΑΛΑΣ

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ : Το παλαιότερο από τα spa της πόλης φτιάχτηκε πριν από τρία χρόνια με την λογική ενός λουσάτου οθωμανικού χώρου χαλάρωσης. Με την λογική των παλιών λουτρών της πόλης αλλά και της Θεσσαλονίκης. Ο χώρος των δύο χαμάμ παραπέμπει σε παραμύθια με οδαλίσκες. Δύο ξεχωριστές ευρύχωρες σάουνες, η μία ευρύχωρη, με δυνατότητα ρύθμισης ξεχωριστά για κάθε άτομο η παρέα στο ίδιο χώρο, ορθό σολάριουμ, ένα μεγάλων διαστάσεων υδρομασάζ, αίθουσες μασάζ και ο χώρος υποδοχής και χαλάρωσης συνθέτουν την εικόνα του. Ενδείκνυται η χρήση όλων των ανατολικών αξεσουάρ που έφεραν οι ιδιοκτήτες από την Κωνσταντινούπολη ειδικά για τους πελάτες, από τα ξύλινα τσόκαρα έως κετσέ, ύφασμα από κατσικίσια τρίχα για απολέπιση. Τα εντυπωσιακά αφεψήματα που έχουν έρθει από επιλεγμένα παζάρια και το θολωτό χαμάμ αξίζουν να δοκιμαστούν.

DIVANI APOLLON PALLAS AND SPA

ΑΘΗΝΑ

ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ: Ο όμιλος Διβάνη δημιούργησε ένα πολυτελέστατο spa και κέντρο θαλασσοθεραπείας, έκτασης 2.500 τετραγωνικών μέτρων στο ξενοδοχείο Divani Apollon Pallas and spa, που διαθέτει ευρεία γκάμα εναλλακτικών θεραπειών, άνετους χώρους αισθητικής περιποίησης και μασάζ, σάουνα, jet shower, γυμναστήριο και πισίνες με θαλασσινό νερό. Το thai μασάζ που περιλαμβάνει κινέζικες ενεργειακές τεχνικές και συνδυάζει κινήσεις γιόγκα, τραβήγματα και πιέσεις. Ένα δυναμικό μασάζ που συνιστάται σε άτομα που έχουν ανάγκη από τόνωση και ενέργεια. Η υψηλή αισθητική των χώρων και οι εξαιρετικές κούρες ομορφιάς σε συνδυασμό με την μοναδική τοποθεσία κάνουν το Divani Apollon Pallas and spa έναν από τους ιδανικότερους προορισμούς της Αθήνας.

ALDEMAR ROYAL MARE THALASSO

ΚΡΗΤΗ

ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ: Το γαλλικό περιοδικό 'Paris Match' το συμπεριέλαβε στα δέκα καλύτερα κέντρα θαλασσοθεραπείας του κόσμου. Μια υπερπολυτελής μονάδα στη Χερσόνησο της Κρήτης που σας προσκαλεί σε ένα ονειρικό ταξίδι και την απόλυτη ευδαιμονία κατά την άφιξη στο Royal Mare Thalasso υπάρχει υποδοχή από την ιατρική ομάδα του κέντρου που συστήνει την περιποίηση που ανταποκρίνεται σε κάθε ανάγκη. Για την καταπολέμηση του άγχους, της αϋπνίας, των μυϊκών ακαμψιών, της διανοητικής κόπωσης αλλά και των κυκλοφοριακών προβλημάτων, η θαλασσοθεραπεία ανάγεται σε πολύτιμο σύμμαχο για το σώμα και το πνεύμα. Οι άρτιες εγκαταστάσεις, η αισθητική του χώρου, η ειδικευμένη κατάρτιση του προσωπικού και τα ειδικά προγράμματα θεραπείας και αναζωογόνησης υπόσχονται αποτελεσματική φροντίδα στους επισκέπτες.

HEALTH SPA MARINE PERLE ROI

ΧΑΝΙΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ: Στο Σταυρό Ακρωτηρίου της όμορφης πόλης των Χανίων λειτουργεί από τις 21.06.2002 ένα από τα μεγαλύτερα κέντρα θαλασσοθεραπείας στην Ελλάδα. Το έξοχο κλίμα και η εκπληκτικής καθαρότητας ατμόσφαιρα

καθιστούν την προσεκτικά επιλεγμένη θέση του ιδανική για ένα συγκρότημα εναλλακτικού τουρισμού. Το Perle roi spa που βρίσκεται στο 5 αστέρων ξενοδοχείο Perle, προσφέρει υπηρεσίες όπως υδροθεραπεία, κινησιοθεραπεία, φυσικοθεραπεία, σύγχρονη αισθητική, υδράθληση, γυμναστική σε σύγχρονα εξοπλισμένους χώρους, διαιτητικές απολαύσεις για όσους θέλουν να χάσουν κιλά και ιατρική παρακολούθηση κατά την διάρκεια των θεραπειών, αν κριθεί απαραίτητο. Μπορείτε ακόμα να απολαύσετε σε πολυτελείς ατομικές καμπίνες με συνοδεία απαλής μουσικής πολλών ειδών μασάζ, καθώς επίσης και ατομικά αρωματοθεραπευτικά ατμόλουτρα, σάουνα η χαμάμ. Το Perle Hotel και Perle Roi Spa Marine λειτουργεί όλο το χρόνο, έτοιμο πάντα να προσφέρει τις υψηλές του υπηρεσίες στους εκλεκτούς επισκέπτες του.

ΘΕΡΜΑΙ ΣΥΛΛΑ SPA

ΕΥΒΟΙΑ/ΛΟΥΤΡΑ ΑΙΔΗΨΟΥ

ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ: Η Αιδηψός ήταν ήδη γνωστή ως τόπος ιαματικών λουτρών πριν από τα ρωμαϊκά χρόνια. Ο Στράβων ο Αθηναίος και ο Πλούταρχος την περιγράφουν ως ιδανικό τόπο για να συνδυάσει κανείς θεραπευτική αγωγή και διασκέδαση. Το πολυτελές ξενοδοχείο Θέρμαι Σύλλα περιλαμβάνει ένα από τα πιο γνωστά spa της Ευρώπης. Με σύγχρονες εγκαταστάσεις υδροθεραπείας προσφέρει ολοκληρωμένα ενεργητικά προγράμματα για την υγεία και την ομορφιά. Εδώ και χιλιάδες χρόνια τα ιαματικά νερά που αναβλύζουν από την πηγή Συλλά είναι ιδανικά για την ανακούφιση από το άγχος, τη χαλάρωση των μυών, την αποβολή τοξινών και την βελτίωση της κυκλοφορίας του αίματος. Παρέχει ανατολίτικο ατμόλουτρο ρασούλ, μια αρχαία θεραπεία που ολοκληρώνεται με πήλινγκ και επάλειψη του σώματος με μάσκα από φύκια ή θεραπευτικό χώμα. Το κρεμόλουτρο της Κλεοπάτρας είναι επίσης μία φροντίδα που δεν πρέπει να παραλειφτεί. Γενικά παρέχει λασποθεραπεία, εισπνοθεραπεία, λουτροθεραπεία, φυσιοθεραπεία, μασαζοθεραπεία, μασάζ ψιλής βροχής, kraxenofon και haybath.

3. ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

3.1. ΤΟ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ

Το μάνατζμεντ συνιστάται στις λειτουργίες του προγραμματισμού(planning), οργάνωσης (organizing), της διοίκησης ή διεύθυνσης των ανθρώπων (leading) και τον έλεγχο (controlling). Η άσκηση αυτών των λειτουργιών είναι απαραίτητη για την επίτευξη στόχων μέσω της αποτελεσματικής αξιοποίησης των διαθέσιμων πόρων. Είναι χρήσιμο να ορισθούν οι επιμέρους λειτουργίες τους.

Προγραμματισμός : Η λειτουργία αυτή περιλαμβάνει τον προσδιορισμό της κατάστασης και της θέσης της κοινωνικής οργάνωσης στο μέλλον, της πορείας που θα ακολουθήσει και των μέσων που θα χρειαστούν για να επιτευχθεί η επιθυμητή κατάσταση. Δηλαδή ο προγραμματισμός συνιστάται στον προσδιορισμό των στόχων, της στρατηγικής, των τακτικών, των ενεργειών και των μέσων που θα χρησιμοποιηθούν για την υλοποίηση των στόχων σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Οι Κοοντ και Ο' Donnell πολύ απλά ορίζουν τον προγραμματισμό ως την λειτουργία μέσω της οποίας γεφυρώνεται το χάσμα ή απόσταση μεταξύ του σημείου που βρίσκεται σήμερα το άτομο ή η κοινωνική οργάνωση και του σημείο στο οποίο θέλει να βρίσκεται στο μέλλον, αποφασίζοντας τι θα γίνει, πως θα γίνει, πότε θα γίνει και ποιος θα το κάνει.

Οργάνωση: Είναι η λειτουργία με βάση την οποία το συνολικό έργο που προσδιορίζεται στο προγραμματισμό διαιρείται σε επιμέρους εργασίες ή καθήκοντα(καταμερισμός εργασίας , θέσεις εργασίας). Αυτά ανατίθενται σε συγκεκριμένα άτομα (στελέχωση) και διαμορφώνονται οι σχέσεις μεταξύ αυτών (τμήματα, ιεραρχικά επίπεδα) όπως και μεταξύ των πόρων της κοινωνικής οργάνωσης ώστε να υπάρξει εκείνο το πλαίσιο μέσα στο οποίο οι ενέργειες και οι πόροι, συντονισμένα, θα κατευθύνονται αποτελεσματικά προς την υλοποίηση των στόχων.

Διεύθυνση: Είναι η λειτουργία μέσω της οποίας επηρεάζεται η συμπεριφορά του ανθρωπίνου παράγοντα (ηγεσία, εμπύχωση, ενθάρρυνση, υποκίνηση, καθοδήγηση)

έτσι ώστε κάθε άτομο ξεχωριστά ή αποτελεσματική ομαδική συνεργασία να έχει την διάθεση και την ικανότητα να συμβάλει αποτελεσματικά στην υλοποίηση των στόχων της οργάνωσης.

Έλεγχος: Είναι ο καθορισμός των προτύπων με βάση τα οποία θα μετρηθούν τα αποτελέσματα, η μέτρηση των αποτελεσμάτων, η σύγκριση τους με τους στόχους, ο εντοπισμός και η μέτρηση των αποκλίσεων μεταξύ στόχων και αποτελεσμάτων, η διάγνωση και η ανάλυση των αιτιών των τυχόν αποκλίσεων και ο καθορισμός διορθωτικών ενεργειών για την εξάλειψη των αιτιών των αποκλίσεων.

Στελέχωση: Η στελέχωση αποτελεί μια συγκεκριμένη λειτουργία που αφορά τον προγραμματισμό του ανθρωπίνου δυναμικού, στις προσλήψεις, στην εκπαίδευση, στην αξιολόγηση, στις αμοιβές και άλλες λειτουργίες που αφορούν ειδικά στη διοίκηση των ανθρωπίνων πόρων της επιχείρησης.

3.2. ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Το μάρκετινγκ (marketing) συνιστάται στην οργανωμένη προσπάθεια μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού να ικανοποιήσει τις ανάγκες αλλά και τις επιθυμίες των καταναλωτών. Προσπαθεί με κύριο εργαλείο την έρευνα αγοράς, να αντιστοιχίσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που παράγει με τον πελάτη –στόχο που τα χρειάζεται ή τα επιθυμεί ή ακόμα καλύτερα αφού κατανοήσει τις ανάγκες και τις επιθυμίες του, να κατασκευάσει τα αντίστοιχα προϊόντα / υπηρεσίες με τα χαρακτηριστικά και τις ιδιότητες που ο πελάτης επιθυμεί, να του τα γνωστοποιήσει (διαφήμιση και προώθηση), να τα καταστήσει διαθέσιμα μέσα από κανάλια διανομής (τα μαγαζιά και οι τοποθεσίες που αυτά είναι διαθέσιμα) στη τιμή που θα πρέπει αυτά να πωλούνται.

Ο βασικός στόχος του μάρκετινγκ, ειδικότερα όσον αφορά τα καταναλωτικά αγαθά, δηλαδή αυτά που απευθύνεται στους τελικούς καταναλωτές (και όχι σε άλλες επιχειρήσεις και οργανισμούς, όποτε και γίνεται λόγος για βιομηχανικά προϊόντα/ υπηρεσίες) είναι και οι επαναλαμβανόμενες πωλήσεις. Ειδικότερα τα στελέχη μάρκετινγκ μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού προσπαθούν να δημιουργήσουν μια

μακρόχρονη σχέση με τον πελάτη προσφέροντας υψηλή αξία στα προϊόντα τους, αξία υψηλότερη από τα αντίστοιχα προϊόντα του ανταγωνισμού. Μέσα από την υψηλότερη αυτή αξία επιτυγχάνεται το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της επιχείρησης, δηλαδή η υπεροχή της ίδιας και των προϊόντων της έναντι του ανταγωνισμού. Όλα τα παραπάνω με τη σειρά τους οδηγούν σε πιστότητα των πελατών και τελικά σε επαναλαμβανόμενες πωλήσεις των προϊόντων/ υπηρεσιών της επιχείρησης.

ΜΙΓΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Τα κύρια στοιχεία του μάρκετινγκ είναι τα λεγόμενα 4 P που προκύπτουν από τις αγγλικές λέξεις :product, price, place, promotion (δηλ προϊόν, τιμή, τόπος, προώθηση). Τα 4 P σχηματίζουν το μίγμα μάρκετινγκ (marketing mix).

ΠΡΟΙΟΝ: Αναλυτικότερα για το προϊόν, το στέλεχος του τμήματος μάρκετινγκ πρέπει να λάβει υπόψη του τα χαρακτηριστικά του, τις ιδιότητες του, την αξία που προσφέρει στον καταναλωτή τόσο χρηστική(δηλαδή με το χρήστη του προϊόντος) όσο και τη συναισθηματική (το στυλ και κύρος του προϊόντος)

ΤΙΜΗ : Όσο αφορά την τιμολόγηση αυτή πρέπει να είναι αντίστοιχη του προϊόντος, της ποιότητας κατασκευής του και της αξίας που προσφέρει στον καταναλωτή (τόσο χρηστική αξία όσο και συναισθηματική). Έτσι μπορεί ένα απλό αντικείμενο με πολύ μικρό κόστος κατασκευής, μεσαία ποιότητα και χωρίς μεγάλη χρησιμότητα.

ΔΙΑΝΟΜΗ : Τα κανάλια διανομής (τόπος) συνιστάται στην εξεύρεση των καταλλήλων σημείων πώλησης των προϊόντων ή των υπηρεσιών. Επίσης συνιστάται στη γεωγραφική κάλυψη που προσφέρουμε.

ΠΡΟΩΘΗΣΗ : Τέλος, η προώθηση ή αλλιώς το μίγμα προβολής και επικοινωνίας (ή μίγμα επικοινωνίας)συνιστάται στην διαφήμιση, προσωπική πώληση, προώθηση πωλήσεων και στις δημόσιες σχέσεις. Η διαφήμιση μπορεί να γίνει με πολλά μέσα για παράδειγμα τηλεόραση, αφίσες, περιοδικά και ραδιόφωνα.

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΜΙΓΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Πιο πρόσφατα τρία P έχουν προστεθεί στο μίγμα μάρκετινγκ: Processes (διαδικασίες), People (άνθρωποι), και Physical evidence (φυσικά αποδεικτικά στοιχεία).

ΑΝΘΡΩΠΟΙ : Όλοι οι άνθρωποι που ασχολούνται με την κατανάλωση μιας υπηρεσίας είναι σημαντικοί. Οι εργαζόμενοι, οι διευθυντές και οι καταναλωτές. Ορίζει επίσης την κατανομή της αγοράς κυρίως την δημογραφική κατανομή. Απευθύνεται σε συγκεκριμένη κατηγορία ανθρώπων για τους οποίους το προϊόν ή υπηρεσία είναι διαθέσιμη.

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ : Διαδικασίες, μηχανισμοί και η ροή των δραστηριοτήτων που είναι απαραίτητα για την χρήση των υπηρεσιών. Επίσης η <διαδικασία> αναφέρεται στο πως το προϊόν θα φτάσει στο τελικό χρήστη.

ΦΥΣΙΚΑ ΑΠΟΔΕΙΚΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ: Η στρατηγική θα πρέπει να περιλαμβάνει την αποτελεσματική επικοινωνία.

3.3. *MANAGEMENT KAI MARKETING ΣΤΑ SPA*

Η βιομηχανία των spa είναι μια πολύπλοκη βιομηχανία που αποτελείται από τμήματα. Τα τμήματα από τα οποία αποτελείται ένα spa εξαρτάται από το μέγεθος και τύπο του spa. Τα παρακάτω τμήματα είναι απαραίτητα για την επιτυχία του spa στην βιομηχανία. Όλα τα τμήματα σε ένα spa είναι απαραίτητο να λειτουργούν με το σωστό τρόπο και για να επιτευχθεί αυτό πρέπει να υπάρχει σωστό μάνατζμεντ. Το μάνατζμεντ περιλαμβάνει την διοίκηση ανθρώπων, την διοίκηση δεδομένων και την διοίκηση πραγμάτων που είναι απαραίτητα για την διατήρηση της φιλοσοφίας του μάνατζμεντ. Ο συνδυασμός των παραπάνω προσφέρουν επιτυχία στην επιχείρηση και ελάττωση των κινδύνων στην επιχείρηση. Το μάνατζμεντ περιλαμβάνει και λειτουργίες που πρέπει να αναφερθούν. Ο προγραμματισμός, η οργάνωση, η διεύθυνση και ο έλεγχος είναι απαραίτητα στην διαμόρφωση του πλάνου μάνατζμεντ. Τα spa που λειτουργούν μέσα σε ξενοδοχειακές μονάδες μπορούν να χρησιμοποιούν τα αντίστοιχα διοικητικά τμήματα του ξενοδοχείου για την διοίκηση του spa.

ΤΜΗΜΑ MARKETING

Η διοίκηση του τμήματος μάρκετινγκ εστιάζει πάνω σε τεχνικές μάρκετινγκ, την πρακτική τους χρήση και την διοίκηση των ενεργειών της επιχείρησης. Ο ρόλος του διευθυντή μάρκετινγκ ποικίλει ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης, την

κουλτούρα και την βιομηχανική περιοχή που βρίσκεται η επιχείρηση. Ο σκοπός του πρέπει να είναι αποδοτικός σε σχέση με το κόστος και πρέπει να έχει πλήρη κατανόηση της αγοράς. Υπάρχουν τέσσερα χαρακτηριστικά που πρέπει να ελέγχει ένας διευθυντής μάρκετινγκ για να πετύχει το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα. Τα κύρια στοιχεία του μάρκετινγκ είναι τα λεγόμενα 4 P που προκύπτουν από τις αγγλικές λέξεις :product, price, place, promotion (προϊόν, τιμή, τόπος, προώθηση). Τα 4 P σχηματίζουν το μίγμα μάρκετινγκ.

Το προϊόν μπορεί να αναφέρεται σε υλικό αγαθό όπως ένα αυτοκίνητο ή άυλο αγαθό όπως η βιομηχανία spa.

Η τιμή θα προσδιοριστεί από το διευθυντή μάρκετινγκ υπολογίζοντας το κόστος των υλικών, τους ανταγωνιστές, την ταυτότητα των προϊόντων και την προσδοκώμενη ποιότητα από το πελάτη.

Τα κανάλια διανομής (τόπος) είναι η διαδικασία με την οποία το προϊόν διαμοιράζεται στον καταναλωτή. Αυτό μπορεί να είναι μια φυσική τοποθεσία ή μια εικονική τοποθεσία στο διαδίκτυο.

Η προώθηση αναφέρεται σε διαφορετικά είδη επικοινωνίας που χρειάζονται για να πωληθεί ένα προϊόν. Αυτό περιλαμβάνει την διαφήμιση με την χρήση των MME, τηλεόραση, ραδιόφωνο, διαδίκτυο και εφημερίδες.

ΤΜΗΜΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Το τμήμα πωλήσεων είναι υπεύθυνο για τον καθορισμό σαφών στόχων για τις πωλήσεις των υπηρεσιών και προϊόντων της επιχείρησης. Στο τμήμα πωλήσεων περιλαμβάνονται η σωστή και καθαρή σκέψη, οι φιλοδοξίες, οι μελλοντικές σκέψεις και η σωστή προώθηση των υπηρεσιών της επιχείρησης. Το τμήμα πωλήσεων μέσα σε spa είναι απαραίτητο για την προώθηση προϊόντων spa και υπηρεσιών. Αυτό απαιτεί εξειδικευμένη γνώση για τα προϊόντα που χρησιμοποιούνται σε spa, πίστη στα προϊόντα και απαραίτητα πίστη στη φιλοσοφία των υπηρεσιών που προσφέρονται σε spa.

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΤΜΗΜΑ

Το λειτουργικό τμήμα είναι απαραίτητο για να λειτουργεί η επιχείρηση με το σωστό τρόπο. Αυτό περιλαμβάνει όλα τα στάδια της διαδικασίας της μετατροπής των

υλικών, της εργασίας και της ενέργειας σε τελικά προϊόντα και υπηρεσίες. Το spa είναι μια επιχείρηση που προσφέρει υπηρεσίες. Όταν ένας πελάτης επισκέπτεται ένα spa πρέπει να υπάρχει μια σειρά λειτουργιών που θα εξασφαλίσει την ομαλή λειτουργία του (από την είσοδο μέχρι να δεχτεί ο πελάτης την προγραμματισμένη περιποίηση και να γίνει ένας ικανοποιημένος πελάτης.) Παρόμοιες δραστηριότητες που περιλαμβάνει το λειτουργικό τμήμα είναι η διοίκηση αγορών, απογραφή εμπορευμάτων, σωστή αποθήκευση τροφίμων, λογιστικά και αξιολογήσεις.

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΤΜΗΜΑ

Η διοίκηση οικονομικών αφορά την διοικητική σπουδαιότητα των οικονομικών μεθόδων. Η διοίκηση των οικονομικών μιας επιχείρησης είναι υπεύθυνο για το μελλοντικό προγραμματισμό και την εξασφάλιση κερδών στην επιχείρηση. Τα οικονομικά στοιχεία περιλαμβάνονται υποχρεωτικά σε αυτό το πεδίο. Ο οικονομικός διευθυντής είναι υποχρεωμένος να επιθεωρεί και να παίρνει όλα τα δεδομένα υπόψη του για να μπορεί να κρίνει το παρόν και το μέλλον της επιχείρησης. Η διαδικασία της διοίκησης των οικονομικών σχετίζεται με τον οικονομικό προγραμματισμό, τον οικονομικό έλεγχο και την λήψη αποφάσεων για τα οικονομικά της επιχείρησης. Ο οικονομικός προγραμματισμός αναζητάει τις οικονομικές πηγές που θα βοηθήσουν την επιχείρηση να προγραμματίσει το μέγεθος και την χρονική στιγμή κάθε οικονομικής δραστηριότητας. Ο οικονομικός έλεγχος παρακολουθεί τη ροή μετρητών για να βλέπει το κέρδος της επιχείρησης. Η λήψη αποφάσεων των οικονομικών αναφέρεται στις ορθές οικονομικές αποφάσεων του οικονομικού διευθυντή. Η οικονομική διοίκηση σε μια επιχείρηση απαιτεί από τον διευθυντή οικονομικών την ικανότητα να ερμηνεύει τον οικονομικό απολογισμό της επιχείρησης όπως το κέρδος και την ζημία της επιχείρησης, την έκθεση της ροής των μετρητών και την αξιολόγηση ισολογισμών της επιχείρησης.

ΤΜΗΜΑ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ

Το τμήμα ανθρωπίνου δυναμικού περιλαμβάνει την συνεισφορά των υπαλλήλων στους στόχους της επιχείρησης. Περιγράφει την διοίκηση προσωπικού σε επιχειρήσεις. Περιλαμβάνει τη πρόσληψη ατόμων και παράλληλα τους βοηθάει να αναπτύξουν τις δυνάμεις τους και να διατηρήσουν το επίπεδο δέσμευσης τους. Επιβραβεύει τους υπαλλήλους που υπερβαίνουν το προσδοκώμενο αποτέλεσμα, προσηλώνονται στους στόχους της επιχείρησης και είναι πιστοί στις απαιτήσεις της

επιχείρησης. Αυτός ο τομέας υποστηρίζει τους υπαλλήλους να δουλεύουν αρμονικά με τους διευθυντές. Ο υπάλληλος θεωρείται ένα ανεξάρτητο άτομο με στόχους και είναι βασικό συστατικό για την επιτυχία της επιχείρησης. Το τμήμα ανθρωπίνου δυναμικού βοηθάει τους υπαλλήλους να κατανοήσουν τους στόχους της επιχείρησης και τους προσφέρουν σημαντικές οδηγίες για το πώς θα τους επιτύχουν. Αυτό λέγεται ότι είναι υπεύθυνο για την ελάττωση κινδύνων στην επιχείρηση. Ο διευθυντής ανθρωπίνου δυναμικού πρέπει να καθοδηγεί, να παρέχει όραμα και να διευθετεί στόχους στους υπαλλήλους της επιχείρησης. Πρέπει να είναι παραδειγματικός στην δουλειά του και πώς φέρεται στους υπαλλήλους του. Η πρόοδος των εργαζομένων πρέπει να είναι ομαλή και να υπάρχει πρόκληση από την διεύθυνση να διατηρείται σε υψηλά επίπεδα. Ο διευθυντής ανθρωπίνου δυναμικού πρέπει να προσφέρει πολύτιμες πληροφορίες στους υπαλλήλους για την επιτυχημένη διαχείριση της επιχείρησης και να δημιουργεί ένα περιβάλλον όπου οι υπάλληλοι μπορούν να συμμετέχουν σε αποφάσεις για να διατηρούν το κίνητρο τους. Πρέπει να ενθαρρύνει τους υπαλλήλους του για να βελτιώνεται η επίδοση του και να εξασφαλίσει ένα ασφαλές περιβάλλον για όλους τους εργαζόμενους.

Στη βιομηχανία των spa το τμήμα ανθρωπίνου δυναμικού είναι πολύ σημαντικό και το σωστό μάνατζμεντ είναι απαραίτητο. Ο διευθυντής και οι υπάλληλοι που εργάζονται σε ένα spa πρέπει να έχουν άριστη επικοινωνία μεταξύ τους. Συμβουλές από το διευθυντή σε μια πολύπλοκη επιχείρηση όπως τα spa είναι απαραίτητο. Ο διευθυντής πρέπει να καθοδηγεί τους υπαλλήλους και να χρησιμοποιεί τους στόχους της επιχείρησης ως βασικό τους κίνητρο. Η ποιότητα των υπηρεσιών θα καλυτερέψει και οι πελάτες θα είναι περισσότερο ικανοποιημένοι. Το τμήμα ανθρωπίνου δυναμικού περιλαμβάνει επίσης την καταγραφή και διατήρηση των πληροφοριών από πελάτες της επιχείρησης. Αυτό βοηθάει σημαντικά τον διευθυντή να κατανοήσει τα αδύνατα και δυνατά σημεία της επιχείρησης. Τέλος, το τμήμα ανθρωπίνου δυναμικού περιλαμβάνει το σωστό τρόπο που επιλέγονται οι υπάλληλοι της επιχείρησης. Όταν επιλεγεί ο καλύτερος για τη θέση πρέπει να αξιολογείται συνέχεια από υψηλότερα στελέχη και να παρακολουθεί σεμινάρια για να ενημερώνεται για νέα πράγματα.

4. ΕΡΕΥΝΑ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ

4.1. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΚΕΝΤΡΟ SPA: ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ

ΩΡΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ

ΤΟ SPA ΠΑΡΑΜΕΝΕΙ ΑΝΟΙΧΤΟ ΟΛΟ ΤΟ ΧΡΟΝΟ ΝΑΙ..... ΟΧΙ.....

ΠΟΣΑ ΤΕΤΡΑΓΩΝΙΚΑ ΜΕΤΡΑ ΚΑΛΥΠΤΕΙ Ο ΧΩΡΟΣ ΤΟΥ SPA

ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΚΥΡΙΟΣ ΛΟΓΟΣ ΠΟΥ ΕΠΙΣΚΕΠΤΟΝΤΑΙ ΤΟ SPA

- ΧΑΛΑΡΩΣΗ
- ΥΓΕΙΑ
- ΚΑΛΛΩΠΙΣΜΟΣ
- ΑΛΛΟ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ SPA

ΠΟΣΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΔΙΑΘΕΤΕΙ ΤΟ SPA

.....

ΠΟΙΟ ΣΕ ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΡΑΜΜΕΣ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ

.....

.....

ΥΠΑΡΧΕΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΟΥ ΚΑΘΟΡΙΖΕΙ ΤΗΝ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΟΥ SPA
ΝΑΙ..... ΟΧΙ.....

ΑΝ ΝΑΙ ΠΟΙΟ ΕΙΝΑΙ ΑΥΤΟ

ΠΕΛΑΤΕΙΑ

ΣΥΝΘΕΣΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΣ

- ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ/ΔΙΑΜΕΝΟΝΤΕΣ ΠΕΛΑΤΕΣ%
- ΤΟΠΙΚΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑ%

ΠΟΣΑ ΑΤΟΜΑ ΚΑΤΑ ΜΕΣΟ ΟΡΟ ΗΜΕΡΗΣΙΩΣ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝ ΤΟ SPA

.....

ΓΥΝΑΙΚΕΣ%

ΑΝΤΡΕΣ%

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ

Η ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΟΥ SPA ΓΙΝΕΤΑΙ ΑΠΟ ΤΟ ΓΕΝΙΚΟ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΤΟΥ
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ Η ΑΠΟ ΕΙΔΙΚΟ SPA MANAGER

ΤΑ ΤΜΗΜΑΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥ SPA ΕΙΝΑΙ ΧΩΡΙΣΤΑ ΑΠΟ ΤΑ
ΤΜΗΜΑΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ ΝΑΙ..... ΟΧΙ.....

ΚΑΘΕ ΤΜΗΜΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΕΧΕΙ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΝΑΙ..... ΟΧΙ.....

ΑΝ ΟΧΙ ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ

ΕΚΤΟΣ ΑΠΟ ΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ SPA-ΘΑΛΑΣΣΟΘΕΡΑΠΕΙΑΣ ΤΙ ΑΛΛΕΣ
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ

.....

.....

.....
.....

ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΑΤΟΜΑ

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΑΝΑ ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

- ΛΥΚΕΙΟ
- Ι.Ε.Κ
- ΤΕΙ/ΑΕΙ
- ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ

ΤΑ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΑΤΟΜΑ ΕΜΠΛΟΥΤΙΖΟΥΝ ΤΙΣ ΓΝΩΣΕΙΣ ΤΟΥΣ ΜΕ ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ ΝΑΙ..... ΟΧΙ.....

ΥΠΑΡΧΕΙ ΣΥΝΕΧΗ ΚΑΘΟΔΗΓΗΣΗ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΝΑΙ..... ΟΧΙ.....

ΟΤΑΝ ΕΝΑΣ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΟΣ ΞΕΠΕΡΝΑΕΙ ΤΙΣ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΤΗΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗΣ ΥΠΑΡΧΕΙ ΕΠΙΒΡΑΔΕΥΣΗ ΝΑΙ..... ΟΧΙ.....

ΔΙΟΙΚΗΣΗ

ΜΕ ΠΟΙΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΕΓΟΝΤΑΙ ΤΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΣΤΟ SPA

- ΤΟΠΟ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ
- ΤΙΜΗ
- ΜΑΡΚΑ
- ΠΟΙΟΤΗΤΑ
- ΑΛΛΟ

ΤΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΗΝ ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ ΤΟΥ SPA ΝΑΙ..... ΟΧΙ.....

ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΚΑΘΟΡΙΖΟΥΝ ΤΗΝ ΤΙΜΗ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΟΝΤΑΙ ΣΤΟ SPA

.....
.....

ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΣΡΑ ΠΟΣΟ ΣΥΝΕΙΣΦΕΡΟΥΝ ΣΤΟ ΓΕΝΙΚΟ
ΚΕΡΔΟΣ ΤΟΥ ΣΡΑ

.....
.....

ΜΕ ΠΟΙΟΥΣ ΤΡΟΠΟΥΣ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ Η ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΤΟΥ ΣΡΑ

- ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ
- ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
- ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
- ΦΥΛΛΑΔΙΟ
- ΑΛΛΟ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ

4.2. ΧΩΡΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΝΟΜΟΥ ΛΑΣΙΘΙΟΥ

Στον Πίνακα 4-6 παρουσιάζονται το ξενοδοχειακό δυναμικό του νομού Λασιθίου καθώς και της περιφέρειας Κρήτης, σύμφωνα με την Μελέτη Τουριστικής Ανάπτυξης Περιφέρειας Κρήτης του ΕΟΤ.

Πίνακας 4-6: Ξενοδοχειακό δυναμικό νομού Λασιθίου και περιφέρειας Κρήτης.

		ΑΑ	Α	Β	Γ	Δ	Ε	Σύνολο
Ν. Λασιθίου	Μονάδες	9	39	41	119	24	13	245
	Δωμάτια	1540	3503	1976	3411	342	109	10881
	Κλίνες	2904	6809	3766	6200	615	212	20506
Περιφέρεια Κρήτης	Μονάδες	21	188	290	728	105	49	1381
	Δωμάτια	5090	21254	15434	21898	1999	736	66411
	Κλίνες	10046	40383	29246	39973	3679	1457	124784

Πηγή: ΕΟΤ, 2003

4.3. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Η πτυχιακή μου εργασία διερευνά τις παραμέτρους των πτυχών του μανάτζμεντ και μάρκετινγκ των ξενοδοχειακών spa στο νομό Λασιθίου με απώτερο σκοπό την διατύπωση προτύπων.

Η θεωρία των spa και ο ορισμός μανάτζμεντ και μάρκετινγκ ορίζουν τα τμήματα λειτουργίας που είναι απαραίτητα για την λειτουργία του ξενοδοχειακού spa.

Τα τμήματα λειτουργίας αναφέρονται ως εξής: τμήμα μάρκετινγκ, τμήμα πωλήσεων, λειτουργικό τμήμα, οικονομικό τμήμα και τμήμα ανθρωπίνου δυναμικού που κάθε τμήμα υπογραμμίζει απαραίτητες λειτουργίες και ενέργειες στην εκάστοτε επιχείρηση. Στα ξενοδοχειακά spa πολύ συχνά τα λειτουργικά τμήματα βρίσκονται στη κεντρική διοίκηση του ξενοδοχείου.

Μελετώντας τα τμήματα λειτουργιών στα ξενοδοχειακά spa διατύπωσα ένα ερωτηματολόγιο που καλύπτει τα κύρια στοιχεία και τις λειτουργίες διοίκησης που εφαρμόζονται στα ξενοδοχειακά spa με σκοπό να κατανοήσω την διοίκηση τους και να διατυπώσω πρότυπα.

Το ερωτηματολόγιο απαντήθηκε από 5 επιχειρήσεις στο νομό Λασιθίου. Το Elounda Beach, Porto Elounda και Gran Melia που είναι επιχειρήσεις 5 αστέρων και το Sissy bay και το Mistral hotel που είναι επιχειρήσεις 4 αστέρων. Στο επόμενο κεφάλαιο θα αναλυθούν τα στοιχεία.

ΕΛΟΥΝΔΑ ΒΕΑΧ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ



ΚΕΝΤΡΟ SPA: ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ 10

ΩΡΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ 10:00 – 20:00

ΤΟ SPA ΠΑΡΑΜΕΝΕΙ ΑΝΟΙΧΤΟ ΟΛΟ ΤΟ ΧΡΟΝΟ ΝΑΙ..... ΟΧΙ [ΑΠΡΙΛΙΟ - ΟΚΤΩΒΡΙΟ](#)

ΠΟΣΑ ΤΕΤΡΑΓΩΝΙΚΑ ΜΕΤΡΑ ΚΑΛΥΨΤΕΙ Ο ΧΩΡΟΣ ΤΟΥ SPA [ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΣ ΧΩΡΟΣ: 830 μ2](#)

[ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΣ ΧΩΡΟΣ: 490 μ2](#)

ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΚΥΡΙΟΣ ΛΟΓΟΣ ΠΟΥ ΕΠΙΣΚΕΠΤΟΝΤΑΙ ΤΟ SPA

ΧΑΛΑΡΩΣΗ



ΥΓΕΙΑ



ΚΑΛΛΩΠΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑ



ΑΛΛΟ

[ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ – ΥΔΡΟΘΕΡΑΠΕΙΑ - ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ](#)

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ SPA

ΠΟΣΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΔΙΑΘΕΤΕΙ ΤΟ SPA [5 ΤΜΗΜΑΤΑ / 30 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ](#)

ΠΟΙΟ ΣΕ ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΡΑΜΜΕΣ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ

[AESTHETIC BIONTOLOGY Dpt. – ENERGETIC BEAUTY TREATMENTS](#)

ΥΠΑΡΧΕΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΟΥ ΚΑΘΟΡΙΖΕΙ ΤΗΝ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΟΥ SPA: **ΝΑΙ**
ΑΝ ΝΑΙ ΠΟΙΟ ΕΙΝΑΙ ΑΥΤΟ: **ΘΕΡΑΠΕΙΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ “HENRIE CHENOT”**

ΠΕΛΑΤΕΙΑ

ΣΥΝΘΕΣΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΣ

- ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ/ΔΙΑΜΕΝΟΝΤΕΣ ΠΕΛΑΤΕΣ **100%**
- ΤΟΠΙΚΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑ

ΠΟΣΑ ΑΤΟΜΑ ΚΑΤΑ ΜΕΣΟ ΟΡΟ ΗΜΕΡΗΣΙΩΣ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝ ΤΟ SPA
20-30 ΧΑΜΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟ / 55-75 ΥΨΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟ

ΓΥΝΑΙΚΕΣ **94 %**
ΑΝΤΡΕΣ **6 %**

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ

Η ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΟΥ SPA ΓΙΝΕΤΑΙ ΑΠΟ ΤΟ ΓΕΝΙΚΟ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΤΟΥ
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ Η ΑΠΟ ΕΙΔΙΚΟ SPA MANAGER **SPA MANAGER**

ΤΑ ΤΜΗΜΑΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥ SPA ΕΙΝΑΙ ΧΩΡΙΣΤΑ ΑΠΟ ΤΑ ΤΜΗΜΑΤΑ
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ **ΟΧΙ ✓**

ΚΑΘΕ ΤΜΗΜΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΕΧΕΙ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ **ΝΑΙ ✓**

ΑΝ ΟΧΙ ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ

ΕΚΤΟΣ ΑΠΟ ΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ SPA-ΘΑΛΑΣΣΟΘΕΡΑΠΕΙΑΣ ΤΙ ΑΛΛΕΣ
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ
ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ – ΥΔΡΟΘΕΡΑΠΕΙΑ - ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ

ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΑΤΟΜΑ **12-14**

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΑΝΑ ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

- ΛΥΚΕΙΟ
- Ι.Ε.Κ ... **✓**....
- ΤΕΙ/ΑΕΙ **✓**.
- ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ... **✓**...

ΤΑ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΑΤΟΜΑ ΕΜΠΛΟΥΤΙΖΟΥΝ ΤΙΣ ΓΝΩΣΕΙΣ ΤΟΥΣ ΜΕ ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ

ΝΑΙ ✓

ΥΠΑΡΧΕΙ ΣΥΝΕΧΗΣ ΚΑΘΟΔΗΓΗΣΗ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΝΑΙ ✓

ΟΤΑΝ ΕΝΑΣ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΟΣ ΞΕΠΕΡΝΑΕΙ ΤΙΣ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΤΗΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗΣ ΥΠΑΡΧΕΙ ΕΠΙΒΡΑΔΕΥΣΗ ΝΑΙ **ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ**

ΔΙΟΙΚΗΣΗ

ΜΕ ΠΟΙΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΕΓΟΝΤΑΙ ΤΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΣΤΟ ΣΡΑ

- ΤΟΠΟ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ
- ΤΙΜΗ
- ΜΑΡΚΑ
- ΠΟΙΟΤΗΤΑ
- ΑΛΛΟ **ΜΗΤΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΣΡΑ**

ΤΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΗΝ ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ ΤΟΥ ΣΡΑ ΝΑΙ ✓

ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΚΑΘΟΡΙΖΟΥΝ ΤΗΝ ΤΙΜΗ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΟΝΤΑΙ ΣΤΟ ΣΡΑ

- **ΠΕΡΙΒΑΛΛΩΝ ΧΩΡΟΣ**
- **ΜΕΙΓΜΑ ΠΕΛΑΤΕΙΑΣ**
- **ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ**
- **ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ**

ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΣΡΑ ΠΟΣΟ ΣΥΝΕΙΣΦΕΡΟΥΝ ΣΤΟ ΓΕΝΙΚΟ ΚΕΡΔΟΣ ΤΟΥ ΣΡΑ 20% **ΝΑΙ**

ΜΕ ΠΟΙΟΥΣ ΤΡΟΠΟΥΣ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ Η ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΤΟΥ ΣΡΑ

- ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ✓
- ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
- ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
- ΦΥΛΛΑΔΙΟ ✓
- ΑΛΛΟ
 1. **ΜΕ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ MARKETING**
 2. **ΓΡΑΦΕΙΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΩΝ**
 3. **DIRECT MAILING**

ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ

GRAN MELIA

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ



ΚΕΝΤΡΟ SPA: ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ Ένα (1)

ΩΡΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ 1000πμ-0800μμ

ΤΟ SPA ΠΑΡΑΜΕΝΕΙ ΑΝΟΙΧΤΟ ΟΛΟ ΤΟ ΧΡΟΝΟ Θερινή σαιζόν μόνο

ΠΟΣΑ ΤΕΤΡΑΓΩΝΙΚΑ ΜΕΤΡΑ ΚΑΛΥΠΤΕΙ Ο ΧΩΡΟΣ ΤΟΥ SPA 2500τμ

ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΚΥΡΙΟΣ ΛΟΓΟΣ ΠΟΥ ΕΠΙΣΚΕΠΤΟΝΤΑΙ ΤΟ SPA

- ΧΑΛΑΡΩΣΗ
- ΥΓΕΙΑ
- ΚΑΛΛΩΠΙΣΜΟΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ SPA

ΠΟΣΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΔΙΑΘΕΤΕΙ ΤΟ SPA Το Spa μπορεί να διαθέσει στους πελάτες του

Διάφορα προγράμματα υπηρεσιών ανάλογα με τις ανάγκες και τις απαιτήσεις τους. Οπότε δεν υπάρχει συγκεκριμένος αριθμός και περιορισμός ως προς τη διαθεσιμότητα τους.

ΠΟΙΟ ΣΕ ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΡΑΜΜΕΣ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ Συνήθως προτιμούνται προγράμματα χαλάρωσης και ευεξίας εφόσον το Spa βρίσκεται σε Resort ξενοδοχείο.

ΥΠΑΡΧΕΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΟΥ ΚΑΘΟΡΙΖΕΙ ΤΗΝ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΟΥ SPA

Όλα τα προγράμματα αντιπροσωπεύουν την ταυτότητα του Spa

ΑΝ ΝΑΙ ΠΟΙΟ ΕΙΝΑΙ ΑΥΤΟ

ΠΕΛΑΤΕΙΑ

ΣΥΝΘΕΣΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΣ

- ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ/ΔΙΑΜΕΝΟΝΤΕΣ ΠΕΛΑΤΕΣ 98%
- ΤΟΠΙΚΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑ 2%

ΠΟΣΑ ΑΤΟΜΑ ΚΑΤΑ ΜΕΣΟ ΟΡΟ ΗΜΕΡΗΣΙΩΣ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝ ΤΟ SPA 35-40

άτομα

ΓΥΝΑΙΚΕΣ	65%
ΑΝΤΡΕΣ	35%

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ

Η ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΟΥ SPA ΓΙΝΕΤΑΙ ΑΠΟ ΤΟ ΓΕΝΙΚΟ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ Η ΑΠΟ ΕΙΔΙΚΟ SPA MANAGER

Η κύρια διαχείριση γίνεται από ειδικό Spa Manager ο οποίος ενημερώνει τον γενικό διευθυντή του ξενοδοχείου για την πορεία του τμήματος.

ΤΑ ΤΜΗΜΑΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥ SPA ΕΙΝΑΙ ΧΩΡΙΣΤΑ ΑΠΟ ΤΑ ΤΜΗΜΑΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ

Το Spa είναι ένα ιδιαίτερο τμήμα του ξενοδοχείου που όμως δεν παύει να αποτελεί κομμάτι του. Είναι χωριστά αλλά συμβαδίζει με την εν γένει φιλοσοφία του ξενοδοχείου

ΚΑΘΕ ΤΜΗΜΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΕΧΕΙ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΝΑΙ..... ΟΧΙ.....

Κάθε τμήμα του Spa έχει υπεύθυνο τμήματος ο οποίος αναφέρεται στον διευθυντή του Spa

ΑΝ ΟΧΙ ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ

ΕΚΤΟΣ ΑΠΟ ΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ SPA-ΘΑΛΑΣΣΟΘΕΡΑΠΕΙΑΣ ΤΙ ΑΛΛΕΣ
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ

Προσφέρει υπηρεσίες προσώπου, σώματος, διάφορα μασάζ, απολεπίσεις, περιδέσεις,
υπηρεσίες κομμωτηρίου και μανικιούρ πεντικιούρ.

.....
.....
.....

ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΑΤΟΜΑ 7

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΑΝΑ ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

- ΤΕΙ/ΑΕΙ
- ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ

ΤΑ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΑΤΟΜΑ ΕΜΠΛΟΥΤΙΖΟΥΝ ΤΙΣ ΓΝΩΣΕΙΣ ΤΟΥΣ ΜΕ
ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ ΝΑΙ

ΥΠΑΡΧΕΙ ΣΥΝΕΧΗ ΚΑΘΟΔΗΓΗΣΗ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΝΑΙ

ΟΤΑΝ ΕΝΑΣ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΟΣ ΞΕΠΕΡΝΑΕΙ ΤΙΣ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΤΗΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗΣ ΥΠΑΡΧΕΙ ΕΠΙΒΡΑΔΕΥΣΗ ΝΑΙ

ΔΙΟΙΚΗΣΗ

ΜΕ ΠΟΙΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΕΓΟΝΤΑΙ ΤΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ
ΣΤΟ SPA

ΠΟΙΟΤΗΤΑ

ΤΙΜΗ

ΜΑΡΚΑ

ΤΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΗΝ ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ ΤΟΥ SPA ΝΑΙ

ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΚΑΘΟΡΙΖΟΥΝ ΤΗΝ ΤΙΜΗ
ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΟΝΤΑΙ ΣΤΟ SPA

Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ, Η ΥΠΟΔΟΜΗ ΤΩΝ ΧΩΡΩΝ, Η ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ, ΤΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ

ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ SPA ΠΟΣΟ ΣΥΝΕΙΣΦΕΡΟΥΝ ΣΤΟ ΓΕΝΙΚΟ ΚΕΡΔΟΣ ΤΟΥ SPA

ΠΕΡΙΠΟΥ ΣΤΟ 20%

ΜΕ ΠΟΙΟΥΣ ΤΡΟΠΟΥΣ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ Η ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΤΟΥ SPA

- ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ...N.....
- ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
- ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
- ΦΥΛΛΑΔΙΟ ...N.....
- ΑΛΛΟ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ

MISTRAL HOTEL

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ



ΚΕΝΤΡΟ SPA: ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ5.....

ΩΡΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ...10-6.....

ΤΟ SPA ΠΑΡΑΜΕΝΕΙ ΑΝΟΙΧΤΟ ΟΛΟ ΤΟ ΟΧΙ..... Καλοκαιρινή σεζόν

ΠΟΣΑ ΤΕΤΡΑΓΩΝΙΚΑ ΜΕΤΡΑ ΚΑΛΥΠΤΕΙ Ο ΧΩΡΟΣ ΤΟΥ SPA150..

ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΚΥΡΙΟΣ ΛΟΓΟΣ ΠΟΥ ΕΠΙΣΚΕΠΤΟΝΤΑΙ ΤΟ SPA

- ΧΑΛΑΡΩΣΗ
- Γυμναστήριο

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ SPA

ΠΟΣΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΔΙΑΘΕΤΕΙ ΤΟ SPA5.....

ΠΟΙΟ ΣΕ ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΡΑΜΜΕΣ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙμασάζ
προσώπου.....

.....

ΥΠΑΡΧΕΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΟΥ ΚΑΘΟΡΙΖΕΙ ΤΗΝ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΟΥ SPA ΟΧΙ.....

ΑΝ ΝΑΙ ΠΟΙΟ ΕΙΝΑΙ ΑΥΤΟ

ΠΕΛΑΤΕΙΑ

ΣΥΝΘΕΣΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΣ

- ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ/ΔΙΑΜΕΝΟΝΤΕΣ ΠΕΛΑΤΕΣ100.....%
- ΤΟΠΙΚΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑ%

ΠΟΣΑ ΑΤΟΜΑ ΚΑΤΑ ΜΕΣΟ ΟΡΟ ΗΜΕΡΗΣΙΩΣ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝ ΤΟ SPA

.....40-60.....

ΓΥΝΑΙΚΕΣ80.....%

ΑΝΤΡΕΣ20.....%

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ

Η ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΟΥ SPA ΓΙΝΕΤΑΙ ΑΠΟ ΤΟ ΓΕΝΙΚΟ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ.....

ΤΑ ΤΜΗΜΑΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥ SPA ΕΙΝΑΙ ΧΩΡΙΣΤΑ ΑΠΟ ΤΑ ΤΜΗΜΑΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ ΟΧΙ.....

ΚΑΘΕ ΤΜΗΜΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΕΧΕΙ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΟΧΙ.....

ΑΝ ΟΧΙ ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣΓ Δ...

ΕΚΤΟΣ ΑΠΟ ΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ SPA-ΘΑΛΑΣΣΟΘΕΡΑΠΕΙΑΣ ΤΙ ΑΛΛΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ

.....γυμναστήριο.....

.....

.....

ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΑΤΟΜΑ ...4.....

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΑΝΑ ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

- Ι.Ε.Κ
- ΤΕΙ/ΑΕΙ

ΤΑ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΑΤΟΜΑ ΕΜΠΛΟΥΤΙΖΟΥΝ ΤΙΣ ΓΝΩΣΕΙΣ ΤΟΥΣ ΜΕ ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ ΝΑΙ..... ΥΠΑΡΧΕΙ ΣΥΝΕΧΗ ΚΑΘΟΔΗΓΗΣΗ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΝΑΙ.....

ΟΤΑΝ ΕΝΑΣ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΟΣ ΞΕΠΕΡΝΑΕΙ ΤΙΣ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΤΗΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗΣ ΥΠΑΡΧΕΙ ΕΠΙΒΡΑΔΕΥΣΗ ΝΑΙ.....

ΔΙΟΙΚΗΣΗ

ΜΕ ΠΟΙΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΕΓΟΝΤΑΙ ΤΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΣΤΟ SPA

- ΤΙΜΗ
- ΠΟΙΟΤΗΤΑ

ΤΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΗΝ ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ ΤΟΥ SPA ΟΧΙ.....

ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΚΑΘΟΡΙΖΟΥΝ ΤΗΝ ΤΙΜΗ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΟΝΤΑΙ ΣΤΟ SPA

..... σύνθεση πελατείας, αριθμός προγραμμάτων
.....

ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ SPA ΠΟΣΟ ΣΥΝΕΙΣΦΕΡΟΥΝ ΣΤΟ ΓΕΝΙΚΟ ΚΕΡΔΟΣ ΤΟΥ SPA

.....
.....5%.....

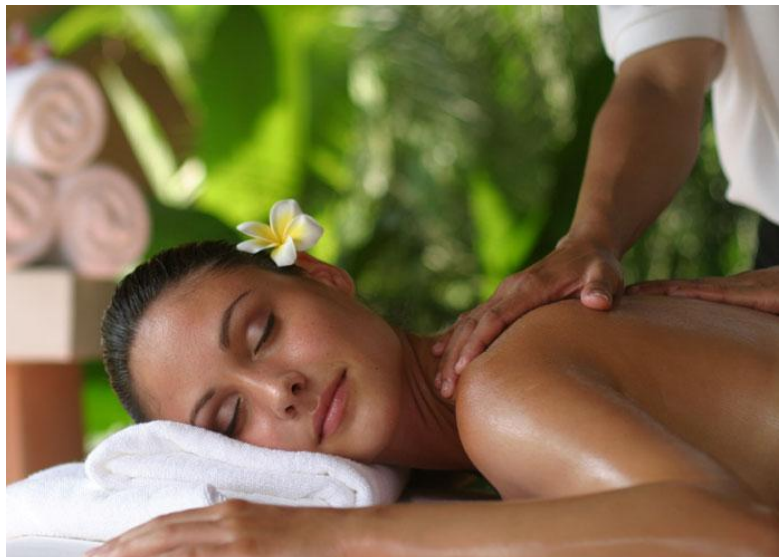
ΜΕ ΠΟΙΟΥΣ ΤΡΟΠΟΥΣ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ Η ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΤΟΥ SPA

- ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟN.....
- ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
- ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
- ΦΥΛΛΑΔΙΟN.....
- ΑΛΛΟ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ

SISSY BAY

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ



ΚΕΝΤΡΟ SPA: ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ4....

ΩΡΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ10-6

ΤΟ SPA ΠΑΡΑΜΕΝΕΙ ΑΝΟΙΧΤΟ ΟΛΟ ΤΟ ΧΡΟΝΟ ΟΧΙ..... Απρίλιος-Οκτώβριος

ΠΟΣΑ ΤΕΤΡΑΓΩΝΙΚΑ ΜΕΤΡΑ ΚΑΛΥΨΤΕΙ Ο ΧΩΡΟΣ ΤΟΥ SPA200..

ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΚΥΡΙΟΣ ΛΟΓΟΣ ΠΟΥ ΕΠΙΣΚΕΠΤΟΝΤΑΙ ΤΟ SPA

- ΧΑΛΑΡΩΣΗ
- ΚΑΛΛΩΠΙΣΜΟΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ SPA

ΠΟΣΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΔΙΑΘΕΤΕΙ ΤΟ SPA
.....10.....

ΠΟΙΟ ΣΕ ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΡΑΜΜΕΣ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙχαλαρωτικό
μασαζ.....

ΥΠΑΡΧΕΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΟΥ ΚΑΘΟΡΙΖΕΙ ΤΗΝ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΟΥ SPA ΟΧΙ.....

ΑΝ ΝΑΙ ΠΟΙΟ ΕΙΝΑΙ ΑΥΤΟ

ΠΕΛΑΤΕΙΑ

ΣΥΝΘΕΣΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΣ

- ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ/ΔΙΑΜΕΝΟΝΤΕΣ ΠΕΛΑΤΕΣ90.....%
- ΤΟΠΙΚΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑ10.....%

ΠΟΣΑ ΑΤΟΜΑ ΚΑΤΑ ΜΕΣΟ ΟΡΟ ΗΜΕΡΗΣΙΩΣ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝ ΤΟ SPA

.....30-50.....

ΓΥΝΑΙΚΕΣ95.....%

ΑΝΤΡΕΣ5.....%

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ

Η ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΟΥ SPA ΓΙΝΕΤΑΙ ΑΠΟ ΤΟ ΓΕΝΙΚΟ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΤΟΥ
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ

ΤΑ ΤΜΗΜΑΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥ SPA ΕΙΝΑΙ ΧΩΡΙΣΤΑ ΑΠΟ ΤΑ ΤΜΗΜΑΤΑ
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ ΟΧΙ.....

ΚΑΘΕ ΤΜΗΜΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΕΧΕΙ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΟΧΙ.....

ΑΝ ΟΧΙ ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ...Γεν Δ.....

ΕΚΤΟΣ ΑΠΟ ΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ SPA-ΘΑΛΑΣΣΟΘΕΡΑΠΕΙΑΣ ΤΙ ΑΛΛΕΣ
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ

.....Γυμναστήριο.....
.....
.....

ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΑΤΟΜΑ4..

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΑΝΑ ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

- Ι.Ε.Κ
- ΤΕΙ/ΑΕΙ

ΤΑ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΑΤΟΜΑ ΕΜΠΛΟΥΤΙΖΟΥΝ ΤΙΣ ΓΝΩΣΕΙΣ ΤΟΥΣ ΜΕ ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ ΝΑΙ.....

ΥΠΑΡΧΕΙ ΣΥΝΕΧΗΣ ΚΑΘΟΔΗΓΗΣΗ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΝΑΙ.....

ΟΤΑΝ ΕΝΑΣ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΟΣ ΞΕΠΕΡΝΑΕΙ ΤΙΣ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΤΗΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗΣ ΥΠΑΡΧΕΙ ΕΠΙΒΡΑΔΕΥΣΗ ΝΑΙ.....

ΔΙΟΙΚΗΣΗ

ΜΕ ΠΟΙΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΕΓΟΝΤΑΙ ΤΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΣΤΟ SPA

- ΤΙΜΗ
- ΠΟΙΟΤΗΤΑ

ΤΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΗΝ ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ ΤΟΥ SPA ΟΧΙ.....

ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΚΑΘΟΡΙΖΟΥΝ ΤΗΝ ΤΙΜΗ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΟΝΤΑΙ ΣΤΟ SPA

.....Πελατεία, προγράμματα,
ειδίκευση.....

.....

ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ SPA ΠΟΣΟ ΣΥΝΕΙΣΦΕΡΟΥΝ ΣΤΟ ΓΕΝΙΚΟ ΚΕΡΔΟΣ ΤΟΥ SPA

.....

.....10%.....

ΜΕ ΠΟΙΟΥΣ ΤΡΟΠΟΥΣ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ Η ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΤΟΥ SPA

- ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ...v.....
- ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
- ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
- ΦΥΛΛΑΔΙΟv.....
- ΑΛΛΟ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ

PORTO ELOUNDA

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ



ΚΕΝΤΡΟ SPA: ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ5....

ΩΡΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ 09.00πμ-08.00μμ.....

ΤΟ SPA ΠΑΡΑΜΕΝΕΙ ΑΝΟΙΧΤΟ ΟΛΟ ΤΟ ΧΡΟΝΟ ΝΑΙ..... ΟΧΙ ...v...

ΠΟΣΑ ΤΕΤΡΑΓΩΝΙΚΑ ΜΕΤΡΑ ΚΑΛΥΨΤΕΙ Ο ΧΩΡΟΣ ΤΟΥ SPA 2500.....

ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΚΥΡΙΟΣ ΛΟΓΟΣ ΠΟΥ ΕΠΙΣΚΕΠΤΟΝΤΑΙ ΤΟ SPA

- ΧΑΛΑΡΩΣΗv.....
- ΥΓΕΙΑv.....
- ΚΑΛΛΩΠΙΣΜΟΣ ...v.....
- ΑΛΛΟ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ SPA

ΠΟΣΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΔΙΑΘΕΤΕΙ ΤΟ SPA
.....54.....

ΠΟΙΟ ΣΕ ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΡΑΜΜΕΣ ΠΡΟΤΙΜΑΤΑΙ

.....Six senses signature massage (πρόγραμμα καταπολέμησης
κυτταρίτιδας).....

..

ΥΠΑΡΧΕΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΟΥ ΚΑΘΟΡΙΖΕΙ ΤΗΝ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΟΥ SPA ΝΑΙ
.....v..... ΟΧΙ.....

ΑΝ ΝΑΙ ΠΟΙΟ ΕΙΝΑΙ ΑΥΤΟ ...4.....six senses signature massage, six senses signature
facial, six senses spa signature scrub, six senses signature wrap.....

ΠΕΛΑΤΕΙΑ

ΣΥΝΘΕΣΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΣ

- ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ/ΔΙΑΜΕΝΟΝΤΕΣ ΠΕΛΑΤΕΣ92.....%
- ΤΟΠΙΚΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑ8.....%

ΠΟΣΑ ΑΤΟΜΑ ΚΑΤΑ ΜΕΣΟ ΟΡΟ ΗΜΕΡΗΣΙΩΣ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝ ΤΟ SPA80-
100

ΓΥΝΑΙΚΕΣ95.....%

ΑΝΤΡΕΣ5.....%

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ

Η ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΟΥ SPA ΓΙΝΕΤΑΙ ΑΠΟ ΤΟ ΓΕΝΙΚΟ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΤΟΥ
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ Η ΑΠΟ ΕΙΔΙΚΟ SPA MANAGER ...spa manager.....

ΤΑ ΤΜΗΜΑΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥ SPA ΕΙΝΑΙ ΧΩΡΙΣΤΑ ΑΠΟ ΤΑ ΤΜΗΜΑΤΑ
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ ΝΑΙ..... ΟΧΙ ...v....

ΚΑΘΕ ΤΜΗΜΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΕΧΕΙ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΝΑΙ ...v... ΟΧΙ.....

ΑΝ ΟΧΙ ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ

ΕΚΤΟΣ ΑΠΟ ΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ SPA-ΘΑΛΑΣΣΟΘΕΡΑΠΕΙΑΣ ΤΙ ΑΛΛΕΣ
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ

.....προσφέρει κομμωτήριο, γυμναστήριο και υδροθεραπεία

.....

.....

.....

ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΑΤΟΜΑ ...14.....

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΑΝΑ ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

- ΛΥΚΕΙΟ
- Ι.Ε.Κv.
- ΤΕΙ/ΑΕΙ ...v.....
- ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ...v.....

ΤΑ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΑΤΟΜΑ ΕΜΠΛΟΥΤΙΖΟΥΝ ΤΙΣ ΓΝΩΣΕΙΣ ΤΟΥΣ ΜΕ
ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ ΝΑΙ ...v..... ΟΧΙ.....

ΥΠΑΡΧΕΙ ΣΥΝΕΧΗ ΚΑΘΟΔΗΓΗΣΗ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΣ ΑΠΟ ΤΟΝ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΝΑΙ
...v... ΟΧΙ.....

ΟΤΑΝ ΕΝΑΣ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΟΣ ΞΕΠΕΡΝΑΕΙ ΤΙΣ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΤΗΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗΣ ΥΠΑΡΧΕΙ ΕΠΙΒΡΑΔΕΥΣΗ ΝΑ ...v... ΟΧΙ..... επαγγελματική εξέλιξη

ΔΙΟΙΚΗΣΗ

ΜΕ ΠΟΙΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΕΓΟΝΤΑΙ ΤΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ
ΣΤΟ SPA

- ΤΟΠΟ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ
- ΤΙΜΗ
- ΜΑΡΚΑ ...v.....
- ΠΟΙΟΤΗΤΑ ...v.....
- ΑΛΛΟ

ΤΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΗΝ ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ ΤΟΥ SPA ΝΑΙ ...v... ΟΧΙ.....

ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΚΑΘΟΡΙΖΟΥΝ ΤΗΝ ΤΙΜΗ
ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΟΝΤΑΙ ΣΤΟ SPA

.....μείγμα πελατείας ,ανταγωνιστές, παρεχόμενες
υπηρεσίες, υποδομή χώρων

ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ SPA ΠΟΣΟ ΣΥΝΕΙΣΦΕΡΟΥΝ ΣΤΟ ΓΕΝΙΚΟ
ΚΕΡΔΟΣ ΤΟΥ SPA

.....15%.....

ΜΕ ΠΟΙΟΥΣ ΤΡΟΠΟΥΣ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΕΤΑΙ Η ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΤΟΥ SPA

- ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟv.....

- ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
- ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ
- ΦΥΛΛΑΔΙΟv.....
- ΑΛΛΟΣτρατηγικό marketing, direct mailing.....

ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ

5. ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

5.1. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

5.1.1. ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Στις απαντήσεις των ερωτηματολογίων παρατηρήθηκε ότι τα ξενοδοχειακά spa είναι ένα καινούργιο κομμάτι των ξενοδοχείων καθώς οι απαντήσεις του δείγματος spa κάλυπταν την τελευταία δεκαετία. Οι ώρες λειτουργίας είναι κοινές αλλά παρατηρείται ότι τα spa που είναι τοποθετημένα σε ξενοδοχεία πέντε αστέρων μένουν ανοιχτά δύο ώρες παραπάνω για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών τους. Τα spa δεν παραμένουν ανοιχτά όλο το χρόνο καθώς και τα πέντε spa της έρευνας είναι ανοιχτά Απρίλιο- Οκτώβριο (θερινή σεζόν). Αυτό δικαιολογείται από τον χαμηλό ποσοστό της τοπικής πελατείας τους που θα ήταν αδύνατο να συντηρηθούν τα λειτουργικά έξοδα τους αν παρέμεναν ανοιχτά κατά την διάρκεια του χειμώνα. Η επικρατέστερη απάντηση στην ερώτηση « ποιος είναι ο κύριος λόγος που επισκέπτονται το spa» είναι η χαλάρωση που απαντήθηκε από όλο το δείγμα . Από αυτό, συμπεραίνω ότι στο άκουσμα της φράσης « spa σε ξενοδοχείο» παραπέμπεται άμεσα η λέξη χαλάρωση. Τα ξενοδοχειακά spa πέντε αστέρων συγκαταλέγουν και την «υγεία», την «αισθητική» και τον «καλλωπισμό» στις επιλογές τους που συμπληρώνονται λόγω των ποικίλων θεραπειών που προσφέρονται προσπαθώντας να καλύψουν το μέγιστο των αναγκών των πελατών. Το μέγεθος των spa συμπεραίνω ότι είναι ανάλογο με την πολυτέλεια του ξενοδοχείου και αν το spa φέρει την επωνυμία εταιρίας franchising spa πρέπει να διατηρηθούν οι προδιαγραφές της μητρικής εταιρίας. Συνήθως τα πολυτελές ξενοδοχεία επενδύουν σε μεγάλες υποδομές spa για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών και την προσέλκυση περισσότερων πελατών- πελατών spa.

5.1.2. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ SPA

Στα προγράμματα spa παρατηρείται ότι ο αριθμός τους είναι μεγαλύτερος στα ξενοδοχεία πέντε αστέρων. Το Porto Elounda και το Elounda Beach διαθέτουν spa που ανήκουν σε εταιρίες franchising spa και τα προγράμματα τους είναι καθορισμένα σε αριθμό. Τα spa τοποθετημένα σε ξενοδοχεία τεσσάρων αστέρων έχουν περιορισμένα προγράμματα άλλα στοχεύουν στη χαλάρωση που είναι ο κύριος σκοπός των πελατών που επισκέπτονται ένα spa. Το Gran Melia προσφέρει ένα μεγάλο αριθμό προγραμμάτων ανάλογα με την ζήτηση και την προτίμηση των πελατών. Το πρόγραμμα που προτιμάται γενικά στα spa είναι προγράμματα χαλάρωσης. Στο six senses spa στο Porto Elounda προτιμάται το πρόγραμμα καταπολέμησης κυτταρίτιδας και τοπικού πάχους. Στο Elounda Beach προτιμάται το πρόγραμμα aesthetic biontology που βασίζεται σε ασιατική ιατρική μέθοδο καθώς το spa έχει περισσότερο θεραπευτικό χαρακτήρα. Προγράμματα που καθορίζουν την ταυτότητα των spa υπάρχουν στα αυτά τοποθετημένα στα ξενοδοχεία πέντε αστέρων όπου η φιλοσοφία τους διατηρείται από την μητρική εταιρία spa. Τα προϊόντα σε συνδυασμό με υπηρεσίες / θεραπείες που δεν μπορούν να βρεθούν αλλού καθορίζουν την ταυτότητα του.

5.1.3. ΠΕΛΑΤΕΙΑ

Η σύνθεση πελατείας των spa είναι κατά κύριο λόγο από τους διαμένοντες πελάτες. Το ποσοστό της τοπικής πελατείας σε όλα τα spa είναι πολύ χαμηλό. Στα spa που είναι τοποθετημένα στα ξενοδοχεία τεσσάρων αστέρων το ποσοστό αγγίζει το 10% που είναι το μεγαλύτερο ποσοστό. Αυτό δικαιολογείται από τις επισκέψεις των τοπικών κατοίκων στο γυμναστήριο των spa σε προσιτές τιμές. Οι γυναίκες σε μεγάλο ποσοστό επισκέπτονται συχνότερα τα spa από τους άντρες άλλα σύμφωνα με την διοίκηση η προσέλευση των άντρων τα τελευταία χρόνια έχει αυξηθεί αρκετά.

5.1.4. ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ

Στη λειτουργία τους spa παρατηρώ ότι τα spa στα ξενοδοχεία τεσσάρων αστέρων που είναι μικρότερα και δεν φέρουν επωνυμία εταιρείας, η διοίκηση γίνεται από το γενικό διευθυντή του ξενοδοχείου. Τα spa στα ξενοδοχεία πέντε αστέρων που είναι μεγαλύτερα και φέρουν την επωνυμία εταιρείας franchising έχουν ειδικό spa manager για την διοίκηση τους. Τα τμήματα λειτουργίας τους δεν είναι χωριστά από τα τμήματα λειτουργίας του ξενοδοχείου εκτός από την υποδοχή που λειτουργεί χωριστά στα spa τοποθετημένα στα ξενοδοχεία πέντε αστέρων. Στα ξενοδοχεία πέντε αστέρων κάθε τμήμα έχει χωριστό διευθυντή ενώ στα ξενοδοχεία τεσσάρων αστέρων κάθε τμήμα έχει προϊστάμενο άλλα υπεύθυνος κάθε τμήματος είναι ο γενικός διευθυντής. Εκτός από τα προγράμματα spa- θαλασσοθεραπείας όλα τα spa της έρευνας προσφέρουν γυμναστήριο ενώ τα spa σε ξενοδοχεία πέντε αστέρων προσφέρουν επίσης καλλυντικά, κομμωτήριο και υδροθεραπεία.

5.1.5. ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

Τα απασχολούμενα άτομα που χρειάζονται σε ένα ξενοδοχειακό spa συμπεραίνω ότι συνδέεται άμεσα με το μέγεθος του spa και τον αριθμό προσέλευσης πελατών. Το εκπαιδευτικό επίπεδο των εργαζομένων στα τμήματα διοίκησης ξεκινάει από ΙΕΚ μέχρι μεταπτυχιακό στα ξενοδοχεία πέντε αστέρων. Όλα τα spa της έρευνας ωθούν τα απασχολούμενα άτομα να εμπλουτίζουν τις γνώσεις τους με σεμινάρια. Σε όλα τα spa της έρευνας υπάρχει συνεχή καθοδήγηση και έλεγχος από τον διευθυντή όπως επίσης υπάρχει επιβράβευση στους εργαζομένους που ξεπερνάνε τις προσδοκίες της διεύθυνσης.

5.1.6. ΔΙΟΙΚΗΣΗ

Τα κριτήρια με τα οποία επιλέγονται τα προϊόντα που χρησιμοποιούνται στα spa είναι η ποιότητα, η τιμή και η μάρκα. Το spa στο Elounda Beach χρησιμοποιεί αποκλειστικά προϊόντα “ HENRIE CHENOT” που σχετίζονται με την φιλοσοφία του spa. Το Porto Elounda και το Gran Melia έχουν κύριο κριτήριο την ποιότητα και την μάρκα που σχετίζονται με την φιλοσοφία των spa. Το sissy bay spa και το Mistral hotel spa, έχουν κύρια κριτήρια την ποιότητα και την τιμή χωρίς να έχουν συγκεκριμένη ταυτότητα. Οι σημαντικότεροι παράγοντες που καθορίζουν την τιμή των υπηρεσιών που προσφέρονται στα spa τεσσάρων αστερών είναι η σύνθεση πελατείας, η ειδίκευση των εργαζομένων και ο αριθμός των προγραμμάτων. Στα spa πέντε αστερών προσθέτονται η ποιότητα των υπηρεσιών, η υποδομή των χώρων και οι παρεχόμενες υπηρεσίες. Οι πωλήσεις των προϊόντων συνεισφέρουν στο γενικό κέρδος 5-10 % στα spa τεσσάρων αστερών και υψηλότερα 15-20 % στα spa πέντε αστερών. Η διαφήμιση στα spa επιτυγχάνεται κυρίως με τοποθεσία στο διαδίκτυο. Αυτή η μέθοδος χρησιμοποιείται από όλο το δείγμα των spa όπως επίσης και το φυλλάδιο. Επιπλέον μεθόδους χρησιμοποιούν τα spa πέντε αστερών με στρατηγικό μάρκετινγκ, direct mailing και γραφεία πωλήσεων και αντιπροσώπων.

6. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

ΑΠΟΔΟΣΗ ΚΑΙ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ

Ένα spa πρέπει να συντάσσεται στη δομή, στο μανάτζμεντ και το μάρκετινγκ της ξενοδοχειακής μονάδας για την αύξηση των πιθανοτήτων κερδοφορίας του.

ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΤΑΛΛΗΛΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΟΥ SPA

Οι ξενοδοχειακές υπηρεσίες δεν έχουν καμία σχέση με την οργάνωση και λειτουργία ενός spa. Η επένδυση ενός spa σε μία ξενοδοχειακή μονάδα που θα είναι αποδοτική προϋποθέτει ένα εξειδικευμένο σύμβουλο spa (spa manager) που θα έχει εξειδικευμένες γνώσεις για το χώρο. Πιο συγκεκριμένα, θα γνωρίζει τον εξοπλισμό που θα χρειαστεί, θα διαμορφώσει το μενού των θεραπειών, θα κοστολογήσει τις θεραπείες, θα επιλέξει τα προϊόντα που θα χρησιμοποιηθούν και θα επιλέξει το κατάλληλο προσωπικό για το spa.

ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

Το προσωπικό πρέπει να έχει εξειδίκευση και γνώσεις στο αντικείμενο τους και να εμπλουτίζουν συχνά τις γνώσεις τους με σεμινάρια. Τα spa είναι ένας καινούργιος επιχειρηματικός κλάδος που αναπτύσσεται συνεχώς με καινούργια προϊόντα και θεραπείες. Ο σύμβουλος spa (spa manager) πρέπει να καθοδηγεί και να επιβλέπει το προσωπικό για την σωστότερη εξυπηρέτηση των πελατών. Το ανθρώπινο δυναμικό είναι ο κύριος συντελεστής παροχής των κατάλληλων και υψηλού επιπέδου υπηρεσιών της επιχείρησης.

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Σε ένα spa πρέπει να γίνεται έρευνα αγοράς, διανομή-διάθεση προϊόντος και ποιοτικός έλεγχος προϊόντος. Η εξασφάλιση συνεργασιών με κατάλληλες εταιρίες προϊόντων θεωρείται απαραίτητο. Ιδιαίτερα κερδοφόρα είναι τα spa με το όνομα μιας καταξιωμένης και αναγνωρίσιμης εταιρίας spa (franchising) κάτι που προσφέρει μία υπόσχεση ποιότητας στο πελάτη. Η διαφήμιση του spa πρέπει να είναι αποτελεσματική με σαφή τοποθέτηση προς το πελάτη-στόχο. Τέλος, μία πρόταση μείωσης των τιμών των θεραπειών κατά την χειμερινή περίοδο με σκοπό την αύξηση της τοπικής πελατείας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΜΟΝΟΓΡΑΦΙΑ:

Μπουραντάς, Δ., 2002. Μάνατζμεντ. Αθήνα: Εκδόσεις Γ Μπένου.

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ:

Σωτηριάδης, Μ. And Πιτσούλη, Ε. , 2008. Wellness, Spa and Thalasso services provided by cretan hotels. Ινστιτούτο τουριστικών μελετών και ερευνών. Τουριστικά θέματα, τεύχος 6, pp. 93 -106.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

Crebbin - Baily, J. Harcup, J. Harrington, J. 2004. The spa book : The Official Guide to Spa Book. Cengage Learning EMEA Education.

Holloway, C. and Robinson, C., 1995. Τουριστικό Μάρκετινγκ, 3rd ed. Αθήνα : Εκδόσεις Κλειδάριθμος.

Johnson, E. M and Redman, B. M., 2008. Spa- A Comprehensive Introduction, Lansing, Michigan : American Hotel and Lodging Association.

ΠΗΓΕΣ ΑΠΟ ΤΟ INTERNET:

Article on spas available from: <http://en.wikipedia.org/wiki/Spa>

[cited 11 December 2010].

Elounda beach spa site available from: <http://www.eloundabeach.gr/spa-hotel-crete/general-information.aspx>

[cited 11 February 2011].

Gran melia spa available from: <http://www.granmeliacrete.com/en/activities/spa.php>

[cited 16 February 2011].

Mistral mare spa available from: <http://www.mistralmare.gr/>

[cited 15 February 2011].

Porto elounda spa site available from: <http://www.portoelounda.com/en/six-senses-spa>

[cited 10 February 2011].

Sissy bay spa site available from: <http://www.sissibay.gr/index.php?q=node/7>

[cited 14 February 2011].