

Гранд Хотел София на 6 години

Гранд Хотел София, един от лидерите сред петзвездните хотели в столицата, празнува своята шеста годишнина през юни. Открояващ се със собствен стил и управляван успешно от български мениджърски екип, през изминалите години той се превърна в бизнес и културен център в сърцето на града. Във връзка с годишнината зададохме шест въпроса на генералния мениджър ЖУЛИЕТА СЕРАФИМОВА.

Поехте управлението на хотела преди половин година в един труден бизнес период, каква е вашата политика?

В период на динамично развитие всички хотели си приличат, но по време на рецесия устояват тези, които успяват да се приспособят най-бързо към новите условия. В прилагането на добрите практики, касаещи позиционирането на хотела и свързаните с това продукти и услуги, трябва да има приемственост и постоянство. Всички останали действия са с променлива стойност. Която и да е бизнес стратегия, макар и най-успешната, е с кратък жизнен цикъл.

Позитивното е, че новата бизнес обстановка предизвика хотелиерите да се вгледат по-внимателно в структурата си, да станат по-прецизни към разходите, да проявят повече инициативност и ангажираност. Фокусът сега трябва да е върху служителите и клиентите, а не само конкурентите. Обяснението е просто – клиентите са най-сериозният конкурент, защото имат избор.

Как успявате да задържите летвата високо в условията на неизбежно намаляване на разходите?

Предоставянето на услуга с добавена стойност е трудно в период, когато цените са водещи. Мерките ни са в посока още по-голяма инициативност във взаимоотношенията с партньори, разработването на по-атрактивни условия за настаняване и провеждане на събития, но в никакъв случай за сметка качеството на услугите. Балансирането на разходната структура следва да има единствено видим финансов ефект, но не и продуктив.

„Академия пет звезди“, която създадохте, се наложиха като запазна марка за високо майсторство. Каква е ролята ѝ за обучението на персонала в хотела и как виждате бъдещето ѝ?

Бизнесът се развива и заедно с него трябва да се развиваме и ние. Освен проведените вътрешнофирмени обучения, включително по програма на ЕСФ, които завършиха през миналия месец, академията организира професионални курсове за външни лица, които искат да се реализират в областта на хотелиерството и ресторантьорството и са готови да инвестират в повишаване на квалификацията си и придобиване на сертификат. Най-голям е интересът към курсовете в областта на карвинга, кулинарията, сладкарството, а напоследък и барманството. Името на Гранд Хотел София е гарант за придобитите професионални умения.

Как ще отбележите годишнината?

Ще спазим добрата традиция още от откриването на хотела преди шест години и ще организираме стилно и весело градинско парти за нашите партньори и приятели.

В бизнес отношение – ще предоставим за втора поредна година атрактивни отстъпки за конферентни мероприятия и настаняване във връзка с годишнината. Това е още един начин да изразим благодарността си към многобройните си партньори за подкрепата, като им дадем възможност да се възползват от удобствата и услугите в хотела на изключително атрактивни цени.

Каква е според вас формулата на успеха на един хотел?

По-вярно е ако кажа, че има общовалидни бизнес принципи – коректност и уважение към партньорите, корпоративна култура и етика, инициативност и дори „умерена агресивност“, част от съвременния бизнес и най-вече постоянство. И на най-добрата идея ѝ трябва време, за да бъде за да бъде разбрана, оценена и приложена. Важно е познаването на фирмата отвътре – кои са ни клиентите, как те гледат на нас, какво ни прави уникални, какво ценят служителите в корпоративната ни култура.

Друга характерна особеност е налаганата се опростеност, очакванията са за стил и комфорт, а не само лукс, дори и той се демократизира все повече. Ползването на услугите на висококатегорийните хотели не е само израз на стандарт, престиж и лайфстайл, а по-скоро сигурност и гаранция за качество.



ЖУЛИЕТА СЕРАФИМОВА,
генерален мениджър

© Цветелина Ангелова

Жулиета Серафимова работи в Гранд Хотел София още преди официалното откриване на хотела през 2004 г. Тя е директор „Маркетинг и продажби“ на хотела до 2007 г., когато става заместник генерален мениджър. През септември 2009 г. поема ръководството на хотела като генерален мениджър.

Завършила колеж по международен туризъм в Бургас и специалност „Туризъм“ в Софийския университет „Св. Климент Охридски“, специализирала хотелски мениджмънт в Испания, Великобритания, Белгия и университета „Корнел“ в САЩ. Професионалният ѝ опит е изцяло в областта на хотелиерството и туризма.

Кои са най-големите предизвикателствата за вас като генерален мениджър на Гранд Хотел София?

Много са, но ако трябва да обобща – да да устоя на външния икономически натиск и този на конкуренцията, да не загубя усета си и способността си да гледам на всичко през погледа на клиентите, да съумея да запазя целостта на уникалния екип в хотела, като предоставя възможност на хората да се развиват и бъдат част от успеха. Вече не е достатъчно само хората да са подходящи за целите на организацията, а организацията да отговаря на целите и мечтите на хората, които работят в нея.