

Hotel Dec 2009

Oferta in stil boutique

de Dan Orehov (dan.orehov@cmgromania.ro)

Le Boutique Hotel Moxa este un hotel de 4 stele situat in centrul Bucurestiului, pe Calea Victoriei, principala artera de promenada din Bucurestiul interbelic, fiind una dintre putinele unitati de cazare care si-a in scris conceptul in denumire.



Adresa

Str. Mihail Moxa nr. 4, sector 1, Bucuresti

Telefon

021/650.55.55

E-mail

reservations@hotelmoxa.com

Ideea de a investi intr-un boutique hotel s-a datorat numarului mic de astfel de locatii din Bucuresti la momentul initierii proiectului, dar si potentialului ridicat pe piata, cererea turistilor corporate fiind foarte mare. Primul corp al hotelului, cu cele 24 de camere, construit din sticla si otel, dar pastrand in acelasi timp modelul din caramizi si infatisarea clasica, a fost mobilat si decorat complet in februarie 2006, in urma unor lucrari care au durat mai putin de un an. Ulterior, dezvoltarea a continuat, ajungandu-se, in decembrie 2007, la 29 camere, in mai 2008 la 35, un an mai tarziu la 47, iar in octombrie 2009 la 53 camere. Cele mai recente spatii de cazare date in folosinta se regasesc in al doilea corp al hotelului, intr-o cladire restaurata, care pastreaza stilul arhitectural clasic, si care redescopera, prin imbinarea celor doua stiluri, conceptul de boutique hotel, oferind intimitate, lux si stil avangardist.



Un concept european

Le Boutique Hotel Moxa face parte dintr-o importanta companie de real estate, alaturi de alte opt hoteluri din Europa, cu diferenta ca unitatea este condusa la nivel local, existand o comunicare foarte buna si schimb de informatii cu ceilalti membrii din grup. Concret, compania detine hoteluri in mai multe tari europene, printre care Belgia, Olanda si Germania.

Toate cele 53 camere ale hotelului, situate in doua cladiri cu o suprafata de aproximativ 2.200 mp, la care se adauga o terasa de 300 mp, sunt echipate cu cele mai moderne facilitati: sistem de inchidere

prin card, aer conditionat, televizoare LCD, minibar, uscatoare de par, halate de baie si papuci, cosmetice rafinate, seif, telefonie, internet wireless in camere si spatiile publice, incalzire centrala, zona pentru birou de lucru si scaune. Camerele executive se regasesc intr-o zona privata, cu acces gratuit la executive lounge si facilitati suplimentare, printre care espresso de cafea, iar apartamentele sunt complet utilate, in afara facilitatilor standard, avand o mica bucatarie, cuptor cu microunde, frigider si congelator. In plus, apartamentele au vedere directa la terasa si balcon propriu, fiind, de obicei, folosite pentru sejururi de lunga durata. Printre alte facilitati oferite de Hotel Moxa se numara lounge bar, executive lounge, concierge, camera pentru bagaje, parcare, 24h room service, serviciu de spalatorie si curatatorie, club de sanatate, sauna, sala de fitness si sala de relaxare.

?Ca avantaje competitive as putea enumera: localizarea intr-o zona de prestigiu, designul si stilul deosebit, mobilierul neconventional, atmosfera intima, familiala dar luxoasa, personalizarea serviciilor, profesionalismul personalului, toate acestea ducand si la cresterea numarului de turisti fideli ai hotelului Moxa?, explica Oana Ungureanu, sales manager al hotelului.



Turismul de afaceri predomina

Turistii care se orienteaza catre un boutique hotel sunt cei care opteaza pentru intimitate si lux, clientul tipic facand parte din categoria oamenilor de afaceri, cu o majoritate reprezentand aproximativ 90%, cu toate ca, in ultima perioada s-a observat o usoara crestere a turistilor straini veniti in Bucuresti pentru petrecerea timpului liber, in special in weekend, in intentia de a vizita Capitala si de a petrece cateva zile intr-un cadru linistit din centrul orasului. Totusi, avand in vedere profilul preponderent business al celor care trec pragul hotelului, managementul a stabilit ca unul dintre planurile importante pe termen scurt va fi amenajarea unei sali mai mari de restaurant si a altor doua sali de conferinta, complementare celei deja existente. Nu in ultimul rand, pentru a se prezenta intr-un mod cat mai atragator pentru potentialii clienti, avand in vedere dificultatile economice din tara si nu numai, s-a trecut la scaderea tarifelor, comparativ cu anul trecut, lucru care a avut un efect pozitiv, tinand cont de faptul ca Hotel Moxa a reusit sa isi pastreze gradul de ocupare la un nivel similar cu 2008.



?Pentru a promova afacerea, daca in trecut internetul era punctul forte in vanzari, in perioada actuala este mult mai greu sa concurezi pe internet cu un hotel de lant, asadar ne-am schimbat strategia de vanzari, unul din obiective fiind si convingerea potentialilor parteneri sa viziteze hotelul, astfel aratandu-le ca Moxa nu este doar ?un alt hotel?. Se apeleaza, de asemenea, si la promovarea prin diverse cai media, cataloage, reviste de specialitate etc. Nu in ultimul rand, se continua promovarea conceptului de ?boutique hotel? printr-o atmosfera hoteliera intima, cu un numar mic de came

re, luxoasa dar familiala, un design si un stil aparte, diferentiat de marile branduri sau lanturi hoteliere printr-o cazare exceptionala, personalizata din punctul de vedere al serviciilor?, conchide Oana Ungureanu.