



INTELGENTNA LOKALIZACJA W PLANOWANIU I ROZWOJU SIECI OBIEKTÓW HOTELARSKICH

ŚWIADOMIE BUDUJ OBIEKTY HOTELARSKIE

Poznaj praktyczne narzędzia służące do wyboru dobrej lokalizacji, gwarantującej budowę hotelu tam, gdzie potwierdzone informacje wskazują na szybki sukces ekonomiczny.



POZNAJ ROZWIĄZANIA W ZAKRESIE INTELIGENTNEJ LOKALIZACJI

Dlaczego budowa hotelu to niezwykle trudne zadanie?

-  Dlatego, że zazwyczaj nie wszystko idzie zgodnie z planem i trudno jest przekonać inwestora, że nie mieliśmy wpływu na napotkane problemy.
-  Dlatego, że profesjonalne podejście wymaga wykonania wielu badań i analiz, na które zwykle brakuje czasu.
-  Dlatego, że tereny inwestycyjne pomimo zapewnień sprzedającego i włożonej pracy w ich zbadanie, okazują się czasem koniem trojańskim.
-  Dlatego, że żaden człowiek nie jest w stanie wykonać wszystkich niezbędnych prac bez pomocy profesjonalnego i zaangażowanego zespołu.

GWARANTUJEMY, ŻE DZIĘKI WSPÓŁPRACY Z NAMI:



CZUJESZ SIĘ PEWNI
PODCZAS BUDOWY

Jesteś spokojny, bez obaw i napięcia czekasz na koniec prac przy nowej inwestycji. Wiesz, że nic Cię nie zaskoczy, a kolejne etapy działań będą przebiegać zgodnie z harmonogramem.



NIE MARTWISZ SIĘ O
NOWE LOKALIZACJE

Szybko zorientujesz się, jaka okolica jest właściwa, a jaką należy od razu odrzucić. Masz pewność, że Twoje decyzje poparte są wiedzą ze sprawdzonych źródeł informacji.



NIE MARTWISZ SIĘ
O DZIAŁ ROZWOJU SIECI
W FIRMIE

Wiesz, że szybko możesz dowiedzieć się wszystkiego o danym terenie bez konieczności angażowania dodatkowych zasobów ludzkich czy sprzętowych. Branżowi eksperci z wieloletnim doświadczeniem wykonają sprawnie pracę, która wcześniej wymagała wielu nakładów.



MASZ DOBRE
RELACJE ZAWODOWE

Współpracownicy i przełożeni wiedzą, że korzystasz z nowoczesnych i efektywnych rozwiązań, sprawdzonych przez wielkie zachodnie korporacje. Cenią Cię za skuteczną pracę.



Jednym z najważniejszych elementów naszej pracy jest nałożenie wyników analizy biznesowej na dane przestrzenne i zbadanie ich korelacji, dzięki czemu tworzymy niezwykle ważne dla sieci obiektów hotelarskich usługi w zakresie Inteligentnej Lokalizacji.

Analizy przestrzenne Inteligentna lokalizacja

Nasza usługa opiera się o wielokryterialną analizę przestrzenną. Składa się z szeregu odpowiednio dobranych wskaźników statystyczno-przestrzennych i modeli częściowych, które stanowią istotne kryteria dla lokalizacji. Każde kryterium jest składową całości, ale też samo w sobie często pozwala na wyciągnięcie wniosków i wstępną ocenę potencjału obszarów, które nadają się do lokalizacji analizowanych obiektów.

Inteligentna Lokalizacja (IL) jest powiązaniem analizy przestrzennej ze strategiczną analizą biznesową.

Wykorzystanie IL musi opierać się o interdyscyplinarny zespół analityków posługujących się narzędziami GIS oraz analityków biznesowych.

Celem wykorzystania Inteligentnej Lokalizacji jest wzmocnienie analityki biznesowej o wymiar przestrzenny, który jest często najistotniejszym walorem inwestycji. Branża hotelarska jest jedną z tych, które w istotny sposób oddziałują na tę przestrzeń, zarazem korzystając z jej walorów. Dlatego odpowiednia lokalizacja w tym segmencie usług jest istotnym czynnikiem działalności danej inwestycji.

Metodologia Etapowanie analizy

Analiza przestrzenna obejmuje trzy etapy zróżnicowane pod względem zasięgu przestrzennego:

1 MAKRO WYBÓR RYNKU
obejmuje uwarunkowania lokalizacji obiektu w skali kraju

2 MEZO WYBÓR OBSZARU
obejmuje uwarunkowania lokalizacji obiektu w skali regionu

3 MIKRO WYBÓR MIEJSCA
obejmuje lokalizację obiektu i jego bliskie otoczenie

Schemat przetwarzania danych przy zastosowaniu metody wielokryterialnej analizy przestrzennej



Źródła danych

Podstawą analiz przestrzennych są dane cyfrowe, które dzięki właściwemu przetworzeniu i szczegółowej analizie pozwalają na podjęcie decyzji o wybraniu lokalizacji nowego biznesu:



Analiza przestrzenna Kryteria lokalizacji

K1. Potencjał klientów

- struktura klientów
- liczba i koncentracje wizytujących, w tym zagranicznych
- liczba wizytujących transportem indywidualnym
- liczba wizytujących transportem kolejowym
- liczba pasażerów w portach lotniczych i morskich
- stopień wykorzystania obiektów noclegowych, w tym hoteli według klas
- kierunki i zasięg powiązań wizytujących



K3. Analiza dostępności transportowej

- dostępność czasowa siecią drogową i kolejową
- dostępność komunikacji zbiorowej
- dostępność komunikacji pieszej i rowerowej
- dostępność transportu lotniczego
- dostępność portów morskich
- kierunki zmian w zakresie inwestycji transportowych
- ocena stanu i obciążenie powiązań transportowych

Otrzymasz optymalne wskazówki dojazdu do Twojego hotelu oraz zauważysz potencjalne zagrożenia dla sieci transportowej w przyszłości.

K2. Potencjał osadniczy

- hierarchia administracyjna
- struktura osadnicza
- liczba i struktura ludności
- siła i kierunki powiązań
- obszary funkcjonalne jako wskazanie obszarów podmiejskich docelowo powiązanych z miastami
- strefy aktywności osadniczej, ruch i potencjał inwestycyjny



K4. Rozmieszczenie konkurencji

- rozmieszczenie konkurencji wraz z charakterystyką i oceną stopnia konkurencyjności
- wyposażenie konkurencji
- analiza sieci dostawców
- zasięg oddziaływania marketingu konkurencji
- mocne i słabe strony konkurencji

Zdobędziesz przewagę dzięki pełnej wiedzy na temat rozmieszczenia i działań konkurencji oraz odkryjesz nowe szanse dla rozwoju Twojego hotelu.

K5. Siła gospodarcza

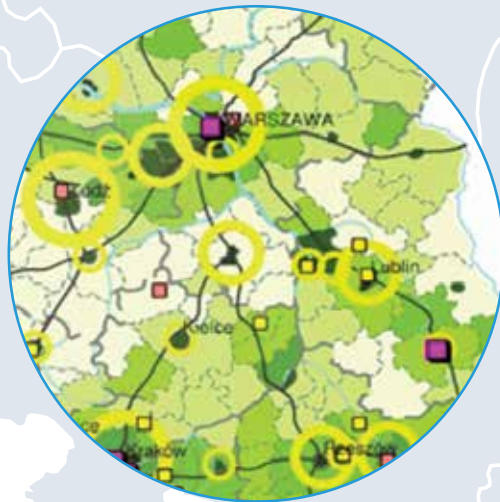
- liczba i struktura podmiotów gospodarczych
- rozmieszczenie nowych inwestycji
- liczba udzielonych miejsc noclegowych
- obszary aktywności gospodarczej
- lokalizacje centrów kongresowych, targów
- struktura gospodarcza i kierunki zmian obszaru
- podatki specjalne od produktów/usług
- poziom kosztów: pracy, energii, transportu, materiałów
- sezonowość rynku
- cykle handlowe i przemysłowe oraz zmiany cykliczne: recesja, koniunktura, stagnacja
- wpływ handlu międzynarodowego



Dowiesz się, jaki potencjał gospodarczy ma wybrany przez Ciebie obszar i dostosujesz usługi do lokalnej specyfiki.

K6. Walory turystyczne (przyrodniczo – kulturowe)

- imprezy turystyczne i imprezy masowe
- produkty turystyczne w obszarze
- dostępność usług wspomagających: restauracje, sale konferencyjne, warsztatowe, spa, baseny itp.
- walory krajobrazowe
- nasycenie zabytkami i obiektami kultury



Zwiększysz atrakcyjność Twojego hotelu i optymalnie wykorzystasz walory turystyczne okolicy.

K7. Gotowość terenu inwestycyjnego

- analiza cen gruntów
- struktura własności
- uzbrojenie terenu
- uwarunkowania planistyczne i formalne
- analiza kierunków rozwoju przestrzennego sąsiedztwa
- uwarunkowania i ograniczenia inwestycyjne np. konserwatorskie



Dowiesz się, jakie zagrożenia i szanse wiążą się z wybraną przez Ciebie działką.



K8. Czynniki środowiskowe

- ukształtowanie terenu
- nasłonecznienie
- jakość powietrza
- natężenie hałasu
- wpływ zmian klimatu i warunków pogodowych
- zagrożenie powodziowe
- warunki geologiczne
- warunki hydrologiczne
- obszary i obiekty przyrody chronionej



Zabezpieczysz Twoją inwestycję przed negatywnym wpływem czynników środowiskowych.



Marketing

Marketing 3.0 w naszym wydaniu to innowacyjny sposób połączenia marketingu z profesjonalnym badaniem i analizą otoczenia biznesowego, ale przede wszystkim identyfikowanie i analizowanie emocji, wartości oraz potrzeb grupy docelowej, aby przełożyć to na właściwy język komunikacji.

Oferujemy również profesjonalne badanie i analizę otoczenia konkurencyjnego. Specjalizujemy się w tworzeniu strategii marketingowych opartych o wiedzę uzyskaną w procesie wielokryterialnej analizy biznesowej. Szeroki zakres ekspertyzy umożliwia nam tworzenie rozwiązań, które zaspokoją Państwa potrzeby. Nasze działania obejmują m.in. badania i analizę rynku, kompleksowe doradztwo i pomoc we wdrażaniu rekomendacji wynikających z analiz, ale również pojedyncze usługi polegające na przygotowaniu materiałów reklamowych (ulotek, broszur czy banerów) na określone wydarzenie lub potrzeby.

Wśród najczęściej wybieranych przez naszych Klientów usług są:

- ✧ tworzenie lub optymalizacje strategii marketingu i komunikacji
- ✧ kształtowanie wizerunku marki
- ✧ strategię dystrybucji i cen
- ✧ badania eksperckie

Nasze atuty to:

- ✓ **Efektywność i profesjonalizm**
- ✓ **Czas** dla klienta
- ✓ **Szybkość** działania
- ✓ **Precyzja** dotarcia
- ✓ **Kreatywność** myślenia
- ✓ **Elastyczność** kosztowa w połączeniu z dobrymi warunkami w mediach

Nasza rzetelność, zaangażowanie i profesjonalizm, ale również kompleksowość działań, gwarantują szybkość i wysoką jakość usług.

Strategia marketingowa

1. Model biznesowy obiektu – segmentacja, rynek, cele
2. Identyfikacja i analiza wyróżników
3. Grupa docelowa obiektu – analiza i segmentacja
4. Tożsamość marki i jej komunikacja – wytyczne i cechy
5. Identyfikacja wizualna, materiały reklamowe i sesja zdjęciowa



Narzędzia strategii marketingowej

1. Strona internetowa obiektu
2. Strategia pozycjonowania
3. Strategia reklamy w wyszukiwarkach
4. Remarketing
5. Strategia Social Media
6. E-mail marketing
7. Programmatic



Produkcja materiałów reklamowych

1. Katalogi i wydawnictwa
2. Spoty video oraz radiowe
3. Materiały ATL i BTL
4. Materiały do kampanii online
5. Branding (hotelu, samochodów)
6. Indoor design

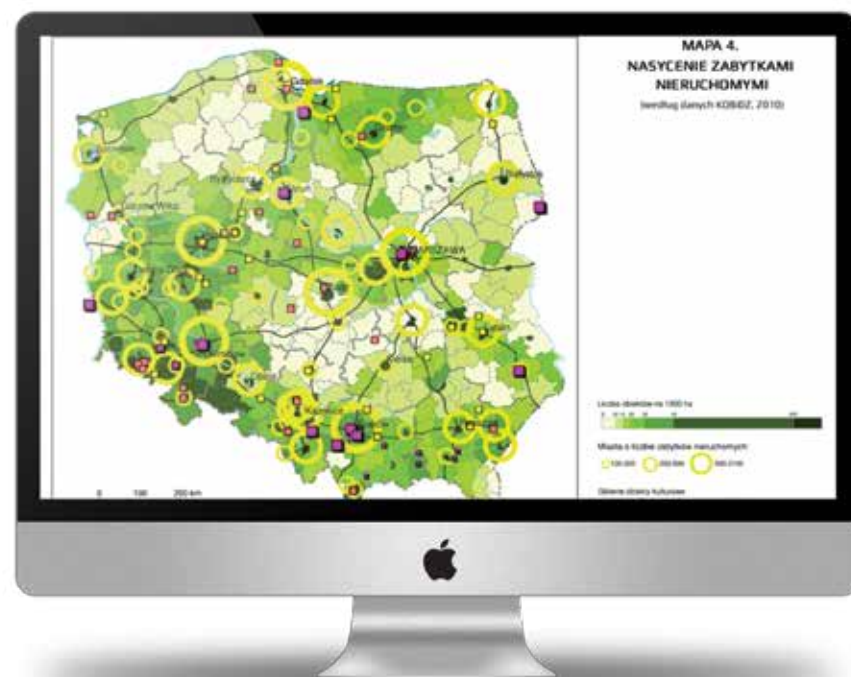


Nowe nowe technologie

1. Aplikacje mobilne
2. Projektowanie 3D
3. Augmented Reality
4. Wirtualne spacery
5. Interactive Kinetic Mapping System



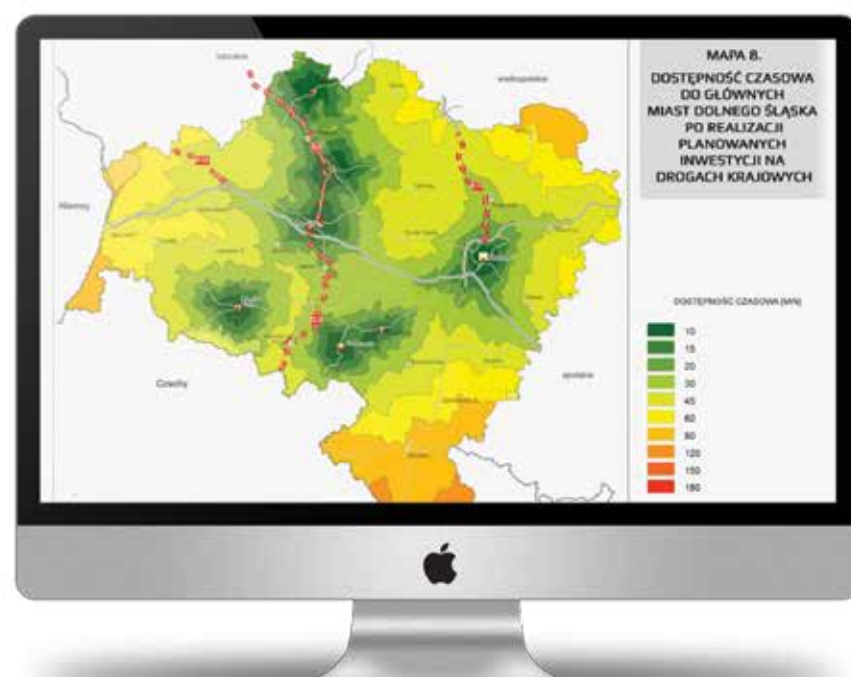
Wykorzystanie geoinformacji w analizie biznesowej - przykłady



Wykorzystanie miejsc noclegowych



Wykorzystanie obiektów



Potencjalna konkurencja



Kanibalizacja



O nas

Nasz zespół tworzą specjaliści z doświadczeniem niezbędnym do kierowania projektami na potrzeby sieci obiektów hotelarskich. Poniżej umieściliśmy dane kontaktowe do liderów zespołu badań i analiz inwestycji hotelarskich:

Przemysław Malczewski
telefon: +48 600 440 305
e-mail: przemyslaw.malczewski@qpq.com.pl



Studia wyższe ukończył na Politechnice Wrocławskiej, na Wydziale Architektury, kierunku Gospodarka Przestrzenna. Doradza klientom w zakresie Inteligentnej Lokalizacji. Zajmuje się analizami przestrzennymi stosowanymi w planach i strategiach rozwoju społeczno-gospodarczego i przestrzennego. Jest egzaminatorem European Computer Driving Licence, Endorsed Product Program Geographical Information System. Jest również zaangażowany, jako konsultant krajowy, w tworzenie krajowej infrastruktury informacji przestrzennej związanej z wdrażaniem Dyrektywy UE Inspire. Obecnie swoją działalność zawodową i zdobyte doświadczenie wykorzystuje koncentrując się na tworzeniu metodologii wielokryterialnych analiz eksperckich na potrzeby zintegrowanego zarządzania rozwojem regionalnym, ochrony i kształtowania środowiska i krajobrazu, modelowania infrastruktury transportowej, badania i analizy otoczenia biznesowego.

Koordynuje pracę zespołu w zakresie badania rynku. Zajmuje się analizą otoczenia konkurencyjnego oraz doradztwem strategicznym opartym przede wszystkim o metodę „Action Research”. Zwolennik podejmowania decyzji strategicznych opartych o szeroką wiedzę o otoczeniu konkurencyjnym. Jest absolwentem Akademii Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie, gdzie uzyskał tytuł magistra ze specjalizacją turystyka. Ponadto jest absolwentem Uniwersytetu Szczecińskiego, gdzie uzyskał tytuł magistra ze specjalizacją pozyskiwanie i ochrona informacji. Ukończył również studia podyplomowe na kierunku Strategiczny Wywiad Biznesowy, w Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie. W firmie BWB Consulting wdraża najnowsze i skuteczne metody pozyskiwania i analizy informacji.

Szymon Szaciłło-Kosowski
telefon: +48 608 475 300
e-mail: szymon.szacillo-kosowski@qpq.com.pl



Maciej Jankielewicz
telefon: +48 606 642 503
e-mail: maciej.jankielewicz@qpq.com.pl



Manager z blisko 15-letnim doświadczeniem w branży reklamowej. Pracował i zarządzał pracą zarówno w mniejszych agencjach reklamowych jak i w dużych sieciowych obsługujących największe budżety reklamowe. W swojej karierze realizował kampanie reklamowe takich firm jak: IKEA, Canon, Nikon, Sony Ericsson, Coty, Lek Polska, Reckitt Benckiser, Valeant, a także wiele innych. W pracy stara się zawsze szukać innowacji i nowych możliwości, stale próbuje łamać konwencje i standardy rynkowe motywując otoczenie do nieustającego rozwoju. Od 2009 roku współtworzy Agencję Quattro por Quattro, pełniąc funkcję jej Prezesa aktywnie kreuje kierunki rozwoju spółki, a także odpowiada za realizację projektów agencji pod kątem strategicznym. Wspiera też pracę poszczególnych działów agencji na etapie koncepcyjnym i wykonawczym.



Quattro por Quattro

BWB Consulting

ul. Wysockiego 15B
03-371 Warszawa
realestate.qpq.com.pl
biuro@qpq.com.pl