



**Opis strategii wdrożenia osiągnięć naukowych opracowanych przez studenta/ów  
w ramach projektu *Partnerski Związek Nauki i Postępu***

Nazwa działania/nazwa rozwiązania/strategii Pensjonat
Imię i nazwisko autora/autorów Arkadiusz Szofer; Konrad Kulakin
Uczelnia: Politechnika Poznańska Wydział: Wydział Inżynierii Zarządzania Specjalność: Zarządzanie Przedsiębiorstwem
Przedsiębiorstwo lub branża, dla których dedykowane jest rozwiązanie/strategia "Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi" 55.1. (PKD)
Opis rozwiązania/strategii: <b>1. problem, na który odpowiada rozwiązanie/strategia</b> W dzisiejszych czasach prędkość życia osiąga limity graniczne. W pracy; podróże służbowe, praca poza miejscem zamieszkania. W domu; poszukiwanie odpoczynku. W życiu; pędzimy coraz szybciej i dalej starając się osiągać coraz lepsze rezultaty w pracy i w domu. Takie życie doprowadza do skrajnego wyczerpania i stresu. Jak chronić chociaż częściowo nasze „akumulatory”. Jak przy jak najmniejszym wkładzie pracy i czasu zorganizować sobie nocleg służbowy czy odpoczynek na wczasach? Turystyka i hotelarstwo. W branży tej istnieje coraz większa konkurencja. Jak się sprzedać? Jak zachęcić klienta, aby trafił właśnie do nas? To pytania, które nurtują prowadzących ośrodki i domy wczasowe, hotele i pensjonaty. Czy właściciele powinni korzystać z reklamy znanej, ogólnodostępnej lub też koncentrować się na nowych, alternatywnych możliwościach dotarcia do potencjalnych klientów ? <b>2. podstawowy cel realizacji</b> Kreując cele strategiczne dla „Pensjonatu” chcemy odpowiedzieć na powyższe pytania. Chcemy osiągnąć najwyższy współczynnik dla wkładu finansowego na reklamę do uzyskanych wyników w postaci ilości zajętych łóżek. Chcemy trafić do klienta różnymi kanałami – on musi wiedzieć że istniejemy. Obecnie wykorzystanie dostępnych mediów jest bardzo ograniczony - istniejące ośrodki korzystają ze standardowej reklamy oraz z poleceń osób mieszkających. W naszym przypadku chcemy osiągnąć wysokie wyniki dlatego musimy wykorzystać wszystkie dostępne środki przekazu: - lokalne radio, - CB radio, - billboardy, - broszurki informacyjne

1



### **Elementy innowacyjne rozwiązania/strategii (jeśli istnieją)**

Stworzenie innowacyjnego systemu informatyczno-informacyjnego dla osób poszukujących miejsca noclegowego ma w głównej mierze zrealizować zakładane cele strategiczne. Zakłada on wykorzystanie w swoim działaniu nowoczesnych technologii teleinformatycznych (smartfon, tablet, laptop, komputer). System w swoich założeniach ma opierać się na technologii internetowej. Odpowiedni dobór słów pozwoli na 1 miejsce w wyszukiwarkach internetowych, a korzystanie przez osoby postronne z sieci WiFi - pensjonatu w jego pobliżu automatycznie wyświetli ofertę o wolnych pokojach i automatycznie przekieruje do internetowej strony „Pensjonatu” gdzie klient zaznajomi się z pełną ofertą jaką oferuje pensjonat jak i obowiązującym cennikiem.

### **Spodziewane korzyści dla przedsiębiorstwa wdrażającego rozwiązanie/strategię**

Zakładane korzyści to wzrost około 20% naboru klientów w stosunku do identycznej usługi bez korzystania z innowacyjnego systemu teleinformatycznego. Założenie związane ze wzrostem zainteresowania korzystania z usług tego typu. Zgodnie z danymi średni wzrost roczny na przełomie 2012-2015 to około 111% rocznie (<http://www.telix.pl/m/artukul.php?sid=41412>).

Wśród dodatkowych korzyści warto wspomnieć o:

- w dłuższym okresie działalności koszty innowacyjnego sposobu reklamy są niższe niż koszty reklamy standardowej ( np. zmniejszenie liczby drukowanych katalogów),
- wyprzedzenie konkurencji,
- szybsze zaistnienie w świadomości odbiorców w stosunku do konkurentów,
- dotarcie do potencjalnie większej liczby klientów,
- zwiększenie poziomu dostępu do klienta (stały dostęp do oferty),
- możliwość dokonywania transakcji na odległość,
- korzystanie z usług osób trzecich,
- możliwość zobaczenia interaktywnego pensjonatu,
- możliwość bezpośredniego kontaktu, bez konieczności odwiedzania biura,
- zwiększenie atrakcyjności oferty poprzez dużą elastyczność wprowadzanych promocji ( promocje typu Last Minute).

Wyrażamy zgodę na przetwarzanie danych osobowych zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych z późn. zmianami przez Samorząd Województwa Wielkopolskiego i Politechnikę Poznańską w celu umieszczenia opisów osiągnięć naukowych na stronie [www.naukaipostep.pl](http://www.naukaipostep.pl).