

PREGLED PROJEKTA ZA HOTEL BOROVIK - TISNO

Hotel Borovnik je smješten u centru Tisnog, na otoku Murteru, koji je s kopnom povezan pomičnim mostom. Hotel ima 69 soba i jedan apartman ukupnog kapaciteta 150 ležajeva. Ostali hotelski sadržaji uključuju restoran, terasu, vanjski bazen, masažu, usluge fizioterapeuta i iznajmljivanje brodova. Budući da hotel planira poslovati tijekom cijele godine, potrebno je oformiti stalni tim koji bi sačinjavalo 10 djelatnika. Hotel u jeku sezone upošljava 25 djelatnika. U Veljači 2004 USAID Croatian Enterprise Promotion / Deloitte Touche Tohmatsu inicira savjetodavni zadatak u hotelu Borovnik na području marketinga, smanjenja troškova, managementa, CRM i HACCP-a. [Adria Partners](#) je dao konzultante za područje marketinga, managementa i smanjenja troškova.

O PODUZEĆU

Hotel Borovnik
Trg dr. Šime Vlašića 3
Tisno, Hrvatska
Telefon +385 22 439 700
Fax +385 22 439 711
Web-stranica www.hotel-borovnik.com

Kontakt: G. Slamić, izvršni direktor i vlasnik



Hotel Borovnik, pogled sa bazena

KLJUČNI PROIZVODI/ ALATI

Smanjivanje troškova - Alat za nabavu

Marketing – Marketing plan

CRM – priručnik za CRM

HACCP – HACCP plan

REZULTATI – ULAGANJA, SMANJIVANJE TROŠKOVA I PRIHODI

Ukupno ulaganje iznosi HRK 10.300, a sredstva su uložena u nabavu kuhinjske opreme, ažuriranje web-stranice, promotivne materijale.

Projicirano smanjivanje troškova se do kraja 2004 procjenjuje na HRK 150.000 radi odabira novih dobavljača.

Projicirano povećanje prihoda od noćenja u pred i post sezoni nakon novo implementiranih proizvoda se procjenjuje na HRK 189.000.

OPĆENITO O SAVJETODAVNOM ZADATKU

Opći opseg posla: Marketing plan, mjere smanjivanja troškova, HACCP plan, CRM

Trajanje savjetodavnog zadatka: 20 tjedana

Poslovni savjetnici na projektu:

[Adria Partners](#) Stiven Bralo, tim leader - senior consultant

[Adria Partners](#) Tanja Vuković, senior consultant

Marko Dragojević, junior consultant

Ana Bilandžija, junior consultant

IMPLEMENTIRANI ALATI I PROCEDURE

- Marketing – usvojene nove cijene noćenja za sezonu 2005, i pozicioniranje u novoj tržišnoj niši
- Implementirane procedure za CRM
- Usvojen HACCP plan
- Odabrani novi dobavljači, sa ciljem smanjivanja troškova

REZULTATI – KVALITATIVNA POBOLJŠANJA

Dvije su osobe prošle obuku iz **analize troškova** i korištenja alata za alokaciju troškova, kako bi se poboljšala nabava hotela.

18 djelatnika je prošlo **obuku iz CRM-a** o 15 ključnih pitanja.

Jedan je djelatnik prošao obuku iz **marketinga**, a uvedena su i dva nova proizvoda za pred i post sezonu. Za sezonu 2005 su usvojene i više cijene soba.