



Teme: Grad Mali Lošinj

NINOSLAV VIDOVIĆ : 'Aerodrom za charter-letove značilo bi veliku stvar za Lošinj'

Hrvatski menadžer koji je proglašen jednim od top 10 najboljih hotelskih direktora na Bliskom istoku preuzeo je mjesto direktora Marketinga i prodaje u tvrtki Lošinj Hotels&Villas, a u intervjuu otkriva kakav koncept donosi na Lošinj

Hrvatski menadžer koji je proglašen jednim od top 10 najboljih hotelskih direktora na Bliskom istoku preuzeo je mjesto direktora Marketinga i prodaje u tvrtki Lošinj Hotels&Villas, a u intervjuu otkriva kakav koncept donosi na Lošinj

Potencijal Lošinja kao destinacije koja može biti značajna u mediteranskim okvirima jedan su od glavnih razloga dolaska nagrađivanog hrvatskog hotelskog menadžera Ninoslava Vidovića na mjesto direktora Marketinga i prodaje u kompaniji Lošinj Hotels&Villas. Na Lošinj je došao s pozicije Cluster Commercial Direktora Hilton Ras Al Khaimaha u Ujedinjenim Arapskim Emiratima, gdje je 2021. proglašen jednim od top 10 najboljih hotelskih direktora prodaje na Bliskom istoku prema portalu Hotelier Middle East, prije toga radio je i kao direktor marketinga i prodaje u Maistri u Rovinju i u Valamaru, a šest godina proveo je i u hospitality sektoru u Sloveniji. Veseli se što će na Lošinju raditi u timu s izvršnim direktorom Lošinj Hotels & Villas Martinom van Kanom, jednim od najcjenjenijih hotelskih menadžera na svijetu, kao i sa Zoranom Pejovićem, Chief Transformation Officerom, kojeg smatra jednim od najboljih poznavatelja luksuznog turizma u ovom dijelu svijeta.

U intervjuu za Business&Banking otkriva kako će izgledati njegov koncept privlačenja gostiju na Lošinj, što gosti cijene u luksuznim hotelima, koje su prednosti Lošinja i što bi značila izgradnja većeg aerodroma na koje bi mogli slijetati charter letovi i veliki avioni ne samo za Lošinj, već i za druge hrvatske otoke.

B&B: Poziciju direktora Marketinga i prodaje u kompaniji Lošinj Hotels&Villas službeno ste preuzeli u travnju, uoči početka pune sezone. Je li to za vas bilo dovoljno vremena da kao jedan od najboljih hotelskih menadžera promijenite pristup i koji su to noviteti koje ste uveli? Po čemu se vaš pristup razlikuje od drugih?

Turizam u Hrvatskoj je visoko sezonalni, stoga je pravi izazov uvesti značajne promjene i novitete u kratkom roku. U svom pristupu kombiniram iskustvo stečeno u Hiltonu, jednom od najboljih hotelskih lanaca na svijetu te poslovno iskustvo prepoznavanja lokalnih prilika i okruženja iz Maistre i Valamara, gdje sam proveo već dio svoje profesionalne karijere.

'Sav fokus je na pripremi sljedeće sezone te 'experience board' iskustvu personaliziranih usluga za naše goste'

B&B: Sezona je sada već u punom jeku, ali pojedini turisti koji djelatnici nisu baš prezadovoljni, kakva je situacija u vašim hotelima i općenito na Lošinju? Prema bookingu, čini se da je popunjenost dosta velika, ali ima li prostora za napredak?

Trenutna situacija na Lošinju, posebice unutar naše grupacije, iznimno je dobra. Booking bilježi odlične rezultate, a predsezonski uspjeh je nadmašio naša očekivanja. Ključ našeg uspjeha leži u pametnoj marketinškoj i prodajnoj strategiji koja se temelji na pružanju visoke vrijednosti za novac, promoviranju dodatnih usluga te pružanju iskustva na visokoj razini, kroz kulturu, gastronomiju, sport i well-being. Naš prioritet je zadovoljstvo naših gostiju, a usmjereni smo na jasnu komunikaciju kako bismo ih motivirali da nam ukažu svoje povjerenje i da nam se iznova vraćaju. Prepoznamo prostor za napredak i uvijek težimo poboljšati iskustvo, unaprijediti ponudu novih usluga, produžiti sezonu te povećati vrijednost konačnog proizvoda.



B&B: Po čemu je situacija u prošloj godini bila izazovna i što ste iz toga naučili?

Itavu prošlu i velik dio ove godine proveo sam u Ujedinjenim Arapskim Emiratima, gdje sam vodio cluster Sjevernih Emirata za Hilton. S obzirom na to da je UAE, a posebno Dubai, vrlo brzo skinuli sve zabrane vezane za pandemiju covid-a te da je zračna povezanost tako brzo obnovljena, rezervacije su se počele nizati u rekordnom roku i to po visokim cijenama koje, nažalost, nisu opravdavale kvalitetu proizvoda, što se negativno odrazilo na zadnji kvartal godine. Izvukli smo važnu pouku da se nikada ne smije kompromitirati kvaliteta proizvoda ili odnos prema gostima, na bilo koji način te da je zadovoljan gost najbolja promocija.

B&B: U kojim segmentima vidite mogućnosti dodatnog poboljšanja poslovanja grupacije Lošinj Hotels&Villas i na koji ćete se segment najviše fokusirati?

Lista zadataka koje sam naumio realizirati je prilično dugačka, ali sav fokus je na pripremi sljedeće sezone te takozvanom „experience board“ iskustvu za naše goste. U tom konceptu planiramo kombinirati najbolje elemente iz naših hotela s najatraktivnijim ponudama destinacije, pružajući i obilje bogatih i personaliziranih usluga, jedinstvenih u jadranskim i mediteranskim okvirima.

‘Naša snaga leži u poznavanju potreba, emocija i preferencija naših gostiju, kao i u velikom broju preporuka’

B&B: Što je bogatim gostima iz Ujedinjenog Kraljevstva, SAD-a, nordijskih zemalja i s raznih drugih dijelova svijeta presudno za odabir Lošinja i hotela Bellevue, Boutique Hotela Alhambra ili luksuznih vila u uvali Likat? I na koji način zapravo taj profil gostiju odabire destinaciju? Je li to putem preporuke, bookinga, agencije ili na neki drugi način?

S obzirom na kvalitetu naših vila, kako u smislu njihova izgleda, opreme, arhitekture, lokacije, tako i u smislu usluge – batler servisa, privatne gastronomije, apsolutne privatnosti i slikih benefita, naše tržište nema geografska ograničenja, već mu pristupamo široko i koncertiramo se na psihografske segmente. Geografski, lingvistički ili ekonomski pristup tržištu je nešto što polako nestaje iz naše industrije. Polako, ali sigurno lifestyle segmenti postaju ključni, poput DINKS koncepta (double income, no kids), stariji parovi koji imaju odraslu djecu, digitalni nomadi itd.

B&B: S kojih novih tržišta mislite da bi bilo najbolje privlačiti nove goste koji će otkrivati Hrvatsku i što bi njih, recimo, moglo privući u Hrvatsku, a ne na Maldive i na druge slične destinacije?

Kako sam već naveo, više ne ciljamo tržišta ograničena geografskim granicama, već idemo na lifestyle profiliranje gostiju. Hrvatska ima puno toga za ponuditi i mora se koncentrirati na svoju jedinstvenost, na to što svaki otok, svaku šumu i svaki vinograd ima posebnim i atraktivnim u svako doba godine. Našu posebnost je nužno kvalitetno brendirati, komunicirati te kreirati emocije koje će potencijalni gosti prepoznati i za koje će se silno vezati.

B&B: Koliki je postotak vaših zadovoljnih gostiju koji se svake godine vraćaju?

Od 30 do 40 posto gostiju su naši vjerni gosti, koji se vraćaju ovisno o hotelu. Bitno je istaknuti i da su neke jedinice naših najluksuznijih vila i hotela s pet zvjezdica rezervirane čak dvije godine unaprijed.

‘S obzirom na kvalitetu naših vila, od lokacije, arhitekture, izgleda i opreme do usluge – batler servisa, privatne gastronomije, apsolutne privatnosti i slikih benefita, naše tržište nema geografska ograničenja’, isti će Vidovi .

FOTO: Lošinj Hotels&Villas

B&B8. Za uspjeh destinacije poput Lošinja, osim izvanrednih prirodnih ljepota, jedinstvene i izuzetne mikroklimе te ljekovitih svojstava mora, presudna je i dobra prometna povezanost. Osobno često znam putovati na Lošinj i zadovoljna sam cestovnom povezanošću i brojem i rasporedom trajektnih linija, no često se ističe, a i sami ste to istaknuli, da bi već i aerodrom znao potpuno novu prekretnicu jer sadašnji aerodrom prima samo male avione.

Koliko je realno da bi se takva investicija mogla napraviti i može li vaša grupacija ili vi osobno utjecati na to i kako? Tko bi stao iza te investicije, jedino država ili u nekoj kombinaciji s privatnim investitorima?

Grad Mali Lošinj je najveći grad na otocima i zasigurno jedna od najrazvijenijih otocinskih destinacija. Ako pogledate grčke otoke, gotovo svaki već i otok, od kojih je velika većina manja od Lošinja, ima aerodrome na koji slijeću avioletovi i veliki avioni. Aerodrom bi bio velika stvar za grad Lošinj, za Lošinjane, a jednako tako i za razvoj jadranskih otoka. Konačno bi se pokazalo da život na otoku ima puno prednosti te da ne znači nužno i izoliranost. U aerodrom treba investirati kroz javno privatno partnerstvo uz pomoć EU fondova, budući da je to projekt koji ima podjednako značaj za bolji životni standard otocana, ali i vrlo jasan utjecaj na cjelokupan turistički razvoj.

B&B: Budući da hoteli iz vaše grupacije spadaju u luksuznu kategoriju, bi li Lošinj uvođenjem direktnih avionskih linija mogao konkurirati nekim destinacijama gdje su smještaj i boravak ipak znatno jeftiniji, od Grčke i Turske do dalekih destinacija poput Balijsa?

Ponuda Lošinja u objektima s pet zvjezdica i ultra luksuznim vilama već se sada uspješno nadmeće sa St.

Tropezom, Balijem te mnogim drugim luksuznim destinacijama, a izgradnjom aerodroma otvorili bismo potpuno novu dimenziju i proširili kreativnost u stvaranju vrhunskih transportnih rješenja za naše goste, što bi dodatno unaprijedilo iskustvo naših gostiju.

B&B: Kad je riječ o boljoj povezanosti katamaranima s Italijom, radite li nešto konkretno i na tom segmentu, s obzirom na to da su talijanski gosti tradicionalno jedni od najboljih i najvjernijih turista u Hrvatskoj?

Naravno, Lošinj ima izvrsnu povezanost s brzim brodom koji redovito plovi do Pesara, čak četiri puta tjedno. Uz to, tu su i autogosti, a ovdje uvijek srdačno dočekujemo i tradicionalne potomke domaćih Talijana koji se na Lošinju osjećaju kao kod kuće.

‘Naši programi wellnessa temelje se na holističkom pristupu i prirodi koja liječi i te potiče unutarnji mir’

B&B: Imaju li Hrvati predrasude o bogatim gostima koji ljetuju u skupim hotelima, to jest o tome kakav oni odmor zapravo žele? I je li ključ vašeg uspjeha upravo u prepoznavanju želja takvih gostiju?

Luksuzni odmor u Hrvatskoj, ili generalno u istočnoj Europi, često nailazi na skepticizam te je stigmatiziran kao simbol brzog bogatstva, korupcije i sličnih negativnosti. Međutim, u Aziji, kao i na Zapadu, ta vrsta odmora doživljava se kao izraz ljubavi prema životu, hedonizma te bijega od užurbane svakodnevice uspješnih poduzetnika ili profesionalaca. Gosti koji si mogu priuštiti odmor koji se radi u petero ili šesteroznamenastim apartmanima, dobro znaju što žele, poznaju destinacije i uglavnom putem osobnih preporuka biraju svoja odredišta za godišnji odmor. Naša snaga leži upravo u podjednakom poznavanju potreba, emocija i preferencija naših gostiju, kao i u velikom broju preporuka koje se zbog nadmašenih očekivanja kontinuirano povećavaju.

B&B: Koliki je otprilike postotak vaših gostiju iz Hrvatske i radite li na povećavanju udjela domaćih gostiju?

Postotak je vrlo visok, oko 20 posto, podjednako u segmentima objekata s četiri i pet zvjezdica. Kontinuirano radimo na povećanju tog udjela kroz kongresni turizam, zimske programe, ljekoviti turizam te kroz prvoklasnu lokalnu gastronomiju.

B&B: Hotel Bellevue i Vitality Hotel Punta, još jedan hotel iz grupacije Lošinj Hotels&Villas, i ove su godine nominirani za prestižnu nagradu „World Spa Awards“, a spa Sea-Tox programi koji koristi najsuvremeniju medicinsku tehnologiju koja dubinski čisti organizam, balansira hormone, ublažava upale, aktivira staničnu regeneraciju, usporava oksidativni stres i povećava energiju, sve na bazi prirodnih sastojaka i svojstava lošinjske morske vode koji potiče proces samočišćenja tijela kroz detoksicirajuću hranu, ciljane vježbe i spa tretmane, zvuče izuzetno primamljivo. Jesu li upravo takvi programi dodatna vrijednost hotela iz grupacije LH&V i koliko doprinose ukupnom uspjehu poslovanja i produženju sezone?

Imaju i u vidu bogatu tradiciju Lošinja, njegove jedinstvene klimatske karakteristike i dokazanu ljekovitu baštinu (heritage of healing), wellness igra ključnu ulogu i predstavlja temeljnu komponentu u strategiji razvoja naših proizvoda. Naši programi wellnessa su jedinstveni i temelje se na holističkom pristupu, pružaju i ne samo vrhunske tretmane, već i iskustvo okoline dizajnirane da potiče unutarnji mir, prirode koja liječi i opušta te potiče stimulaciju svih osjetila. Vjerujte mi, isplati se isprobati – svakodnevno to osjećam na vlastitoj koži.

Lošinj ima bogatu ljekovitu tradiciju zbog jedinstvenih klimatskih karakteristika pa wellness igra ključnu ulogu i predstavlja temeljnu komponentu u strategiji razvoja Lošinj Hotels&Villas. FOTO: Lošinj Hotels&Villas

B&B: Grupacija LH&V zapošljava više od 500 djelatnika, a tijekom sezone, koja kod vas počinje već u ožujku, dodatnih više od 800 djelatnika. Koliko u prosjeku imate uvozne radne snage i iz kojih sve zemalja i može li se poslovanje zapravo danas planirati na parametrima uvozne radne snage? Koliko se to razlikuje od hotela u kojima ste prije radili ili su svi danas u više-manjoj istoj situaciji?

S obzirom na sezonsko poslovanje, danas niti jedna hotelska kompanija, pa tako ni LH&V ne može bez sezonskih djelatnika, ali i toj problematici se može pristupiti kreativno. Izgradnjom i održavanjem pravog odnosa s djelatnicima, kvalitetnim smještajem, ljudskim pristupom koji se temelji na poštenom odnosu, poštovanju rada i doprinosa kompaniji, jasnim zadacima i očekivanjima te dobrom financijskom nagradom, sezonski djelatnici će se vratiti i uvijek vam pokloniti svoje povjerenje, jednako kao i gosti. Sve hotelske kompanije imaju iste izazove, pristup mora biti takav da se stvara dobra atmosfera u kojoj se svaki djelatnik ili član tima osjeća dobro, da se cijeni njegov doprinos i da postoji iskren odnos kroz cijelu organizaciju.

B&B: Što bi to bilo presudno – osim naravno plaće – da se domaći ljudi u većoj mjeri odluče za rad u hotelima – jer je ipak velikim dijelom riječ o poslovima koji uključuju kuhanje, pospremanje, serviranje, čišćenje...?

Kako to kaže Chris Nassetta, CEO Hiltona, „culture eats strategy for breakfast“. Takav pristup je ključan za uspjeh, kompanija mora imati jasnu organizacijsku kulturu temeljenu na istinskim vrijednostima, etičkim načelima koje ljudi mogu usvojiti i s kojima se mogu identificirati. Kada pogledate uspješne kompanije nastale u posljednjih 30 godina, sve prakticiraju inkluzivnu kulturu, dijele zajedničke vrijednosti i nemaju stroga hijerarhijska pravila. Istovremeno, vidimo i brojne primjere organizacija sa strogom hijerarhijom, koje nisu baš uspješne i često se ne mogu nositi s izazovima današnjih konstantnih promjena i akceleracijom kojom se biznis danas kreće.

B&B: Koliko bi trebale iznositi plaće da bi naši ljudi zapravo ostajali raditi ovdje i može li si to čak i hotel vašeg ranga priuštiti? I koliko se po tome Hrvatska razlikuje od hotela na, primjerice, Bliskom istoku?

Na Bliskom istoku plaće managementa su znatno više nego u Hrvatskoj, dok se plaće zaposlenika u ugostiteljstvu ne razlikuju toliko. Glavna razlika je što zaposlenici na Bliskom istoku često dobivaju dodatne beneficije kao što su plaćeni smještaj, hrana, prijevoz, aviokarte za posjete kućima i slične pogodnosti. Međutim, važno je napomenuti da i na Bliskom istoku, kao i na Jadranu, postoje izazovi, poput loših poslodavaca, prevare i lažnih obećanja. Visina plaća ovisi o raznim čimbenicima, uključujući i prepoznatljivost brenda, razinu znanja, želju za učenjem, lojalnost i predanost poslu te odnos zaposlenika prema kompaniji. Primjerice, plaće zaposlenika Four Seasons i Aman hotela su zaista u visokom rangu, stoga poslodavci nemaju brige oko lojalnosti svojih zaposlenika, dok su s druge strane brojne hotelske kompanije na Bliskom istoku slične situaciji kao i mi na Jadranu.

‘Naše tržište nema geografska ograničenja, već se koncentriramo na psihografske segmente’

B&B: U Hrvatsku, to jest na Lošinj, vratili ste se s pozicije Cluster Commercial Direktora Hilton Ras Al Khaimaha u Ujedinjenim Arapskim Emiratomima, gdje ste proveli posljednje četiri godine, a prije dvije godine, 2021., proglašeni ste jednim od top 10 najboljih hotelskih direktora prodaje na Bliskom istoku prema portalu Hotelier Middle East. Budući da u Emirate dolaze raditi najuspješniji, najbolji i najplaćeniji menadžeri iz cijelog svijeta, riječ je o zaista velikom priznanju. Što se sve ocjenjivalo i što je bilo presudno da osvojite takvu prestižnu titulu?

Budući da sam po struci povjesničar umjetnosti, uvijek se trudim integrirati estetiku, filozofiju i holistički pristup u rješavanje poslovnih problema te dubinski istražiti izazove i naći kreativna rješenja. U ovom slučaju, bili smo suočeni s pandemijom covid-19 te smo morali pronaći načine kako održati poslovanje tijekom lockdowna, sačuvati radna mjesta za više od 400 ljudi koji rade u našim hotelima i iskoristiti prilike koje će se otvoriti nakon lockdowna. Zahvaljujući našim naporima i odlučnosti, uspjeli smo prevladati te izazove, a naš flagship Hilton RAK Resort je u 2020. godini postao drugi najuspješniji Hiltonov hotel u regiji EMEA (koja obuhvaća preko 600 hotela) i jedan od najuspješnijih hotela na Bliskom istoku uopće. Ovo priznanje nas je iznimno usređilo, a posebno sam ponosan jer smo većini naših zaposlenika omogućili podršku za njihove obitelji tijekom cijelog lockdowna, što im je bilo od ključne važnosti.

B&B: Što je potom presudilo da se ipak vratite u Hrvatsku, i to na Lošinj?

Presudna je bila kombinacija privatnih razloga te izazova koji Lošinj i LH&V pružaju. Kada sam dobio poziv naših vlasnika i nakon razgovora s njima, vidio sam da je potencijal koji imamo na Lošinju ogroman, to nije, da zajedno možemo izgraditi kompaniju i razviti destinaciju koja će biti značajna u mediteranskim okvirima. Posebno me veselila mogućnost suradnje s kolegom Zoranom Pejovićem, našim Chief Transformation Officerom, kojeg smatram jedim od najboljih poznavatelja luksuznog turizma u ovom dijelu svijeta. Vjerujem da zajedničkim radom i stručnošću možemo stvoriti LH&V kao paradigmu novog mediteranskog turizma i postaviti standard kvalitete u ovom području. Osim toga, iznimno mi je zadovoljstvo raditi u motiviranom timu i prijateljskoj atmosferi, uz podršku vlasnika s kojima imamo izvanredno produktivan i kvalitetan odnos.

B&B: Kakva je vaša suradnja s izvršnim direktorom Lošinj Hotels & Villas Martinom van Kanom, jednim od najcjeljenijih hotelskih menadžera, koji je već dio karijere proveo u hotelskoj grupaciji Intercontinental Hotels Group (IHG), a poziciju na Lošinju preuzeo je također ove godine? Koliko su vaše poslovne filozofije komplementarne? Martin je vrhunski profesionalac, vrlo kompleksna osoba s bogatim iskustvom rada diljem svijeta. Sjedi u upravnim odborima vodećih švicarskih ugostiteljskih akademija, a svojim angažmanom na Lošinju i u hrvatskom turizmu donio je novo osvježenje u vidu liderstva, inovacija i primjene mainstream platformi poput Open Tablea, posve novom pristupu praćenju uspješnosti i rezultata. Kako smo obojica stekli radno iskustvo u globalnim hotelskim lancima, dijelimo sličan jezik i razumijemo jedan drugoga, a uz to imamo priliku i razmijeniti znanja te puno naučiti jedan od drugoga. Često kombiniramo pristupe rada iz Hiltona i Intercontinentala, prilagođavajući ih specifičnim potrebama i

situaciji LH&V-a.

lanak je nastao u suradnji s Lošinj Hotels&Villas

<https://www.nacional.hr/ninoslav-vidovic-aerodrom-za-carter-letove-znacilo-bi-veliku-stvar-za-losinj/>

KLJU NE RIJE I:

LOŠINJ, Lošinj Hotels&Villas, ninoslav vidovi

AUTOR:

Orhidea Gaura

Hodak