



FLEXIBILITU hosté ocení

Prožijte aktivní odpoledne jen pár kroků od domova – propagují své „denní spa“ Lázně Teplice. A o tom to dneska celé je: prožít super zážitek, nejlépe během nanosekundy. Kdysi trval nejkratší pobyt v lázních tři týdny. V dnešní době to stihnete i za odpoledne...

Tlak trhu nutí i tak zaběhnuté instituce, jako jsou lázně, hledat nové produkty, které se těm, „ve kterých se nikam nespěchá“, příliš nepodobají. Motto dneška by tedy mohlo znít: s flexibilitou nejdál dojdeš... I přesto, že naše lázně krátkodobé pobyty nabízejí, stále jsou stěžejní klasické lázeňské pobyty. Cíleně se pak zaměřujeme na Medical Wellness. Princip je poskytnout péči organismu i duši a naladit klienta na zdravější životní styl, který si udrží i po svém odjezdu z lázní.

PATERO SPRÁVNÉHO PROVOZU PŘI AKTIVNÍM ODPOLEDNÍ:

Fitness přístroje necháváme pravidelně (jednou ročně či v případě potřeby) kontrolovat smluvním technikem.

Po každém klientovi dezinfikujeme vanu předepsaným hygienickým prostředkem – je dobré o tom klienta informovat. Po skončení pracovní doby vanu a její okolí ještě mechanicky čistíme.

Teplota termální vody používané ke koupeli je pravidelně dvakrát denně kontrolována. Na žádost klienta není problém teplotu vody přeměřit klasickým teploměrem. Krajská hygienická stanice pak provádí pravidelně rozbory vody.

Při koupeli má klient možnost využít signalizaci sloužící k přivolání lázeňské.

Při masáži používáme časoměřič, který klienta ubezpečí o správné délce masáže.

VEDOU MASÁŽE A KOUPELE

Z produktů, které může klient čerpat v rámci „denního spa“, jsem vybrala Aktivní odpoledne. Klienti ho mohou vnímat jako „lázně na zkoušku“ – v případě, že se do nich chystají nebo si potřebují odpočinout od každodenního stereotypu. „Tento typ produktu je speciálně navržen pro potřeby hned několika skupin – nejvíce se nám osvědčily zaměstnanecké poukázky a dárkové certifikáty, dále pak rodina či známý klienta, který je u nás na léčení. Není výjimkou ani klient, který do Teplic přijel za obchodem nebo na návštěvu,“ říká obchodní ředitelka **Yveta Slišková**.

„Tyto druhy produktů nabízíme samozřejmě na internetu, což je v dnešní době bezesporu nejsilnější médium, dále oslovujeme okolní firmy a snažíme se i o in-house prodej,“ dodává.

Při navrhování produktu je důležité, aby marketingové oddělení spolupracovalo se zaměstnanci, kteří se dostávají do přímého kontaktu s klientem. Jedině pak může vzniknout produkt, který respektuje nejen potřeby společnosti, ale i potřeby klientů. V žebříčku oblíbenosti vedou stále všechny druhy masáží a koupelí. Proto v ambulantním odpoledni najdete přísadovou aromaterapeutickou koupel variantně s termální koupelí následovanou částečnou ruční masáží. Nechybí ani vstup do fitness, doporučený před absolvováním koupeli a masáže, a pak zbývá už jen načer-

pat nějaké ty kilojouly s dárkovým poukazem v kavárně.

OBCHODNÍK V KAŽDÉM Z NÁS

„A jaký chutná vám?“ ptávala se mě moje babička, když jsem jí přes plot, rozumějte přes pult, „prodávala“ koláče v podobě nejrůznějších předmětů. Předpokládám, že se ve mně snažila vzbudit svého obchodního ducha, pohřbeného u šicího stroje. Určitě je tedy důležité, aby nejen obchodníci, ale i zaměstnanci přímo poskytující služby klientům měli procedury vyzkoušené a dokázali se vžít do klientových potřeb. Každý klient je jiný, proto se může stát, že námi namixovaný produkt klienta neuspokojí a on se poohlédne po další nabídce. „Chceme, aby od nás klient odcházel maximálně spokojený. Není problém si s přihlédnutím ke kapacitním možnostem k Aktivnímu odpolední dokoupit procedury další. Nabízí se třeba bahenní obklad, masáž plosek nohou nebo oxygenoterapie či bazén s termální vodou,“ ujišťuje vedoucí rehabilitace a balneoprovozu **Irena Šanovcová**, která pro lázně pracuje 42 let. Nejdůležitější je pro ni sice spokojený host, ale také spokojený zaměstnanec. I přesto, že zpětnou vazbu od klienta pokládá za nejvíce vypovídající, naučila se za léta praxe vyzorovat, jaké stížnosti jsou oprávněné a jaké už méně. Klient třeba přijde s tím, že ho masérka při masáži hladila a nemasírovala. Vždy je tedy důležité, aby komunikace mezi klientem a masérem probíhala jak před započatím masáže, tak i v jejím průběhu.

CO NEJVÍCE INFORMACÍ

V Lázních Teplice je velmi dobře vypracován systém proklientského chování, který ošetřuje veškerou komunikaci na všech střediscích lázní. Není proto náhoda, že když se mi klienti svěřují se svými prožitky, řadí chování personálu na první příčku. S klientem tedy komunikujte a nebojte se ho informovat o všech vašich úkonech – jak dlouho bude procedura trvat, jak s ním budete pracovat, jaké má možnosti, jaké pocity může mít při prováděné proceduře. A určitě není od věci, když svou kolegyni nebo kolegu podrobíte svým praktikám a zjistíte tak bez obalu zpětnou vazbu, na kterou se po skončení procedury nezapomeňte zeptat svého opravdového svěřence. ■



Ivona Kleinová, manažerka zákaznických vztahů Lázně Teplice v Čechách