



Novi, stari dobri hotel Palisad. A može i: stari, dobri novi hotel Palisad. U svakom slučaju, Palisad je od prošle godine u novom ruhu, po mišljenju svih - izuzetno lepom, čak lepšem od očekivanja. To nije samo mišljenje onih starih, stalnih, već i novih gostiju, koji su za kratko vreme ušli u familiju najposećenijeg i najznačajnijeg zlatiborskog hotela.

- Sa novim izgledom, uz naše stalne i verne goste, dobili smo značajan broj novih gostiju, što utiče na naš turistički promet, ali i na povećanje broja gostiju na najposećenijoj srpskoj planini - naglasio je direktor hotela Palisad, Vojislav Janjić, izrazivši zadovoljstvo što su i stari i novi gosti prepoznali ono što je urađeno u prethodnom periodu, pa se sada dešava da se čak više meseci unapred mora rezervisati smeštaj, pogotovo kada je sezona, pa čak i kada je vansezona u pitanju.

-Ono što smo mi u prethodnom periodu radili, a tiče se dobijanja nove, četvrte zvezdice, vezano je za nove sobe u Bloku A, uređivanje svih javnih prostora, restorana, itd. Ta rekonstrukcija traje četiri godine, ali tu nije kraj. Palisad je uvek bio, jeste i biće lider kada je turizam na Zlatiboru u pitanju. Pre svega zbog svojih kapaciteta, veličine i činjenice da punih 50 godina egzistira. U jednome periodu konkurencija je napredovala, prevazišla ono što smo mi kao turistički proizvod u datom trenutku mogli da ponudimo, pre svega mislim na kvalitet, i bilo je prirodno da prepoznamo interes da taj turistički proizvod zanovimo, gledajući i obraćajući se tržištu sa onim što smo konkretno uradili, što smo na kraju krajeva završili u prethodnoj godini, a što su gosti i te kako prepoznali. Naravno da sam zadovoljan što su apsolutno svi koji uđu u nove sobe i u javne prostore hotela Palisad, zadovoljni njihovim izgledom.

Rukovodeća garnitura hotela Palisad takođe je shvatila da bez stalnog, kontinuiranog marketinškog nastupa na sve probirljivijem srpskom turističkom tržištu, nema napretka. Ne samo da ste taj deo sredili, nego ste se i marketinški približili svojim klijentima, prezentacijama, promocijama na gotovo svim manifestacijama ove vrste u zemlji i inostranstvu. - U situaciji u kojoj je bitka za tržište konstantna, često i "nepravедna", marketing je jedno od glavnih oružja. Bez marketinga nema uspeha, čak i u situacijama u kojima firma, preduzeće, "tone", marketing je poslednje gde treba da se štedi. Ono u čemu u poslednje vreme i te kako vodimo računa jeste da se što bolje pozicioniramo na tržištu, što podrazumeva aktivnosti i sve ono što činimo kako bismo se pozicionirali jeste savremeni marketinški pristup.

Vidimo da je na svim sportskim terenima hotela "Palisad" puno sportskih ekipa. Da li to znači da je tzv. sportski turizam najvažnija aktivnost u poslovanju hotela?

- Sportski sadržaji su bili i ostali jedan od najvažnijih segmenata u našem poslovanju. Zato smo ih u prethodne tri godine ne samo inovirali već i izgradili nove sadržaje, kako bi proširili našu ponudu. Uradili smo to zbog toga što smo predosetili, da u nekom narednom periodu

Zlatibor može da pruži fantastične uslove sportistima za treninge. Kada smo to uradili, mi smo se prošle godine, krajem juna, jula, pa čak i avgusta, potpuno preporodili, jer se turistički promet povećao i 10 puta u odnosu na period pre izgradnje sportskih terena. U svemu tome kumovala je i rekonstrukcija samog hotela, soba, javnih prostora, relax centra zajedno sa pratećim sadržajima koji su i te kako bitni kada je trenažni proces u pitanju, tako da to jeste jedan pogodak, koji nam sad donosi benefite.

Nama su svi segmenti turističke ponude izuzetno važni i dobro je što se oni, na neki način ne poklapaju. Tako individualni gosti, porodice i pojedinci koji dolaze da uživaju u prirodnim blagodetima Zlatibora, dolaze u januaru, februaru, julu, avgustu, čak i delom septembra. Kongresi, seminari i sva dešavanja vezana za taj vid aktivnosti dolaze u maju, junu, septembru i oktobru. Ipak, najveći deo turistički prometa Palisada, čak 60%, odlazi na kongresni turizam i to je upravo nešto što je nama glavni adut kada je poslovanje hotela u pitanju, što nam i te kako znači, jer možemo da napravimo dobre planove, da osmislimo kvalitetne aktivnosti, i da angažujemo ljudske resurse onako kako treba da bi sve to ispoštovali, da bi oni koji dolaze i koji ih dovode bili zadovoljni.

I u godini kada hotel Palisad obeležava 50 godina rada, imate planova za budućnost?

- Ono što u narednom periodu, tj. u sledećoj fazi planiramo, u cilju zaokruženja kompletnog turističkog proizvoda, jeste izgradnja wellness&spa centra na oko 2,5 hiljade m² u okviru hotela, koji će pomiriti sve strukture gostiju, i sportiste, i individualne i kongresne goste, koji takođe imaju svoje želje u tom pravcu. Očekuje nas izgradnja sale od 1.000 ljudi. Mi je imamo, gore u "Srbiji", ali bitno je da bude u okviru samog hotela i da bude multifunkcionalna i gde će se održavati aktivnosti vezane za kongresni turizam, bankete, ali i za sportske događaje. Ovo sve se planira da bude završeno do kraja 2016. godine. Ono što nas nakon toga očekuje, ukoliko se stvori potreba, a uveren sam da hoće, je da Depandans hotela potpuno preuredimo, da li ćemo ga potpuno srušiti i podići novu zgrada za 200 soba, je plan za budućnost. Smatram da će se javiti potreba za novim smeštajnim kapacitetima koji neće za sada ići na nivou 4 superior zvezdice, već na nivo 3 zvezdice, što će biti pristupačnije i onima koji nisu raspoloženi da plate veliku cenu za ono što nudimo - najavio je Vojislav Janjić i uputio poruku i starim i novim gostima da će svi zaposleni u hotelu Palisad, kao i u prethodnih pola veka, nastojati da ispune sva očekivanja gostiju.



