

Polsko jako tekutá modernita, pohled zevnitř

- Jaké jsou mezi námi rozdíly?
- Co se změnilo?
- Na co se zaměřit?
- Má smysl investovat 90% času a úsilí s 10% ziskem z aktivity?
- **Změnit málo a získat hodně!**
- Niech się Pan/Pani nie martwi. Všechno bude dobře.



Co je jinak

1. **sebevědomí rozvinutého národa** : sídla velkých firem se přesouvají do Polska, Tusk: Google, Microsoft, Frontex....Notino
2. **průměrná mzda: II.kv.2025 50 738 zł**
3. **ubytovací capacity**: největší nárůst počtu 5* hotelů
4. **silniční síť**: dostupnost a mobilita: **5206 km dálnic a rychlostních komunikací**
5. **letecká doprava**: odpravení za III.kv. Katowice: 5,8 mil. pasažérů, Krakov 9,9 mil. Praha za rok 2024 odpravila 16,4 mil. cestujících.





TRENDY 2025

V letošním roce **POPRVÉ** Poláci dali přednost **zahraniční dovolené** před pobytem v Polsku. **Mají porovnání s jinými destinacemi: služby x cena.**

Poláci častěji vyjíždějí na kratší dovolenou a vícekrát v roce

Nejčastěji rezervují 7-8 dnů: 73%.
Booking a Airbnb!

V průběhu roku se soustřeďují na dlouhé víkendy nebo svátky, np. svátek Valentýna atd.



TRENDY 2025

- Letošní rok vysoký zájem o **podzimní dovolenou**
- 84% Poláků plánuje výjezd, převažuje Polsko
- hory: 55%, moře 43%, jezera 19%
- **Co vybírají:** hotel: wellness + basen
- 48% chce dobrou kuchyni, chtějí okusit regionální jídla, „něco jiného“
- 41% pojede v době dlouhého víkendu (státní svátek 11.11.)
- Rezervují 2-3 týdny dopředu

TRENDY 2025

Ubytování : přesun od noclehu k zážitku

Očekávají nejen ubytování ale celý balíček služeb: pro různé cílové skupiny x roční období

Něco výjimečného, jiného: večere při svíčkách

Regionální kuchyni „něco neočekávaného“

Hotel:

Vyšší příjem a PŘEDEVŠÍM budování značky

Jak zjišťují: ptají se klienta !!!!!

Pro české hotely: vysvětlit formulář cizinecká policie, nejlépe na webu, pokud není recepce

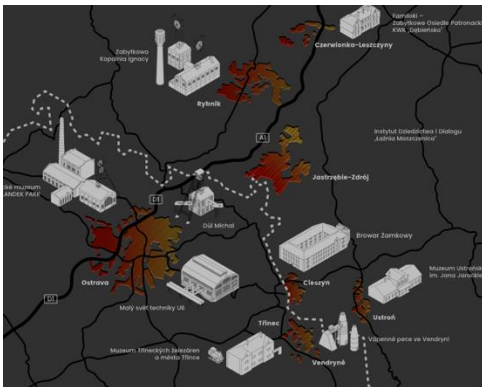
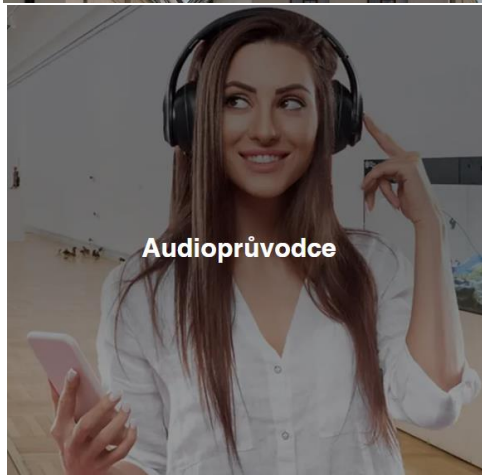
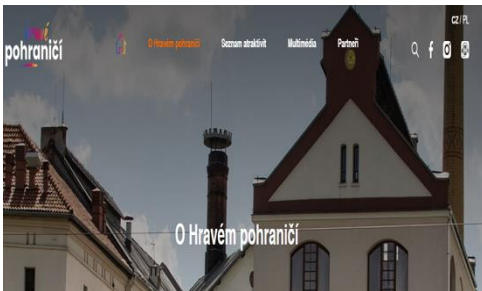
ANO TAK

Průvodce

vlastní produkt: slevová karta

„obrázková kultura“

Jednoduše přehledně



Jídelní lístek



JÍDELNÍ LÍSTEK

POLÉVKY

Česnečka	45 Kč
Gulášová polévka	60 Kč



HLAVNÍ JÍDLA

Vepřo knedlo zelo	150 Kč
Řízek s bramborovým salátem	170 Kč
Svičková na smetaně	190 Kč



DEZERTY

Palačinky s ovocem	75 Kč
Jablečný závin	55 Kč
Medovník	65 Kč

NÁPOJE

Káva	35 Kč
Čaj	30 Kč
Pivo	40 Kč

Snídaňový jídelní lístek

Breakfast menu / Menu śniadaniowe

Podávané od 08:00 do 10:30 od pondělí do soboty

Served from 08:00 to 10:30 Monday to Saturday / serwowane od 08:00 do 10:30 od poniedziałku do soboty

Míchaná vajíčka ze 3 vajec se šunkou / cibulí / slaninou / sýrem 1a, 3, 7 149,-

Scrambled eggs from 3 eggs with ham / onion / bacon / cheese / Jajecznicza z 3 jaj z szynką / cebulą / bekonem / serem

Smažená vejce (3ks) se šunkou / slaninou / sýrem 1a, 3, 7 149,-
Fried eggs (3 pcs) with ham / bacon / cheese / Jajka sadzone (3 szt.) z szynką / bekonem / serem

Omeleta ze 3 vajec se šunkou / slaninou / sýrem 1a, 3, 7 149,-
3 egg omelette with ham / bacon / cheese / Omlet z 3 jaj z szynką / bekonem / serem

Anglická snídaně / slanina, sázené vejce, párky, fazole v tomatu, bramborový placek / 1a, 3 179,-
English breakfast / bacon, fried eggs, sausages, beans in tomato, potato pancake / Angielskie śniadanie / bekon, jajka sadzone, kielbaski, fasolka w pomidorach, placek ziemniaczany /

V ceně snídaňového menu je započtena samotná snídaně, 2 dcl pomerančového džusu a pečivo / the price of the breakfast menu includes breakfast itself, 2 dcl of orange juice and pastries / cena menu śniadaniowego obejmuje samo śniadanie, 2 dcl soku pomarańczowego i pieczywo

www.ostrawica.cz

provozovatel: Ostrawica lokál s.r.o.
28.října 770 / 6 Ostrava
702 00



Bezmasá jídla a ZELENINKA



Neznám restauraci, kde není možné platit kartou
NE: platné toalety jen v hotovosti



Nemusí být PL ale aspoň AJ

Language ▲

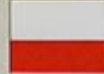
 Čeština

 English

 Deutsch

Language ▲

 Čeština

 Polski

 English

KROKY k získání KLIENTA nebo ŠANCE KONKURENCE



1. mám informaci (web, jídelní lístek, audioguide...) v jiném **jazyce** než češtině?

2. **Přepočet ceny** v on-line

3. Jsem **označený** nebo si mně musí najít

4. **Personál**: bolest každé firmy ALE: nutíme je k přívětivému přístupu?

5. **Prezentuji vše**, co zákazník může získat: slevová karta a její výhody, partnerské smlouvy s jinými subjekty, atrakce v okolí

6. Víím co a za jakou cenu nabízí **konkurence**?

7. Využil jsem **blízkosti** Polska v navázání spolupráce? Ustroń, CK atd.



Jak my je vidíme
Jaká je realita
Jak si zjišťuji informace a vyhodnocuji



Zjistím:

Kdo je mým klientem:

Věk, lokalizaci

Na co **reaguje**

Na co se **ptá**

Jak **nabídnout**, aby to bylo pro klienta atraktivní a přijatelné

Co nabídnout

Co vyhledávají a po čem se ptají

1. co je **typické a jen u Vás**

-dejte, co je typické a obvyklé na daném místě

2. **hrady a zámky, UNESCO**

Pokud nejsou daleko, dejte je k nabídce, budou tahákem: ubytovatelé

3. **atmosféra regionálních míst**

Napište o nich, VY upozorněte, nečekejte, že klient se je bude hledat

4. **jídlo a zábava**: regionální

5. **cyklostezky**



kolonia Mazurska dom i tajnia w środku lasu

iztynek, Mazury, Warmia, Mazury Zachodnie, Polska

oturystyka • Zapraszamy ze zwierzakami • Przygotowujemy dla Was
rdania



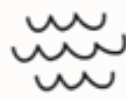
koje lub
ty dom z
wnianych
oali do
ynajęcia



podczas
wakacji
podajemy
śniadania



sporo
klimatycznej
wspólnej
przestrzeni
w środku



w promieniu
30 km
mamy 80
jezior,
najbliższe
1200 m od



za oknem
ponad 150
km² Puszczy
Napiwodzko
– Ramuckiej

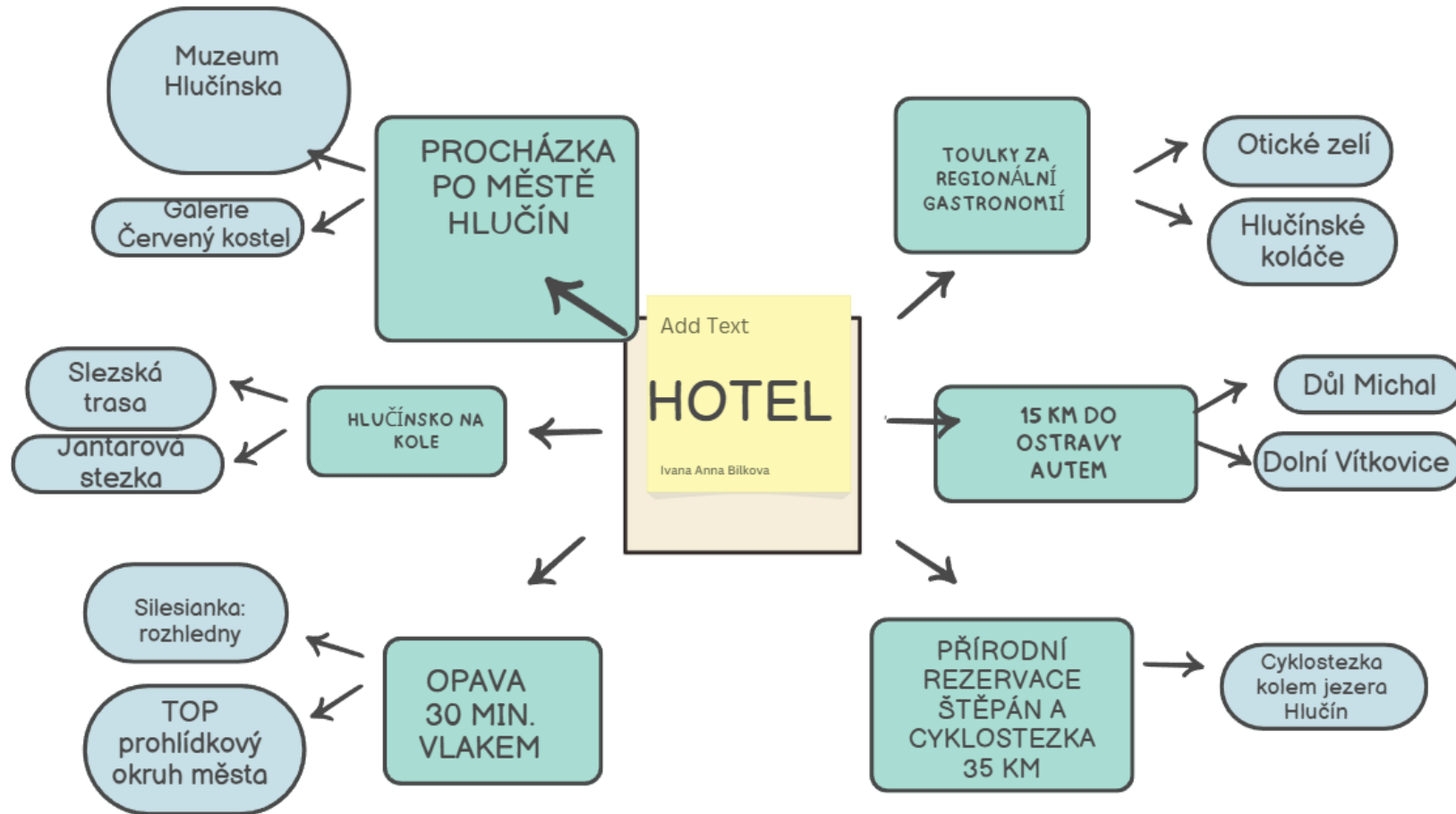


lul
na
psial
korzi
ka

NEDĚLEJTE

1. **Pravda:** nevymýšlejte! Nemusí být vždy atrakce! Odpočinek v přírodě.
2. **Překlad:** buď celý web nebo nic, máme AI
3. **Obsah:** text výstižný a napěchovaný fakty a informacemi
4. **Fotky skutečné,** potvrzeno výzkumem
3. **Prodejte sebe** x více vám uvěří
4. **Příběh, legenda,** nejlépe jak by to bylo spojené ještě s Poláky

Udržte si klienta na co nejdéle? Kdo se rád pořád balí a vybaluje?



Děkuji za pozornost

Ivana Bílková

+420 506 555 415



CZ-PL

Business Consulting and Services

