

## Oda, Kahvaltı ve Ötesi

Tüketicinin “ödediği para karşılığında daha fazla değer” beklentisi, şirketlerin yaratıcılığını tetikliyor ve şaşırtıcı çözümler doğuruyor. Daha fazla değer yaratmanın yolu bir sektörden diğerine, hatta aynı sektör içinde farklılık gösteriyor. Yolcuların verimlilik arayışı sonucunda büyüyen bütçe otelleri kategorisi sunduğu değeri tekrar tanımlama ve zenginleştirme konusunda liderliği ele almış durumda. Müthiş tasarım, güncel teknoloji, güçlü ilişki yönetimi... Bu araçlardan bazen birini, bazen de tümünü kullanarak oda-kahvaltının ötesine geçen uygulamalar Avrupa’dan başlayarak dünyanın dört bir yanına yayılıyor.



Schiphol Havalimanı’nda faaliyet gösteren “CitizenM” ikinci otelini birkaç ay önce, yine Amsterdam’da açtı. Yeni otel World Trade Center’a birkaç dakika uzaklıkta bulunuyor. CitizenM’in hedef kitlesi işlerini internet üzerinden halleden, teknolojiyi rahatça kullanan, iş için seyahat eden ve kaldığı otelde tasarım öğeleri arayan genç profesyoneller... CitizenM hedef kitlesinin özelliklerini göz önünde bulundurarak bir otelde yaşamaya alıştırdığımız süreçleri yılıyor, tekrar tanımlıyor: Check-in lobideki kabinlerde yapılıyor ve sadece iki dakika sürüyor. Odalar ferah ve kullanışlı; yerden tavana uzanan camlar, Frette çarşaf ve ısıdan perdelerle birçok şeyi kontrol eden “MoodPad” genç profesyonelleri kalbinden vuruyor. Otelin restoranı ise “self-servis” ve tüm yiyecekler otomatlardan satın alınıyor! Gecelik fiyat 69 Euro’dan başlıyor. CitizenM’in işleri çok iyi gidiyor. Üçüncüsü yıl sonuna doğru Glasgow’da açılacak.

Yine Amsterdam’daki “Hotel V”, misafirleri ile kurduğu ilişkiye insani özellikler ekleyerek kendini ayırtırmayı hedefliyor. Hotel V’de çalışan her görevli kendisini “şehir elçisi” olarak konumlandırıyor. Şehrin mutlaka görülmesi gereken noktalarının yanısıra dönemsel olarak “moda” olan yerleri biliyor. Misafirleri şehrin en “cool” yerlerine yönlendirebiliyor. Bu ipuçları ile zenginleşen konaklamanın bedeli 79 Euro’dan başlıyor.

Paris’deki “Mama Shelter” ise anlatmaya değer bir deneyim sunmak için tasarımın gücünden faydalanıyor. Mama Shelter, dünyaca ünlü tasarımcı Philippe Starck tarafından, büyük bir katotoparkının dönüştürülmesi ile yaratıldı. Beton duvarlar korundu, fakat içerideki tüm malzemeler tasarımın yüksek katma-değeri ile seçildi ve şekillendirildi. Stack’in lobi için tasarladığı ağaç kütüğü tabureler çok konuşulan tasarım öğeleri arasında. Otel, tüm bu tasarım deneyiminin yanısıra, ücretsiz iMac eğlence ve scooter kiralama imkanı da sunuyor... Starck harikası bu otelde kalmanın bedeli ise sadece 89 Euro.

Çözümler farklılık gösterse de başlangıç noktaları hep aynı: Her zamankinden daha fazla sorgulayan yeni tüketici, ödediği paraya değdiğine nasıl ikna edilir?

