



Euro Attractions Show

Martes, 30 de enero de 2007

14:30 - 15:30

Servicio de Habitaciones:

Cómo los Parques de Atracciones pueden
añadir
alojamiento y nuevas corrientes de beneficio a
su Operación.

Andreas Stickel
Hannes W. Mairinger
Raquel López

Euro Attractions Show
30 Enero – 1 Febrero, 2007
Fibes
Seville, España

Hannes Mairinger

Servicio de habitaciones: Cómo pueden los Parques de Atracciones añadir plazas hoteleras y nuevas fuentes de ingresos a su funcionamiento

Diapositiva 1

Heide-Park Soltau

Diapositiva 2

Mapa de Alemania con Soltau

Diapositiva 3

Estrategias de Marketing

Zona de captación

Diapositiva 4

Datos sobre Heide Park

- ❖ **Inaugurado el 19.08.1978 con 6 atracciones y 1 espectáculo**
- ❖ **El mayor parque de ocio del norte de Alemania con más de 50 atracciones y espectáculos**
- ❖ **Dos atracciones que han conseguido el récord Guinness**
- ❖ **Más de 850.000 m3**
- ❖ **1,4 Millones de visitantes al año**
- ❖ **Hasta 900 empleados**
- ❖ **Temporada 2007 del 24 de marzo al 4 de noviembre**
- ❖ **Parte del Grupo Tussauds desde enero de 2002**

Diapositiva 5

Cómo conseguir clientes futuros

- ❖ **Ampliación de la zona de captación proporcionando alojamiento**
- ❖ **Nuevos grupos de clientes al crear recintos para los eventos y funciones**
- ❖ **Conseguir nuevos grupos de visitantes de Escandinavia, Berlín y Colonia y de los nuevos miembros de la UE procedentes de los países del este.**

Diapositiva 6

Campamento de vacaciones

1. Paso:

- ❖ **El campamento de vacaciones con 66 casas construido en 2005**
- ❖ **Tema caribeño**
- ❖ **Casas de 2 a 12 huéspedes**
- ❖ **Playa, zona de barbacoa, campo de juego**
- ❖ **Instalaciones deportivas**
- ❖ **Ocio**

Diapositiva 7

Fotos del campamento de vacaciones

Diapositiva 8

Fotos del campamento de vacaciones

❖ **Club de Playa**

Diapositiva 9

Recinto para espectáculo

Recinto para espectáculo para 4.000 asistentes

Diapositiva 10

Campamento de Vacaciones

2. Paso:

❖ **Construcción de 30 unidades adicionales (15 casas) en invierno 2005/2006**

Ampliación (15 casas nivel estándar superior con baños incluidos)

Diapositiva 11

Resultados de los Pasos 1 + 2

❖ **50% de todos los residentes son visitantes adicionales**

❖ **30% de todas las entradas vendidas en el campamento son entradas de dos días**

❖ **Cantidad total de entradas vendidas 37.868**

❖ **26 % de beneficio sobre la inversión**

Diapositiva 12

2007

❖ **Inauguración de un hotel de 3 estrellas con 660 camas,
170 habitaciones familiares**

❖ **Situado en “Holland Dorf”**

❖ **Buffet, restaurante a la carta, bar**

❖ **Espectáculo al aire libre y en el interior**

❖ **Sala de conferencias y de reuniones**

Diapositiva 13

Estrategia general

❖ **Desarrollar el Heide Park como una visita de un día a un Resort Cercano y como lugar de reuniones de negocios, conferencias y eventos en el norte de Alemania.**

Raquel Lopez

Servicio de Habitaciones: La Manera de Incorporar el Alojamiento y Generar Nuevas Fuentes de Ingreso en las Operaciones de los Parques de Atracciones

Diapositiva 1

PortAventura Resort: Hoteles

Diapositiva 2

INDICE

PortAventura Resort Hoy 3

Los Hoteles como una Unidad de Negocios 9

Datos 14

Diapositiva 3

PortAventura Resort Hoy

Diapositiva 4

Mapa

Diapositiva 5

PortAventura Park

- El Parque Temático líder en España con más de 37 millones de visitas en sus 11 años de experiencia.
- Un reconocimiento notable en el mercado internacional (más del 35% de los visitantes proceden de países extranjeros).
- Calendario de apertura amplio con Eventos Temáticos en Halloween y Navidad.
- Más de 30 atracciones y 100 espectáculos diarios, 28 tiendas con productos exclusivos y 75 puntos de venta de Alimentos y Bebidas.

Diapositiva 6

Caribe Aquatic Park

- El Parque Acuático de temática “Caribeña” comenzó su andadura en 2002, con una media anual de 500.000 visitas.
- 100.000 pies cuadrados de piscinas y playas.
- Piscinas infantiles y 14 atracciones acuáticas.
- Una zona cubierta climatizada abierta todo el año: Gran Caribe.
- 11 bares y restaurantes y 2 tiendas.

Diapositiva 7

Beach Club

- El Beach Club es un lugar exclusivo e idílico junto al mar.
- 7 piscinas, incluidas:
 - ❖ Piscina infantil, piscina climatizada exterior, balneario, piscina de arena y piscina deportiva.
- Amplia variedad y gran calidad en la oferta gastronómica:

- ❖ Barbacoas, autoservicio, bares, chill-out y el magnífico restaurante Lumine.
- Actividades lúdicas y animación infantil.
- Balneario y zona de relajación.

Diapositiva 8

Hoteles PortAventura

Tres hoteles tematizados: Hotel PortAventura, Hotel El Paso y Hotel Caribe.

- Todos los hoteles son de 4 estrellas con 500 habitaciones de lujo y tienen como cliente objetivo a las familias.
- Productos exclusivos para encargos especiales:
 - Club San Juan
 - Club Woody & Friends

Diapositiva 9

Los Hoteles como una unidad de negocios: un paso natural

Diapositiva 10

¿Por qué se deben integrar los Hoteles?

- Para brindar una oferta completa a los clientes “tradicionales” de PortAventura Park que deseen pasar más tiempo con nosotros.
- Para atraer nuevos segmentos de mercado que buscan una propuesta diferente atraídos, entre otras razones, por la experiencia del Parque Temático (estancias cortas y turistas).
- Para romper con la estacionalidad manifiesta del Parque Temático.
- Para crear nuevas oportunidades de negocio en mercados “vírgenes”: Segmento CORPORATIVO.

Diapositiva 11

Huéspedes del hotel: beneficios para PortAventura Resort

- Posicionamiento comercial: Concepto del “paquete con Hotel”.
- Acceso ilimitado a PortAventura Park.
- Acceso a Caribe Aquatic Park
- Acceso al Beach Club
- Desayuno con un personaje
- Espectáculos especiales

Diapositiva 12

Huéspedes del hotel: beneficios para PortAventura Resort

- Acceso preferente a las atracciones PortAventura Pass.
- Servicio de recogida.
- Disponibilidad de zonas exclusivas para los huéspedes de los hoteles del Parque y/o espectáculos especiales.

El huésped está dispuesto a pagar una “prima” por todos estos servicios de VALOR AÑADIDO

Diapositiva 13

¿Qué hemos logrado?

- PortAventura Resort se ha convertido en un destino por sí mismo que atrae clientes nuevos a Costa Daurada.

- Los hoteles son un referente en la zona:
 - ❖ Hoteles Tematizados únicos en la zona.
 - ❖ Integración total con las otras instalaciones del Resort (PortAventura Park, Caribe Aquatic Park y Beach Club).

Diapositiva 14

Datos

Diapositiva 15

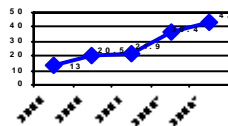
La opinión del huésped

- Objetivo: lograr la Excelencia en la satisfacción del Huésped.
 - ❖ Más del 92% de los huéspedes recomiendan nuestros hoteles.
 - ❖ Más del 80% consideran que los hoteles son “Excelentes” o “Muy buenos”.
 - ❖ Más del 75% de los huéspedes vuelven a hospedarse en nuestros hoteles.
 - ❖ Más del 20% de los huéspedes que se han alojado este año ya se habían alojado anteriormente.

Diapositiva 16

Fuente de Ingreso de los Hoteles

- Los hoteles son una de las fuentes de ingresos claves de PortAventura Resort generando más de 43 M € en 2006.



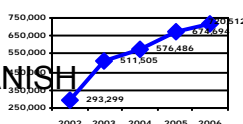
- Alcanzamos una tasa de ocupación del 72% en 2006, con más de 800.000 pernотaciones.

Diapositiva 17

Fuente de Ingreso de los Hoteles

- Los huéspedes de los hoteles sumaron más de 700.000 visitas a PortAventura Park en 2006.
- El 18% de los huéspedes han manifestado que no hubiesen visitado PortAventura Resort si no hubiesen hoteles.

Visitas a PortAventura Park procedentes de los hoteles PA



Diapositiva 18

“El Secreto del Éxito”

- Producto exclusivo.
- Integración total: centrada en el “cliente del RESORT”.
- Sinergias poderosas con la Organización: Servicios Centrales, Administración, Estudio de Mercado, Ventas, etc.