

Hotel koji se iznova gradi svake zime



ICEHOTEL se nalazi na severu Švedske, u arktičkom području. Njegova priča počinje 1989. godine, kada je Yngve Bergqvist napravio galeriju od leda i snega pod nazivom Arctic Hall. Kada su lokalni smeštajni kapaciteti bili popunjeni, nekoliko posetilaca dobilo je ideju da prespava u toj ledenoj građevini. Gosti su dobili tople vreće za spavanje i uputstva kako da provedu noć na niskoj temperaturi. Njihovo oduševljenje iskustvom dovelo je do nastanka ICEHOTEL-a.

ICEHOTEL udaljen je 200 km od Arktičkog kruga i nalazi se u nestvarnom prirodnom okruženju, odakle se pruža najbolji pogled na Auroru Borealis - Polarnu svetlost.

Od tada se ICEHOTEL razvijao iz godine u godinu. Međutim, njegova priča nije zasnovana na tome da se jednom izgradi objekat koji će decenijama izgledati isto. **ICEHOTEL se iznova stvara.**

Tokom zime, led iz reke Torne koristi se za izgradnju hotela, njegovih soba, hodnika i umetničkih prostora. Svake godine umetnici i dizajneri iz različitih zemalja predlažu nove koncepte. Od velikog broja pristiglih predloga bira se ograničen broj projekata koji će biti realizovani. Tako se svake zime pojavljuju novi prostori, nove priče i nova umetnička dela.

Zbog toga poseta ICEHOTEL-u nije potpuno isto iskustvo iz godine u godinu. Gost koji je hotel posetio prošle zime može se sledeće godine vratiti i zateći potpuno drugačiji ambijent.

Hotel u kojem soba nije samo soba

ICEHOTEL nudi klasične ledene sobe, ali i posebno dizajnirane Art Apartmane. Svaki od njih je zamišljen kao jedinstveno umetničko delo koje su ručno oblikovali odabrani umetnici. Zidovi, skulpture i detalji napravljeni su od snega i leda, a temperatura u sobama je oko -5°C .

Gost, međutim, nije prepušten hladnoći. Kreveti imaju debele dušeke, irvasove kože i specijalne tople vreće za spavanje. Tuševi, toaleti, garderoba i sauna nalaze se u zagrejanom delu hotela. Ujutru gostima se služi topao sok od brusnice.

Na taj način hotel kombinuje nešto što bi na prvi pogled moglo delovati kao nelagoda — spavanje na temperaturi ispod nule — sa elementima komfora i pažljivo osmišljenim detaljima. Gost tako ne kupuje samo krevet i nekoliko kvadratnih metara prostora - on kupuje noć u umetničkom delu napravljenom od leda, priču koju će moći da prepričava, fotografije koje će podeliti i iskustvo koje se razlikuje od uobičajenog hotelskog boravka.

ICEHOTEL nije namenjen samo gostima koji u njemu spavaju. Tokom dana njegove ledene sobe i umetnički prostori mogu se posetiti i kao izložba. Tako isti prostor tokom dana funkcioniše kao umetnička i turistička atrakcija, a tokom noći kao hotel. Samim tim, vrednost koju korisnik dobija ne nastaje samo u trenutku kada legne u krevet. Ona se gradi kroz čitav niz kontakata.

Problem koji je priroda postavila pred hotel

Iako upravo led čini ICEHOTEL posebnim, on istovremeno predstavlja i veliki poslovni izazov. Tradicionalni zimski ICEHOTEL je privremen. Kada se približi proleće i temperatura poraste, ledena konstrukcija počinje da se topi, a voda se vraća u prirodni ciklus reke Torne. Hotel tako svake godine nestaje i zatim se ponovo gradi.

Za hotelski biznis to otvara zanimljiva pitanja: Kako prodavati smeštaj koji ima ograničen životni vek? Šta se dešava sa kapacitetom ako određena soba ostane prazna određene noći?

Za razliku od fizičkog proizvoda koji može ostati na polici i biti prodat sutra, neiskorišćena hotelska noć ne može se sačuvati za budućnost. ICEHOTEL je na ovaj problem odgovorio novim poslovnim modelom.

Godine 2016. otvoren je ICEHOTEL 365, trajni deo kompleksa koji omogućava gostima da iskuse ledeni hotel tokom cele godine. U njemu se nalazi 18 Art i Deluxe Suite soba, ledeni bar i prostor posvećen istoriji i umetnosti ICEHOTEL-a. Temperatura se održava na oko -5°C , a tokom leta sistem hlađenja koristi energiju solarnih panela. Tako je hotel napravio zanimljivu kombinaciju:

Zimski ICEHOTEL: privremen, svake godine drugačiji

ICEHOTEL 365: dostupan tokom cele godine, ali zadržava osnovno iskustvo boravka u prostoru od leda i snega.

Iskustvo koje nije isto za svakog gosta

ICEHOTEL ima još jedan izazov. Ono što je za jednog gosta vrhunsko iskustvo može za drugog predstavljati neprijatnost.

Jedan gost može biti oduševljen time što spava na temperaturi ispod nule, dok drugi može smatrati da je previše hladno. Nekome će jedinstvena umetnička soba predstavljati najveću vrednost, dok će drugi više ceniti saunu, topli napitak ili aktivnosti u prirodi.

ICEHOTEL nudi, između ostalog, radionicu pravljenja skulptura od leda, u kojoj gost dobija blok leda iz reke Torne, instrukcije vodiča i zatim sam učestvuje u izradi svoje skulpture. Vodič objašnjava tehniku i daje instrukcije, ali konačno iskustvo zavisi i od samog korisnika — njegove angažovanosti, veštine, pitanja, kreativnosti i načina na koji učestvuje. Dakle, usluga ne postoji kao gotov proizvod koji gost samo „preuzme“ — ona nastaje tokom interakcije gosta i pružaoca usluge.

Zato se postavlja važno pitanje: Može li hotel koji se zasniva na jedinstvenom iskustvu uopšte potpuno standardizovati svoju uslugu?

S jedne strane, gost očekuje određeni nivo kvaliteta i sigurnosti. S druge strane, deo vrednosti ICEHOTEL-a upravo proizlazi iz njegove različitosti, nepredvidivosti i individualnog iskustva.

Izvor: [sajt hotela](#)

Pitanja za diskusiju:

1. Koje karakteristike usluga prepoznajete u primeru ICEHOTEL-a?
2. Šta gost ICEHOTEL-a zapravo kupuje – smeštaj, fizički prostor ili iskustvo? Obrazložite svoj odgovor.
3. Pre nego što rezervišete boravak, gost ne može da iskusi uslugu ICEHOTEL-a. Na koje načine hotel može da smanji neizvesnost i uveri potencijalnog gosta u vrednost usluge?
4. Koji fizički elementi ICEHOTEL-a pomažu da se neopipljiva vrednost usluge učini „opipljivijom“?
5. U kom delu iskustva ICEHOTEL-a korisnik istovremeno postaje i učesnik u stvaranju usluge?

6. Zamislite da ICEHOTEL unapred pripremi savršeno uređenu ledenu sobu, ali gost tokom boravka nema nikakvu interakciju sa zaposlenima i ne učestvuje ni u jednoj aktivnosti. Da li bi usluga koju hotel pruža bila ista?
7. Koliko kvalitet usluge zavisi od samog korisnika? Da li korisnik svojim ponašanjem može poboljšati ili pogoršati uslugu koju dobija?
8. Zašto dva gosta ICEHOTEL-a mogu dobiti potpuno različito iskustvo iako koriste istu uslugu? Navedite što više faktora koji mogu uticati na njihovo zadovoljstvo.
9. ICEHOTEL svake godine angažuje različite umetnike i dobija nove sobe i umetničke sadržaje. Da li je ova promenljivost problem za kvalitet usluge ili deo vrednosti koju hotel nudi? Obrazložite.
10. Da li bi ICEHOTEL trebalo da nastoji da što više standardizuje svoju uslugu ili da zadrži što veću različitost i individualnost? Koje su prednosti i nedostaci oba pristupa?
11. Šta za ICEHOTEL predstavlja „neiskorišćenu uslugu“? Navedite konkretan primer i objasnite zašto se takav kapacitet ne može sačuvati za kasnije.
12. Kako ICEHOTEL 365 predstavlja odgovor na problem sezonalnosti i ograničenog kapaciteta tradicionalnog zimskog hotela?
13. Koje bi strategije hotel mogao da koristi kako bi povećao popunjenost u periodima manje tražnje?