

Obsah

Přehled použitých zkratk	i
Seznam obrázků	ii
Seznam grafů	iiii
Seznam tabulek	iv
Úvod	1
1 Východiska daná metodologií kompatibilní s EU	3
1.1 Typy kongresů a konferencí	3
1.3 Typy uspořádání konferenčních sálů	5
1.3.1 Divadelní uspořádání - Theatre style	5
1.3.2 Školní uspořádání - Classroom style	7
1.3.3 Tabulové uspořádání - Panel arrangement	8
1.3.4 Uspořádání do U - U-shape style	9
1.3.5 Restaurační uspořádání - Cabaret style	10
2 Význam destinace cestovního ruchu	12
2.1 Praha jako destinace konferenčního cestovního ruchu ...	18
2.2 Hotely s nabídkou konferencí v Praze	19
2.3 Počty konferencí pořádaných pražskými hotely	21
3 Nabídky konferenčních služeb na webových stránkách....	30
3.1 Webové stránky jako internetová prezentace firmy	30
3.2 Webové stránky a marketingový mix z pohledu hotelu..	33
3.2.1 Webové stránky a produkt	34
3.2.2 Webové stránky a cena konferenčních služeb jako produktu	36
3.2.3 Webové stránky a distribuce produktu, prodejní místo....	36
3.2.4 Webové stránky a propagace	37
3.3 Webové stránky a marketingový mix z pohledu zákazníka	38

3.3.1 Webové stránky a hodnota pro zákazníka	40
3.3.2 Cena konferenčních služeb pro zákazníka	41
3.3.3 Webové stránky a další náklady spojené s konferencí pro zákazníka.....	42
3.3.4 Webové stránky a dostupnost produktu	43
3.3.5 Webové stránky a komunikace se zákazníkem	44
4 Metody analýzy a hodnocení webových stránek.....	46
4.1 Standardně prováděné analýzy a hodnocení webových stránek.....	47
4.1.1 Analýza viditelnosti.....	47
4.1.2 Analýza technických aspektů stránek.....	49
4.1.3 Analýza přístupnosti prohlížečům	50
4.1.4 Analýza použitelnosti	50
4.2 Speciální analýzy a hodnocení webových stránek hotelů poskytujících konferenční služby	51
5 Vlastní výzkum webových stránek.....	52
5.1 Výběr hotelů pro výzkum webových stránek	52
5.2 Provedení analýzy	53
5.3 Hypotézy	54
5.3.1 Hypotézy pro analýzu nabídky konferenčních služeb.....	54
5.3.2 Hypotézy pro analýzu kvality konferenčních místností ...	54
5.4 Statistika a výstupy analýzy	55
6 Analýza nabídky konferenčních služeb	56
6.1 Výstupy analýzy podle kritérií hodnocení z pohledu hodnoty pro zákazníka	56
6.1.1 Nabídka konferenčních prostor	57
❖ Informace o technických parametrech konferenčních místností	58
❖ Schéma konferenčních místností	60
❖ Kapacita konferenčních místností.....	61
❖ Fotografie na stránce nabídky konferenčních služeb	64

6.1.2 Informace o technickém vybavení konferenčních místností	65
6.1.3 Informace o nabídce stravovacích služeb.....	68
6.1.4 Ubytování v rámci nabídky konferenčních služeb	70
6.1.5 Nabídka konferenčních balíčků.....	72
6.1.6 Reference.....	73
6.2 Výstupy analýzy podle kritérií hodnocení z pohledu dalších nákladů pro zákazníka	74
6.2.1 Ceník nabízených konferenčních služeb	76
6.2.3 Ceny nabízených stravovacích služeb v nabídce konferenčních služeb	77
6.3 Výstupy analýzy podle kritérií hodnocení z pohledu komunikace se zákazníkem.....	78
6.3.1 Kontakty na pracovníky konferenčního oddělení	79
6.3.2 Poptávkové formuláře	80
6.3.3 Telefonní čísla.....	80
6.3.4 E-mailové adresy.....	81
6.3.5 Skype.....	81
6.4 Výstupy analýzy podle kritérií hodnocení z pozice pohodlí pro zákazníka	82
6.4.1 Viditelnost odkazu na konferenční služby	83
6.4.2 Jazykové mutace	84
❖ Česká verze nabídky konferenčních služeb.....	84
❖ Anglická verze nabídky konferenčních služeb.....	85
6.4.3 Informace o konferenčních místnostech v souboru ke stažení	85
❖ Kapacita konferenčních místností v souboru ke stažení.....	86
❖ Informace o technickém vybavení konferenčních místností v souboru ke stažení	87
❖ Informace o stravovacích službách v rámci nabídky konferenčních služeb v souboru ke stažení	88
❖ Informace o nabídce balíčků konferenčních služeb v souboru ke stažení	88

❖ Informace o celkové nabídce konferenčních služeb v souboru ke stažení	89
❖ Ceník pronájmu konferenčních místností v souboru ke stažení	90
❖ Ceník pronájmu základního technického vybavení	90
❖ Ceník stravovacích služeb v souboru ke stažení	91
❖ Kompletní ceník poskytovaných konferenčních služeb.....	91

7 Orientační analýza kvality nabízených konferenčních místností..... 93

7.1 Analýza dodržování platných norem pro konferenční místnosti.....	93
7.1.1 Půdorysná plocha na jednu osobu	94
7.1.2 Světlá výška.....	96
7.2 Optimálnost provozu didaktických technických prostředků	97
7.2.1 Klasika velkých konferenčních sálů.....	99
7.2.2 Jedno z mnoha běžných řešení	100

8 Hodnocení jako základ cesty k vyšší kvalitě..... 102

8.1 Hodnocení nabídky konferenčních služeb	102
8.1.1 Hodnocení základních informací o nabízených konferenčních službách jako produktu.....	102
8.1.2 Hodnocení cen z pohledu zákazníka a dalších nákladů s produktem	104
8.1.3 Hodnocení opatření pro zvýšení pohodlí zákazníka.....	105
8.1.4 Hodnocení předpokladů pro zkvalitnění komunikace	106
8.1.5 Celkové hodnocení nabídky konferenčních služeb	108
8.2 Orientační hodnocení kvality konferenčních místností	109
8.2.1 Orientační doporučení související s platnými pravidly ..	110
8.2.2 Orientační doporučení související s provozem didaktických technických prostředků.....	111

Závěr 113

Použité zdroje	116
Jmenný rejstřík	127
Věcný rejstřík	128
Abstrakt	132
Abstract.....	134
O autorovi.....	136