

MAREK KUZMIAK

* * *

PLNÝ KALENDÁR NESTAČÍ

*Praktický sprievodca pre majiteľov apartmánov
a chát, ktorí chcú z krátkodobého prenájmu urobiť
lepší biznis.*

UKÁŽKA Z RUKOPISU

*pokojne pošlite ďalej každému,
komu to pomôže :)*

O KNIHE

z pripravovaného vydania

Plný kalendár ešte neznamená dobrý biznis.

Môžete mať veľa rezervácií, no slabý čistý výnos. Pekný listing, ale zle nastavené očakávania. Výbornú lokalitu, ale chaotický check-in. Moderný interiér, ale drobnosti, ktoré sa hostovi zapíšu viac než celý dizajn.

Táto kniha je pre menších hostiteľov, ktorí chcú svoje ubytovanie nastaviť rozumnejšie. Nie cez jeden zázračný trik na obsadenosť, ale cez praktické rozhodnutia, ktoré ovplyvňujú produkt, zážitok hostí a rast.

Vo vnútri nájdete **81 praktických tipov a 243 konkrétnych príkladov**, ktoré vám pomôžu lepšie nastaviť listing, fotky, cenu, komunikáciu, check-in, hodnotenia, priame rezervácie aj celkový čistý výnos.

Nie je to technický manuál k Airbnb ani zbierka prázdnych poučiek. Skôr praktický rozhovor so skúsenejším hostiteľom a marketérom, ktorý si už prešiel tým, že obsadenosť vie vyzeráť pekne len dovtedy, kým od nej neodrátate provízie, náklady, čas, nervy a všetky tie správy, ktoré sa začínajú slovami „len sa ešte chcem opýtať...“.

Pre hostiteľov, ktorí nechcú mať len plno.

Chcú mať ubytovanie, ktoré sa hosťom dobre vyberá, dobre používa, dobre hodnotí a im dáva ekonomický zmysel aj po odrátaní všetkých nákladov.

ÚVOD

intro / strana 1 rukopisu

Krátkodobý prenájom vie zvonka vyzeráť až podozrivo jednoducho.

Máte apartmán, chatu alebo investičný byt. Pekne ho zariadite, nafotíte, dáte na Airbnb, Booking alebo lokálny portál a čakáte, že kalendár sa začne plniť. A keď sa plní, človek má prirodzene pocit, že robí niečo správne.

Lenže kalendár vie klamať.

Obsadenosť je príjemný pocit. Hlavne na začiatku. Každá nová rezervácia poteší, každý obsadený víkend vyzerá ako dôkaz, že to celé funguje. Len časom človek zistí, že dôležité nie je len to, koľko nocí predal, ale čo mu po nich zostalo.

Vo výnose.

V hodnotení.

V čase.

V energii.

A niekedy aj v nervoch.

Toto nepíšem z teórie.

Riešil som ceny, príchody hostí, hodnotenia, priame rezervácie, parkovanie, návody, drobnosti v apartmáne aj ten zvláštny moment, keď pobyt navonok vyzeral úspešne, ale vnútri zostal pocit, že stál priveľa operatívny na to, čo reálne priniesol.

Been there, done that.

Prenajímam rodinný apartmán na Liptove aj karavan pre rodiny. Popri tom sa dlhodobo venujem marketingu, stratégii a rastu značiek. A práve toto spojenie mi pri krátkodobom prenájme dáva veľký zmysel.

Pretože ubytovanie nie je len nehnuteľnosť na platforme.

Je to produkt.

Je to zážitok.

Je to malý biznis.

A zároveň je to séria detailov, ktoré host vníma oveľa citlivejšie, než si hostiteľ niekedy myslí.

Host si možno nezapamätá všetko, čo bolo v poriadku. Ale veľmi rýchlo si zapamätá, keď niečo nesesedelo. Nejasný príchod. Slabší spánok. Chýbajúcu informáciu. Pocit, že cena bola trochu vyššia než hodnota. Alebo drobnosť, ktorá sama o sebe nebola veľká, len prišla v zlom momente.

A presne z takýchto vecí sa skladá rozdiel medzi pobytom, ktorý len nejako funguje, a pobytom, ktorý funguje zdravo.

Plný kalendár je dobrý signál, ale zlý hlavný cieľ.

Skutočný cieľ je ubytovanie, ktoré sa hosťom dobre vyberá, dobre používa, dobre hodnotí a zároveň dáva ekonomický zmysel aj vám.

Nie iba platforme.

Nie iba hosťovi.

Aj vám.

Táto kniha je pre menších hostiteľov, ktorí nechcú naháňať len obsadenosť. Chcú mať pobyt nastavený rozumnejšie, pokojnejšie a ziskovejšie. Bez zázračných skratiek, ale cez praktické rozhodnutia, ktoré sa dajú postupne zavádzať do reality.

Budeme sa pozerať na tri oblasti.

Produkt

Čo vlastne predávate, komu to sedí a ako jasne to hosť chápe.

Zážitok

Ako sa u vás človek cíti od prvej správy až po checkout.

Rast

Ako z dobrého pobytu spraviť lepší výnos, viac návratov a menšiu závislosť od jedného kanála.

Nemusíte zmeniť všetko. A už vôbec nie naraz.

Stačí, ak si pri každom tipe položíte jednoduchú otázku: čo z toho viem použiť pri svojom ubytovaní?

Niekde to bude úprava textu. Niekde lepšia fotka. Niekde jasnejšia správa. Niekde iné nastavenie ceny. Niekde len rozhodnutie prestať robiť niečo, čo vám berie čas a neprináša hodnotu.

Ak vám táto kniha pomôže znížiť zbytočný stres, zvýšiť dôveru hostí a lepšie využiť to, čo už dnes máte, splnila svoj účel.

Pretože cieľom nie je mať len plno.

Cieľom je mať ubytovanie, ktoré funguje dobre pre hostí aj pre vás.

MAREK

Prenajímam Hillshome (hillshome.sk) aj Enjoyer (enjoyer.sk). Robím Marekting (marekting.sk).

JE TÁTO KNIHA PRE VÁS?

intro / pokračovanie

Najväčší úžitok z nej budete mať vtedy, ak prenájimate apartmán, chatu, dom, investičný byt alebo menšie ubytovanie a cítite, že by to mohlo fungovať lepšie.

Možno máte dobrý priestor, ale slabšie fotky. Možno slušnú obsadenosť, ale málo čistého výnosu. Možno pekné hodnotenia, ale príliš veľa operatív. Alebo jednoducho tušíte, že vaše ubytovanie má väčší potenciál, než dnes ukazuje kalendár.

Táto kniha je najmä pre hostiteľov, ktorí chcú rozmýšľať viac ako hostiteľ-podnikateľ, nie iba ako správca kalendára.

Nie je však úplne pre vás, ak hľadáte jeden trik, ktorý za týždeň zdvojnásobí obsadenosť. Alebo ak chcete len kopírovať konkurenciu, nič nemeniť a čakať iné výsledky.

A už vôbec nie vtedy, ak veríte, že nízka cena vyrieši všetko.

Niekedy zľava pomôže. Ale ak je problém v produkte, očakávaníach alebo zážitku, zľava ho len rýchlejšie predá nesprávnym ľuďom.

// ČO TÁTO KNIHA NIE JE

Nie je to technický manuál k Airbnb alebo Bookingu. Platformy sa menia, tlačidlá sa presúvajú a algoritmy nemá menší hostiteľ úplne pod kontrolou.

Oveľa dôležitejšie je pochopiť princípy: čo hosť potrebuje vidieť, čo potrebuje zažiť a čo musí sedieť, aby pobyt dával zmysel aj finančne.

Nie je to ani motivačná príručka o tom, že stačí veľmi chcieť.

Krátkodobý prenájom je kombinácia produktu, služby, komunikácie a malého podnikania. Keď niektorá časť dlhodobo škripe, skôr či neskôr sa to objaví v správach, hodnoteniach alebo číslach.

A nie je to ani zoznam povinností, ktoré musíte splniť do poslednej čiarky.

Berte ju skôr ako mapu. Nemusíte prejsť celú trasu naraz. Stačí si najprv vybrať miesta, ktoré sa najviac týkajú vášho ubytovania, a

postupne ich pretaviť do praxe.

// AKO SI VEĽA ĽUDÍ PREDSTAVUJE KRÁTKODOBÝ PRENÁJOM

Kúpim byt alebo chatu. Pekne ju zariadim. Nafotím. Dám na Airbnb a Booking. Kalendár sa začne plniť. Peniaze budú chodiť. Hostia budú spokojní. Ja budem raz za čas kontrolovať aplikáciu a tešiť sa z výplat.

Realita býva menej fotogenická.

Hostia sa pýtajú veci, ktoré „boli predsa jasné“. Cena funguje len niekedy. Jedna zlá recenzia vie bolieť viac než desať dobrých. Upratovanie je kritickejšie než dekorácia. A niekedy máte pocit, že neprenajímate apartmán, ale prevádzkujete malú zákaznícku linku s posteľou, kúpeľňou a Wi-Fi.

Pointa nie je odradiť vás.

Práve naopak. Keď pochopíte, kde sa krátkodobý prenájom v realite komplikuje, dokážete si ho nastaviť oveľa rozumnejšie.

// TRI TYPY MENŠÍCH HOSTITEĽOV

Kalendároví optimisti

Pozerajú sa najmä na obsadenosť. Keď je kalendár plný, majú pocit, že všetko funguje. Menej už riešia, za akú cenu, s akým stresom a s akým čistým výsledkom.

Prevádzkoví hasiči

Majú dobré ubytovanie, ale veľa vecí riešia až vtedy, keď horia. Hostí nevie nájsť vstup, niečo chýba, niečo sa pokazí, správa príde neskoro alebo sa opakuje tá istá otázka po desiatykrát.

Premyslení hostitelia

Nepozerajú sa len na rezerváciu. Riešia produkt, očakávania, zážitok, cenu, recenzie aj návratnosť. Nechcú robiť všetko dokonale, ale chcú robiť správne veci vedome.

Táto kniha je najmä pre tých, ktorí sa chcú posunúť z prvých dvoch skupín do tretej.

// AKO S TOUTO KNIHOU PRACOVAŤ

Kniha je postavená na jednoduchšej logike $3 \times 3 \times 3 \times 3$.

Nájdete v nej 3 hlavné oblasti: **Produkt, Zážitok a Rast**.

Každá z nich je rozdelená na 3 okruhy, takže spolu tvoria 9 kľúčových častí, ktoré majú najväčší vplyv na to, ako vaše ubytovanie funguje, ako ho hostia vnímajú a aké výsledky vám prináša.

V každom okruhu sú 3 témy a každá téma obsahuje 3 praktické tipy.

Spolu tak dostávate **81 praktických zlepšení**, ktoré vám pomôžu pozrieť sa na ubytovanie systematickejšie, ale stále zrozumiteľne a prakticky.

Každý tip je spracovaný tak, aby ste rýchlo pochopili:

- o čo ide a prečo je to dôležité
- na čo to má vplyv
- čo sa pri tom často robí zle
- ako sa to dá zlepšiť
- ako to môže vyzeráť v praxi

Nemusíte začínať od prvého tipu.

Ak vás aktuálne trápí napríklad cena, recenzie alebo check-in, pokojne choďte rovno do tej časti, ktorá je pre vás teraz najdôležitejšia.

Najväčší efekt však zvyčajne neprinesie jedna veľká zmena, ale viac menších zlepšení, ktoré spolu posunú celý výsledok.

...a takto vyzerá jeden tip v praxi – nech sa páči, prvý z 81: →

TIP 1: ZAČNITE OD HOSTĽA, NIE OD PRIESTORU

časť PRODUKT / okruh SPOT / téma: Cieľový hosť

Stretávam sa s tým často. Hostiteľ pozná svoj priestor do posledného detailu. Vie, ktorý kút má ráno najlepšie svetlo. Prečo kuchyňa stojí tam, kde stojí. Koľko víkendov, koľko zmien obkladu a koľko rodinných konfliktov stálo dohliadnutie na rekonštrukciu kúpeľne.

Hosť to celé vidí prvýkrát. A vidí to úplne inak.

Hosť si pri otvorení listingu rieši svoju otázku: „**Je toto pobyt pre mňa?**“ Nehľadá pekný interiér, výnimočný projekt ani osobný príbeh. Hľadá pobyt, ktorý sedí jeho situácii.

Víkend bez detí. Prvú dovolenku s batoľaťom. Lyžovačku pre dve rodiny, ktoré sa po vlaňajšom roku rozhodli, že to spolu skúsia ešte raz. Pracovný týždeň v meste. Dva dni vypnutia pred svadbou.

Ak váš listing odpovedá najprv na otázky priestoru („máme to a to a aj toto a vyzerá to takto“) namiesto otázok hosťa, hosť sa v ňom nespozná. A nespoznáť sa znamená kliknúť ďalej.

Listing, ktorý je „pre každého“, v skutočnosti nie je pre nikoho. Nie preto, že by bol zlý. Ale preto, že nikto v ňom nenájde sám seba.

Hlavný dopad: lepší zásah správneho hosťa, viac dopytov, ktoré skončia rezerváciou, menej nedorozumení po príchode

Impact: vysoký

Vplyv na: kliknutie na listing, kvalitu dopytu, spokojnosť hostí, hodnotenia

// ČO SA ČASTO ROBÍ ZLE

Hostiteľ začne písať listing od priestoru. Najprv počet izieb, potom poloha, potom vybavenie, potom dizajn, potom príbeh rekonštrukcie. Cieľovku pridá až na konci ako jednu vetu, ktorá znie ako bezpečné odškrtnutie kolónky: „Vhodné pre páry, rodiny aj pracovné cesty.“

Lenže poradie, v ktorom sa text píše, sa premieta do toho, ako pôsobí. A keď hosť cíti, že listing bol napísaný o priestore, nie pre neho, listing pôsobí ako prehliadka. Pekná, možno aj dobre vybavená. Bez jasného adresáta.

Druhá častá chyba je opačná. Hostiteľ definuje cieľovku správne, ale širokým slovom: „pre páry“, „pre rodiny“, „pre digital nomadov“. To je síce krok dobrým smerom. Stále to ale nie je odpoveď na otázku, akú má hosť v hlave.

Pretože „pár“ môže znamenať romantický víkend pre dvadsiatnikov aj predĺžený výlet pre dôchodcov. „Rodina“ môže byť dve deti v škole alebo batola na prvej dovolenke. To nie sú detaily. Sú to úplne iné pobyty.

// UŽITOČNÝ TIP NA ZLEPŠENIE

Pred tým, než začnete písať čokoľvek (názov, opis, popisky pod fotky), položte si tri otázky:

1. **Komu by sa môj pobyt užil najprirodzenejšie?**
2. **Aký problém mu môj pobyt rieši?** (Čo doma nemá. Čo sám nezvládne. Čo bez tohto pobytu nedostane.)
3. **Akú jednu vec si po pobyte odnesie ako najsilnejší pocit?**

Odpovede si napíšte na papier. Tri vety. Pre seba, nie pre listing.

Až keď máte tieto tri vety hotové, môžete začať písať. Všetko ostatné (názov, hlavná prednosť, titulná fotka, prvý odsek opisu, cena, vybavenie, dokonca aj tón správ pred príchodom) je odvodené od týchto troch viet. Bez nich sa každé jedno z týchto rozhodnutí robí naslepo.

To znamená, že ak ich nemáte, nezačali ste pracovať na listingu. Začali ste hádať. A hádanie sa hodí pri spoločenských hrách. Pri výbere ubytovania menej.

// NÁZORNÉ PRÍKLADY

Príklad 1: Apartmán pre wellness pár

Slabé riešenie: „Štýlový apartmán s pekným výhľadom, plne vybavený, ideálny na oddych.“

Z toho hosť nevie, či ide o miesto pre rodinu s deťmi, ktorá chce úložisko na lyže a varenie, alebo o víkend pre pár, ktorý chce saunu, ticho a žiadny program pred desiatou ráno.

Lepšie riešenie: „Apartmán pre páry, ktoré hľadajú víkend bez detí, bez varenia a so saunou v dome. Stačí zložiť tašku a viac nemyslieť na nič.“

Čo to zlepší v praxi: Pár, ktorému to sadne, sa v listingu okamžite spozná. Rodina s deťmi pochopí, že hľadá niekde inde. Listing prestane byť „pekný apartmán“ a stane sa konkrétnou ponukou.

Príklad 2: Pracovný apartmán na dva týždne

Slabé riešenie: „Moderné štúdio s rýchlym Wi-Fi v centre mesta.“

Toto je popis vybavenia, nie ponuka. Rýchle Wi-Fi má dnes každý druhý listing. Aj ten, na ktorom „rýchle“ prestane platiť pri prvom Zoome v paneláku. Aj keď host listingu uverí, stále nevie, či je miesto vhodné pre 7 nocí alebo pre 14 nocí. Či sa tam dá fungovať aj cez deň, alebo iba spať.

Lepšie riešenie: „Štúdio pre človeka, ktorý si potrebuje na dva týždne preniesť kanceláriu do iného mesta. Pokojné ráno, plnohodnotná práca cez deň, večere mimo bytu.“

Čo to zlepší v praxi: Pracujúci host presne vie, že je to pre neho. A keď je to pre neho, neporovnáva už cenu so štúdiom za roh. Porovnáva ju s hotelovou izbou pre rovnaký účel. Tam je pobyt cenovo často oveľa atraktívnejší.

Príklad 3: Apartmán v meste ako base pre celý Liptov

Slabé riešenie: „Útulný apartmán s krásnym výhľadom na Liptove.“

Znie to pekne. Nikoho neuráža. A v tom je presne problém. Z takej vety host nevie, kde apartmán naozaj je. V horách? V dedine? V meste? Či má parkovanie pri dome, alebo musí krúžiť okolo. Či je rovinka k aquaparku, alebo serpentíny.

Lepšie riešenie: „Apartmán v Liptovskom Mikuláši ako base pre celý Liptov. 30 minút autom do Jasnej, 5 minút do Tatralandie, kaviarne a reštaurácie pešo, vlastné parkovacie miesto v uzavretom areáli.“

Čo to zlepší v praxi:

Pri Hillshome sme to mali presne takto. Mesiace sme apartmán popisovali ako „útulný apartmán na Liptove s výhľadom na kopce“. Bezpečné. Aj absolútne všeobecné. Až keď sme sa pozreli, kto si nás reálne rezervuje, začali sme písať pre nich. Pre rodiny, ktoré sa pri jednom pobyte striedajú medzi Jasnou, Tatralandiou a mestom. Pre páry, ktoré chcú mať

plnú výbavu doma a nechcú každý večer chodiť do reštaurácie. Smer sa našiel. Aj rezervácie.

// REALITY CHECK

Listing pre každého má najťažšiu úlohu na svete. Musí pôsobiť presvedčivo na rodinu, pár, pracovného hosťa, turistu po túre aj na človeka, čo chce vypnúť. To je úloha pre marketingovú legendu, nie pre jednostránkový opis na rezervačnej platforme. A aj keby ste ju zvládli, hosť si stále musí domyslieť, ktorý z týchto piatich pobytov je ten, čo si práve kupuje.

Ostrejšie definovaná cieľovka váš dosah neznižuje. Skôr posúva listing z kategórie „pekné, ale neviem si to predstaviť“ do kategórie „toto je pre nás“.

// POINTA Z PRAXE

Pobyt nezačína apartmánom. Začína človekom, ktorý si ho vyberá.

Kým neviete, kto je ten človek (nielen jeho kategória, ale jeho situácia, dôvod cesty a očakávanie), nedokážete urobiť ani jedno správne rozhodnutie. Ani názov, ani fotku, ani cenu, ani prvú vetu opisu.

Listing, ktorý vie, pre koho je, sa píše sám. Listing, ktorý to nevie, sa nedopíše nikdy.

Pozri tiež: Tip 2 (ako vykresliť personu do hĺbky), Tip 22 (logika minimálnej dĺžky pobytu, ktorá filtruje aj cieľovku), Tip 69 (čo vám hostia v recenziách hovoria o vašej skutočnej cieľovke).

tip 2 až tip 81 → v knihe :)

ČO NÁJDETE V PLNEJ KNIHE

3 časti × 9 okruhov × 27 tém × 81 tipov (a 243 príkladov)

PRODUKT – ČO VLASTNE PREDÁVATE

- SPOT** komu pobyt patrí a ako ho ukazujete (tipy 1-9)
- SETUP** príchod bez stresu a prevádzková spoľahlivosť (tipy 10-18)
- PRICE** cena, ktorá dáva zmysel kalendáru aj výnosu (tipy 19-27)

ZÁŽITOK – AKO SA U VÁS HOSTĽ CÍTI

- TALK** komunikácia, ktorá upokojuje a navádza (tipy 28-36)
- CARE** čistota, komfort a detaily, čo sa pamätajú (tipy 37-45)
- RATE** recenzie, ktoré vznikajú a predávajú (tipy 46-54)

RAST – AKO Z DOBRÉHO POBYTU VYRÁŠŤ

- FLOW** cesta od zobrazenia k rezervácii (tipy 55-63)
- TRACK** metriky a skutočný čistý výnos (tipy 64-72)
- GROW** návraty, odporúčania a značka hostiteľa (tipy 73-81)

K tomu overené skratky po každej časti, kontrolné listy, krížové odkazy medzi tipmi a veľký slovník pojmov od ADR po SOP.

KONIEC UKÁŽKY (ZATIAĽ)

a čo ďalej

Rukopis práve prechádza poslednými úpravami pred vydaním. Presný dátum ešte nemá. Zoznam čitateľov áno.

Chcete vedieť ako prví, kedy kniha vyjde?

Zapíšte sa do zoznamu čitateľov:

goodwell.sk/kniha

Dostanete správu hneď, ako bude kniha na svete, a k tomu **early bird cenu**, ktorá po vydaní už nebude.

Zapísaním nič nekupujete. Spýtam sa vás len na e-mail a na to, či by ste knihu chceli ako ebook alebo tlačenu. Aj tým pomôžete rozhodnúť, ako vyjde.

early bird = najlepšia cena, akú kniha kedy bude mať. sľubujem.

© Marek Kuzmiak · Goodwell · goodwell.sk

Ukážka z pracovnej verzie rukopisu (v9 beta). Zdieľajte ju pokojne ďalej v nezmenenej podobe.