

# Utrzymanie wykładzin dywanowych w obiektach hotelowych



Michał Urbanik  
PolrugTeam



Tomasz Kozieł  
PolrugTeam

Dlaczego po kilku latach działalności w branży prania dywanów doszliśmy do wniosku, że hotele to właśnie ten segment rynku, który Wam najbardziej odpowiada?

– **Michał Urbanik:** Hotele i centra konferencyjne, które często zlokalizowane są zaraz przy hotelu, są po prostu najlepszymi klientami. Mają procentowo więcej z wszystkich obiektów powierzchni do obsługi i – co za tym idzie – mniejszą lub większą świadomość faktu, że o te powierzchnie trzeba dbać.

– **Tomasz Kozieł:** Na początku myśleliśmy, że do tej grupy najlepszych klientów zaliczać się będą również biurowce, ale życie szybko zweryfikowało nasze szacunki.

Praca dla biurowców jest zdecydowanie cięższa i mniej opłacalna. Leżą w nich wykładziny dużo gorszej jakości i rzadziej zleca się ich czyszczenie, przez co trzeba się mocno napracować, by doprowadzić je do zadowalającego stanu. Zlecenie wygląda w ten sposób: zmienia się najemca i klient podejmuje decyzję o praniu wykładziny. Mamy powierzchnię 500 m<sup>2</sup>, na niej ustawionych jest 100 biur i tyle samo krzeseł biurowych. Przed praniem oni to wszystko usuwają i dostajemy do prania wykładzinę mocno brudną, często zniszczoną mechanicznie, ale tylko miejscowo. Klient oczekuje, że po wypraniu wykładzina na całej powierzchni będzie tak samo czysta. Nie zawsze jest to jednak możliwe ze względu na stan zapuszczenia wykładziny.

Menadżer w hotelu jest zdecydowanie bardziej wyedukowany jeśli chodzi o utrzymanie powierzchni dywanowych niż zarządca obiektu biurowego.

**Gdzie w hotelach znajdują się wykładziny, jakiego rodzaju powierzchnie obsługujecie najczęściej?**

– **MU:** Zdarzają się hotele, w których wykładziny są dosłownie wszędzie. Od pokoi poprzez korytarze, hole recepcyjne, aż po windy. W pokojach wykładziny są prawie zawsze, w ciągach komunikacyjnych również. W holach już nie tak często. Ogólnie średniej wielkości hotel to ok. 2000-3000 m<sup>2</sup> wykładziny, którą trzeba pielęgnować, prać, odplamić. Jest co robić.

**A jak to wygląda w praktyce? Jak zarządzający hotelem podchodzą do tematu utrzymania wykładzin?**

– **TK:** O dziwo to, w jakim stanie są wykładziny w hotelu, nie zależy od ilości gwiazdek, które on posiada. Bardzo dużo hoteli nie czyści wykładzin w ogóle. Wśród tej liczby znajdują się też hotele 4- i 5-gwiazdkowe. Czyszczenie odbywa się w nich tylko wtedy, gdy się coś rozlało w takim miejscu, że nie można na tym nic postawić. Pani menager, kierownik piętra, woła jedną z pań sprzątających i mówi jej: znajdź jakiegoś karcherowca, niech tu przyjedzie i usunie plamę. Karcherowiec przyjeżdża i 5 plam na 10 jest w stanie usunąć. W pozostałych przypadkach narobi tylko większego działoństwa niż było wcześniej. Mówiąc „karcherowiec” nie neguję jakości maszyn firmy Kärcher, chodzi mi o takiego człowieka, który przychodzi do obiektu sam, z popularnym Puzzi 100 i wiaderkiem



Fot. AR

proszku do płukania, nie odkurzy wykładziny, nie dobrać odplamiacza, niedokładnie wypłuczyć wykładzinę, przemoczyć ją, potem rozłożyć ręce, powie „nie da się” i pojedzie w swoją stronę. Hoteli, które w ten sposób działają, jest jeszcze w Polsce zdecydowana większość.

– MU: Hotele w swoich budżetach nie mają osobnej pozycji kosztowej dotyczącej utrzymania wykładzin. Dla nas optymalną formą współpracy z hotelami jest całoroczna opieka nad wykładzinami. Nie chcemy świadczyć usługi na zasadzie: „Panie, przyjeźdź szybko, bo się kompot wylał”. Chcemy działać planowo, a nie doraźnie. Przeważnie klient zdaje sobie sprawę z tego, że jego wykładziny są do czyszczenia, nie wie jednak, jak się za to prawidłowo zabrać. Naszą rolą jest dokładne obejrzenie wszystkich wykładzin, a następnie przedstawienie planu, w którym określimy, jak często i jaką metodą należy pielęgnować/prać wykładziny w różnych strefach.

To musicie chyba zmienić nazwę firmy. „Pogotowie Dywanowe” kojarzy się jednak z szybką działalnością ratunkową, a nie ze stałą opieką.

– MU: (śmiesz) Nazwa jest marketingowo nośna i nie chcemy się jej pozbywać. Wracając do tematu – staramy się nie działać na takiej zasadzie, że wszystko trzeba prac raz w miesiącu, bo na to nikt nie pójdzie. Dzielimy teren hotelu na obszary, które trzeba prac z różną częstotliwością.

Jak w rzeczywistości przedstawia się taki rozsądny ekonomicznie plan?

– TK: Po naszej stronie jest ekstrakcja z częstotliwością raz lub dwa razy w roku. Natomiast metody pielęgnacyjne i odplamianie chcemy zostawić po stronie hotelu. Hotele przeważnie mają w swoim wyposażeniu maszyny walcowe, których używały bądź nadal używają do wcierania suchych wiórków. Wykorzystując te maszyny, z powodzeniem mogłyby wykonywać pielęgnację metodą kapsulacji. Do tego właśnie staramy się przekonać zarządców hoteli. Jest to na tyle prosta metoda, że z powodzeniem hotele poradzą sobie z nią same. Obsługa maszyny walcowej nie jest skomplikowana, nie ma też ryzyka uszkodzenia wykładziny. Kapsulacja jest zdecydowanie bardziej skuteczna niż suche wiórki, co więcej – jest bezpieczniejsza dla wykładziny, nie zapycha jej z czasem.

– MU: Część hoteli wybrała taką opcję, że dostają od nas maszynę i chemię do pielęgnacji, a ekstrakcję wykonujemy my raz w roku. Są też hotele, które pod żadnym pozorem nie chcą same wykonywać pielęgnacji (bo maszyna może się zepsuć, bo jednemu się nie chce, drugi nie potrafi, a ogólnie to po prostu „nie da się”). Kiedy już uda się przekonać managera hotelu do opcji „pielęgnacji wła-



Fot. AR



Fot. AR

snej”, pojawia się opór ze strony personelu, który miałby to wykonywać. Argumenty personelu zazwyczaj kończą sprawę: „Panie, przecież to ciężkie jest, kto to będzie nosił? JA NA PEWNO NIE!”). W tych przypadkach również świadczymy usługi pielęgnacyjne.

To lepiej dla Was, większa wartość kontraktu.

– MU: W sumie tak, ale zagrożeniem na przyszłość jest fakt, że to podejście nie jest najbardziej ekonomiczne. Zarówno w jednym, jak i w drugim przypadku mocno naciskamy na hotele, by wzięły od nas podstawowy zestaw odplamiaczy. Dla każdego hotelu jest on inny. Dobieramy je specjalnie pod kątem położonych na terenie obiektu wykładzin. Staramy się, by były one nie tylko skuteczne, ale też nawet niewłaściwie użyte nie odbarwiały i nie uszkadzały wykładzin. Jest to istotne, bo po pierwsze likwidujemy nieekonomiczne wyjazdy do usunięcia jednej czy dwóch plam.

Po drugie – kiedy już pojawia się konieczność wyjazdu do usunięcia plamy, wiemy, jakim środkiem była ona wcześniej traktowana. Dzięki takiemu postępowaniu u stałych klientów nie mamy już problemów z utrwalonymi plamami, zapieranymi Vanishem.

Jak zdobywa się taki kontrakt hotelowy?

– MU: Ogólnie hotele nie są jeszcze przygotowane na to, że przyjdzie do nich firma, która zaproponuje im kompleksową opiekę na wykładzinami dywanowymi. Często spotykamy się z przypadkiem, że hotel nie wie, czy może podpisać z nami umowę, czy może kupić od nas chemię. Mają podpisane umowy na wyłączność z dostawcami chemii sprzątającej i sami boją się podjąć decyzję. Odsyłają nas do swojej centrali. Trzeba się mocno natrudzić, by obsługiwać hotel swoimi środkami, ale na dłuższą metę się to opłaca.



Fot. AR



Fot. AR

– TK: Umowy na wyłączność podpisywane przez hotele lub sieci hoteli z dużymi dostawcami mają przeważnie klauzulę zabraniającą hotelowi kupna środków u innego dostawcy, z wyjątkiem środków, których sami mają w ofercie. Oczywiście w ofercie mają świetne środki do gastronomii, dezynfekcji, do podłóg twardych, ale jeśli chodzi o środki do wykładzin dywanowych, to ogranicza się ona do jednego odplamiacza, szamponu lub suchych wiórków. Następnie robimy takiemu klientowi pokaz, objaśniamy technologie czyszczenia, stosujemy całą gamę środków dostosowanych do różnych zabrudzeń i różnego rodzaju powierzchni. Wykładziny są czyste, wszyscy są zachwyceni, a na koniec pojawia się pytanie: „A nie dałoby się tego zrobić jedną maszyną i jednym środkiem?” Tak po prostu są nauczani i trudno jest przyzwyczajanie zwalczyć.

#### A jak się mają sprawy z wykonywaniem usług czyszczenia?

– TK: Jeśli chodzi o usługę czyszczenia wykładzin, to kiedy już kierownik hotelu zaakceptuje fakt konieczności okresowego jej wykonywania, pojawia się bariera kosztowa. Stara się od nas uzyskać cenę usługi za metr, następnie liczy, ile ma metrów kwadratowych wykładzin w hotelu. Wychodzi mu taka kwota, że łapie się za głowę i twierdzi, że nie ma na to pieniędzy. Dlatego też staramy się tak ułożyć plan czyszczenia wykładzin, by odbywało się ono etapowo, a miesięczne koszty usługi były dostosowane do możliwości finansowych hotelu. W ten sposób po pół roku, roku mamy wyczyszczony cały hotel, a bieżące utrzymanie wykładzin i okresowa ich ekstrakcja jest już dużo tańsza. Łatwiej, szybciej i taniej obsługuje się bowiem wykładziny zadbane.

#### Czy zauważacie pozytywne zmiany w podejściu do tematu czyszczenia wykładzin przez hotele?

– MU: Działamy na tym rynku dopiero od trzech lat. Widzimy, że nasza praca nie jest syzyfowa. Zainteresowanie naszymi usługami szybko rośnie. Nie sposób jednak stwierdzić, czy wiąże się to ogólnie ze zmianą świadomości managerów hoteli, czy jest to tylko wynik naszej działalności. Wiemy jednak, że zmiany wymagają czasu. Kiedyś, dawno temu, wszystko sprzątało się jednym środkiem. Obecnie powszechna jest akceptacja tego, że inny środek jest do podłóg, inny do mebli, a jeszcze inny – do okien. Taka mentalna ewolucja czeka też dywanówkę.

– TK: Pamiętajmy jednak, że sama się ona nie dokona. Trzeba jej pomóc, nieustannie edukując klientów.

*Dziękuję za rozmowę.  
Rozmawiał Piotr Słomka*




# OLSHOP.PL

*... to pierwszy sklep internetowy oferujący pełną gamę profesjonalnych środków i urządzeń do czyszczenia dywanów, wykładzin i tapicerki*



**WIELKIE OTWARCIE!**



**Z NAMI CZYSZCZENIE STAJE SIĘ PRZYJEMNOŚCIĄ**

# [www.olshop.pl](http://www.olshop.pl)



Profesjonalna chemia, maszyny oraz akcesoria do czyszczenia.