

## W tym numerze m.in:

1	<i>Noc w lodowym hotelu za ... 25 euro</i>
2	<i>Fenomen usług Concierge</i>
3	<i>Metoda sześciu kapeluszy</i>
4	<i>Czy wiesz, że...</i>
5	<i>8 zasad bezpiecznych zakupów on-line</i>
6	<i>Logistyczna obsługa dla e-sprzedawców</i>

## Noc w lodowym hotelu za... 25 euro

**Lodowy hotel w rumuńskich Górach Fogaraskich został otwarty...po raz piąty. Hotel działa sezonowo, więc za każdym razem powstaje nowy. Za noc w minusowej temperaturze zapłacimy 25 euro.**

Hotel po raz pierwszy stanął w 2006 roku. Obok niego zbudowano cerkiew, także wykonaną w całości z lodu. Lodowy hotel nad górskim jeziorem Bilea cieszy się dużym zainteresowaniem turystów. Niemal cały czas wszystkie pokoje są zajęte. Za pokój trzeba będzie zapłacić 25 euro.

W hotelu można się zatrzymać od 25 grudnia do 1 maja, a temperatura wynosi od -2 do +2 stopni C. Łóżka wyłożone są skórą reniferów, co zapewnia przytulną noc.

Dla tych, którzy nie przepadają za chłodem też są atrakcje – położone całkiem niedaleko źródła termalne. Tam można się porządnie wygrzać po zimnej nocy.

W hotelu można zorganizować wesele – gdy zapraszamy 80 gości, za jednego zapłacimy 300 euro.



Źródło: <http://tvp.info/informacje/rozmaitosci/noc-w-lodowym-hotelu-za-25-euro/3688397>

## Fenomen usług Concierge

**Concierge jest motorem napędowym rozwoju usług hotelarskich, stwarza warunki do kompleksowej opieki nad gościem, odpowiada na ich nowe oczekiwania.**

Podstawą działań Concierge jest zasada mówiąca: "wszyscy wygrywają". Wymaga ona wykorzystania wszystkich swoich umiejętności do rozwiązywania problemów na zawołanie. Standardem pracy Concierge jest reagowanie na najróżniejsze, nawet najdziwniejsze zlecenia gości. Ta profesja wymaga kreatywności i chęci wykonywania pracy na rzecz innych. Concierge odgrywa coraz większą rolę strategiczną w kształtowaniu doznań gości. Kształtuje on postrzeganie hotelu przez gości, ma wpływ na to, czy wrócą do tego miejsca ponownie i przekonają nowych klientów.

### Książka Concierge

Rola Concierge nie sprowadza się jedynie do uprzejmości wobec gości. Każdą uwagę, spełnioną prośbę Concierge dokumentuje w swojej książce. Są to wartościowe dane, które przyczyniają się do budowy wyjątkowych relacji gość - hotel. Dzięki drobiazgowym informacjom na temat zleceń, Concierge pomaga stworzyć ofertę dostosowaną do indywidualnych potrzeb gości wychodząc naprzeciw ich przyzwyczajeniom i upodobaniom (ulubiony pokój, rodzaj kawy, ulubione miejsce w kawiarni...). Powtarzające się oczekiwania gości stanowią informację o trendach, do których hotel powinien się dostosować. Informacje pochodzące od gości stanowią też swoisty element "benchmarkingu", czyli możliwości odniesienia usług świadczonych przez hotel do tego, co dzieje się na rynku.

### Concierge jak właściciel hotelu

Concierge, podobnie jak właściciel hotelu, czuje potrzebę efektywnego działania dla hotelu jako jednostka. Cechuje go wysoki poziom zaangażowania w wykonywane zadania. Obaw z natury zmuszeni są dbać o interes wszystkich działów, a nie tylko jednego. Szczególnie w czasie wzmożonego ruchu w hotelu Concierge wspiera inne działy w wykonywaniu zadań, tak by opinia hotelu nie ucierpiała w oczach gości.

Źródło: [http://www.e-hotelarz.pl/artukul/21143/Fenomen\\_uslug\\_Concierge.html](http://www.e-hotelarz.pl/artukul/21143/Fenomen_uslug_Concierge.html)

## **Kreatywność: Metoda Sześciu Kapeluszy<sup>1</sup>**

Metoda sześciu kapeluszy została stworzona przez Edwarda De Bono, twórcę pojęcia "myślenie lateralne". Idea sześciu kapeluszy pozwala na twórcze podejście do rozwiązywania problemów, wskazuje sześć różnych stron, z jakich można na dany problem postrzegać.

Metoda ta jest prosta, praktyczna i skuteczna, została zaakceptowana przez środowisko edukacyjne, korporacje i organizacje na całym świecie. Sześć kapeluszy zmienia dyskusje ze zwykłego argumentowania i bronięcia swoich racji w konstruktywną dyskusję, cała idea polega na sztucznym przyjęciu określonego stanowiska w danej sprawie. Dzięki czemu nikt nie jest zbyt emocjonalnie związany z bronieniem swoich racji, a jednocześnie może wyrażać swoje uczucia (w danym kapeluszu) bez potrzeby przejmowania się tym, co pomyślą inni. Umożliwia wygospodarowanie czasu na świadomy wysiłek twórczy w danym czasie, wprowadza pewien porządek tworzenia, przy jednoczesnym braku obaw pominięcia jakiegos aspekt problemu.

### **Gdzie stosować technikę 6 kapeluszy?**

Technikę tę można porównać do małej zabawy w teatrzyk. Pracując tą techniką w grupach (w firmach, w czasie spotkań, zebrań, czy nawet na lekcjach) możemy przyjąć wiele strategii, praktycznie każda dobra w zależności od sytuacji, można całą grupą zakładać jeden kapelusz, w danym czasie, a można się podzielić rolami i dyskutować ze sobą w różnych kapeluszach, zmieniając je od czasu do czasu. Chcąc na przykład komuś wytłumaczyć jakiś argument zakładamy i prosimy o włożenie takiego, a nie innego kapelusza, zamiast wymyślać kolejne argumenty.

### **W każdym kapeluszu myślimy inaczej!**



#### **Kapelusz Czerwony - emocje**

*"Jakie uczucia wchodzi tutaj w grę?"*

Czerwony kapelusz silnie związany jest z wyrażaniem emocji, namiętności, impulsywności i uczuciowym przejawianiem rzeczywistości. Czerwony kapelusz za najważniejszy aspekt problemu uznaje wrażenia, intuicje, przeczucia i uczucia. Kolor ten jest pewnego rodzaju włącznikiem uczuć, każda czynność, rzecz wiąże się z nimi, zakładając ten kapelusz mamy nakaz ich wyrażania.

Pozbywamy się obiektywizmu, wszystko w tym kolorze wyrażamy, subiektywnie, coś się podoba lub nie. Nie pytamy dlaczego coś lubimy bardziej lub mniej, to są nasze uczucia i mamy wolność ich wyrażania w tym przebraniu.

Decyzje podejmowane w tym kolorze mogą być nawet irracjonalne, przy emocjonalnym podejściu nie ma czasu na racjonalne myślenie, decyzje mogą być szybkie i gwałtowne, emocja jest reakcją na pierwsze wrażenie.

Niektórzy uważają, że myśliciel powinien być pozbawiony emocji, że emocje zakłócają myślenie. Jednak trzeba pamiętać że każda decyzja wymaga emocji. Czerwony kapelusz nadaje subiektywnego znaczenia myśleniu. W pracy grupowej pozwala na otwarte wyrażanie uczuć, bez ich chowania i ukrywania, przecież to tylko odgrywanie ról, nie wyrażamy uczuć tylko odgrywamy rolę.



#### **Kapelusz Biały - obiektywizm**

Biały kapelusz jest całkowitym przeciwieństwem czerwonego, wskazuje na czystość, sterylność, neutralność i logikę. Biały kapelusz zajmuje się faktami i liczbami. Białą rolę można porównać do roli komputera, istnieje pewien obiektywny algorytm postępowania, do którego się stosujemy, nie ma uczuć, nie ma emocji jest tylko to, co da się racjonalnie przedstawić.

Kolor biały jest włącznikiem faktów, np. mówimy: *"teraz wkładamy biały kapelusz i analizujemy same fakty"*, należy pamiętać, że o faktach się nie dyskutuje, one istnieją. One muszą być jak najbardziej obiektywne w pewnym aspekcie np. *"ten budynek ma 10 lat"*. Biały kapelusz stosujemy, zwykle na początku zmiany wątku. Przykład, gdy przechodzimy do omawiania problemu niskich płac, najpierw musimy spytać o to, jakie są rzeczywiste płace, wtedy właśnie stosujemy ten kolor. Biały posługuje się konkretnymi zestawami informacji, statystykami, dokumentami, analizami. Człowiek w białym nie ocenia zdarzeń, tylko wyjawia dane na konkretny temat i komentuje w granicach posiadanych informacji.

Należy pamiętać, o tym że fakty nie zawsze muszą być faktami. Większość tak zwanych faktów to poprostu osobiste uwagi, poczynione w dobrej wierze, lub coś, co uznajemy za fakt. Dlatego dobrze jest czasem zastosować podział na fakty sprawdzone, fakty oparte na wierze, fakty "na ogół", czy też zastosować inną skalę prawdopodobieństwa. Na przykład czy stwierdzenie, że "kobiety malują paznokcie" jest faktem? Możemy tu zastosować np. skalę prawdopodobieństwa, lub bardziej sprecyzować fakty np. "kobiety które mogą być zainteresowane naszym produktem (zmywaczem do paznokci) malują paznokcie".

Stosując się do zasad dobrego dialogu twórczego, możemy przyjąć, że wszystko to z czym przystępujemy do rozwiązania problemu, czyli nasza pierwotna wiedza na dany temat, znajduje się w białym kapeluszu. Dobrze jest za tym jako pierwszy punkt spotkania określić, biały kapelusz jako przedstawienie problemu.

Źródło: <http://pik.ebiznes.org.pl/szesc,6,kapeluszy.htm>

## **Rządowe propozycje stawek elektronicznego myta**

Znana jest już rządowa propozycja wysokości stawek elektronicznych opłat za przejazd pojazdów transportowych o dopuszczalnej masie całkowitej powyżej 3,5 t oraz autobusów. Zgodnie z przypuszczeniami głównym kryterium zróżnicowania wysokości opłat jest ekologia i DMC pojazdów. Najmniej zapłacą posiadacze pojazdów o DMC 3,5-12 t oraz o najniższym poziomie emisji spalin, czyli najwyższym wskaźniku euro. Opłaty podzielono również na autostrady wraz z drogami ekspresowymi oraz drogi krajowe.

Poniżej zestawienie proponowanych wysokości opłat:

DMC pojazdu	Autostrady + drogi ekspresowe Opłata w gr. / 1 km		
	< Euro 2	Euro 3	Euro 4 <
> 3,5 t	40	35	25
> 12 t	53	46	33
Autobusy > 12 t	40	35	25
	Drogi krajowe Opłata w gr. / 1 km		
	< Euro 2	Euro 3	Euro 4 <
> 3,5 t	32	28	20
> 12 t	42	37	26
Autobusy > 12 t	32	28	20

Źródło: <http://www.truck-business.pl/newletter-30.html>

## **10 aut najczęściej karanych mandatami**

Statystyka jest bezlitosna. Jeśli masz Mercedesa SL, to prawdopodobieństwo dostania mandatu wzrasta o ponad 400%

**Firma Verisk Analytics przygotowała listę samochodów, których kierowcy najczęściej dostają mandaty. Analitycy przyjrzeni się danym o wykroczeniach drogowych w USA w okresie od lutego 2009 do lutego 2010.**

W pierwszej dziesiątce są aż trzy Mercedesy. Prawdopodobieństwo dostania mandatu jest w przypadku kierowców modelu SL ponad czterokrotnie większe niż w przypadku przeciętnego kierowcy.

Policja mandatami chętnie obdarowuje także auta Scion, markę stworzoną przez Toyotę specjalnie na rynek w USA.

## **Oto 10 mandatowych rekordzistów**

1. Mercedes-Benz SL 404 proc.
2. Toyota Camry 349 proc.
3. Scion tC 343 proc.
4. Hummer H2 292 proc.
5. Scion xB 270 proc.
6. Mercedes-Benz CLS-63 AMG 264 proc.
7. Acura Integra 185 proc.
8. Pontiac Grand Prix 182 proc.
9. Mercedes-Benz CLK 63 AMG 179 proc.
10. Volkswagen GTI 178 proc.

Źródło: <http://logistyka.pb.pl/2256856,81026,10-najczesciej-karanych-aut>

## **8 zasad bezpiecznych zakupów on-line w Polsce i za granicą**

Europejskie Centrum Konsumentów wraz z Euro-Label Polska radzi jak bezpiecznie kupować on-line.

### **1. Sprawdź dane kontaktowe i wiarygodność przedsiębiorcy.**

Na stronie sklepu internetowego szukaj pełnych danych kontaktowych przedsiębiorcy. Jeśli umożliwia on osobisty odbiór towaru to znak, że nie ma nic do ukrycia. Podanie jedynie e-maila, nr telefonu lub nr skrzynki pocztowej to za mało, by uznać sprzedawcę za godnego zaufania.

### **2. Nie klikaj w link z e-maila, bo możesz paść ofiarą oszusta.**

Codziennie do naszych skrzynek e-mailowych trafiają oferty handlowe sklepów, sprzedających ubrania znanych marek, sprzęt elektroniczny czy luksusowe kosmetyki. Jeśli jesteśmy zainteresowani zakupem jednego z ich produktów nie należy "wchodzić" na stronę przedsiębiorcy poprzez link zamieszczony w e-mailu, ale wpisać podaną nazwę sklepu w wyszukiwarkę i dopiero kliknąć. Dlaczego? Zdarza się, że pod znany sklep podszywa się oszust, mający identycznie wyglądającą witrynę internetową. W ten sposób usiłuje wyłudzić pieniądze za "markowy towar", którego nigdy nie otrzymamy.

### **3. Wybieraj sklepy z certyfikatami zaufania, szukaj opinii o sprzedawcy.**

Warto sprawdzić, czy przedsiębiorca należy do systemu gwarantującego stosowanie dobrych praktyk oraz określonych standardów obsługi (np. europejski Certyfikat Euro-Label). Sprzedawca, który posiada taki certyfikat zaufania, jest sprawdzony przez niezależnych audytorów, uznany za wiarygodnego i bezpiecznego dla klientów. O przynależności do systemu świadczą oznaczenia graficzne, które sklepy umieszczają w widocznym miejscu swojej witryny. Oznaczeniom tym towarzyszy stosowna informacja o zakresie kryteriów objętych certyfikacją.

Przydatną wskazówką są też oceny klientów, którzy wcześniej korzystali z usług sklepu. Warto szukać ich na forach internetowych lub w serwisach opinii.

#### **4. Sprawdź bezpieczeństwo płatności.**

Na stronie internetowej sklepu (w dole ekranu) szukaj symbolu kłódki, symbolizującej bezpieczne połączenia lub wybieraj płatność zwykłym przelewem. W trakcie transakcji sprawdzaj czy masz bezpieczne połączenie (w protokole <https> – w polu adresu strony internetowej) oraz czy sprzedawca zapewnia ci procedurę zawarcia umowy krok-po-kroku.

#### **5. Zanim dokonasz zakupu sprawdź koszty oraz czas dostawy (przesyłki pocztowej lub kurierskiej).**

Jeśli sklep zapewnia dostarczenie towaru w ciągu 24h czy 48h od momentu zamówienia, musi wywiązać się z tego zapewnienia. Jednak w sytuacji, gdy do Świąt zostało zaledwie kilka dni a sprzedawca nie daje nam gwarancji dostawy w określonym czasie, zapytaj o możliwość odbioru osobistego lub wybierz zakup w sklepie stacjonarnym.

#### **6. Pamiętaj, że masz 10 dni na odstąpienie od umowy bez ponoszenia kosztów.**

Gdy zakupiony przez Internet prezent nie spodobał się obdarowanemu, możesz dokonać zwrotu takiego produktu bez konsekwencji (wyjątkiem są opłaty za przesyłkę towaru do sprzedawcy). Czas na wysłanie do przedsiębiorcy oświadczenia o odstąpieniu wynosi 10 dni kalendarzowych w Polsce i co najmniej 7 dni roboczych w pozostałych krajach UE (produkt trzeba odesłać w ciągu kolejnych 14 dni). Sprzedawca ma obowiązek Cię o tym poinformować. Jeśli tego nie zrobi, termin na odstąpienie od umowy wydłuża się do 3 miesięcy.

#### **7. Nie obawiaj się składania reklamacji.**

Masz prawo do reklamacji każdego towaru kupionego w UE w ciągu 2 lat od dnia, kiedy go dostarczono. Jeżeli przedsiębiorca nie chce uwzględnić Twoich roszczeń, poproś o pomoc miejskiego lub powiatowego rzecznika konsumentów. W przypadku nieuczciwego postępowania sklepu internetowego mającego siedzibę w innym kraju UE, zgłoś skargę do Europejskiego Centrum Konsumentckiego - ECK Polska.

#### **8. Zachowaj korespondencję ze sprzedawcą. W razie sporu będziesz w stanie udowodnić swoje racje.**

Należy wydrukować lub skopiować stronę, na której pojawia się potwierdzenie złożenia zamówienia. Można to zrobić dokonując tzw. zrzutu ekranu. Warto również w ten sam sposób skopiować widok strony internetowej sklepu z ofertą, z której skorzystałeś, zapisać kopię umowy oraz regulaminu sklepu oraz nie kasować korespondencji mailowej z przedsiębiorcą. Nie później niż w chwili dostawy

powinieneś otrzymać w formie pisemnej lub na innym trwałym nośniku potwierdzenie zawarcia umowy o określonej treści.

Źródło: [http://www.logistyka.net.pl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=7163&Itemid=40](http://www.logistyka.net.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=7163&Itemid=40)

## ***Droppa.pl - logistyczna obsługa dla e-sprzedawców***

**Droppa.pl jest pierwszą na polskim rynku firmą, świadczącą kompleksową obsługę logistyczną sklepów internetowych oraz osób prowadzących działalność handlową za pośrednictwem serwisów aukcyjnych.**



Firma oferuje magazynowanie, profesjonalne pakowanie oraz wysyłkę towaru. Dzięki Droppa.pl, narzędzia dotąd zarezerwowane tylko dla największych firm, są dostępne również dla początkujących e-biznesów. Natomiast cały proces zarządzania magazynem i dystrybucją odbywa się on-line, „bez wychodzenia z domu”.

*- Wiemy, że największą słabością firm logistycznych jest wsparcie IT, z kolei największą bolączką firm technologicznych jest brak wiedzy logistycznej. Naszym celem jest rozwój platformy, która dostarcza nowe funkcjonalności i jest zdolna do rozwiązywania realnych problemów logistycznych naszego klienta - powiedział Michał Łaska, prezes Droppa.pl.*

Użytkownicy Droppa.pl, dzięki współpracy z największymi firmami logistycznymi, mogą liczyć na znaczne obniżenie kosztów, przy jednoczesnym zwiększeniu bezpieczeństwa magazynowania oraz dystrybucji swojego towaru. Ponadto ich produkty zapakowane są w profesjonalne materiały oraz wysłane wiodącymi firmami kurierskimi, po bardzo konkurencyjnych cenach. W związku z tym, że cały proces od zamówienia po wysyłkę odbywa się w jednym miejscu, nabywca towaru może być obsługiwany według zasady: dziś zamawiasz, jutro otrzymujesz.

Źródło:  
[http://www.logistyka.net.pl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=7177&Itemid=40](http://www.logistyka.net.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=7177&Itemid=40)