



Fotos: Hotel Claridge

última planta del Hotel, donde se pueden disfrutar de unas vistas privilegiadas y las máximas comodidades.

Con esta reforma, que ha supuesto una gran inversión, y cuyo arquitecto ha sido Carlos Sánchez, también se han incluido zonas de reuniones, cinco salas profesionales con capacidad de hasta 100 personas, son una opción para eventos de empresas o privados, sirviendo para conferencias, ruedas de prensa, exposiciones, desfiles, show-rooms, seminarios de trabajo, ventas privadas, etc... con un confortable mobiliario que permite realizar y variar el montaje más adecuado a sus necesidades, imperial, herradura, escuela, teatro, etc.

Por otro lado, aparte de los salones privados para grupos más reducidos, el hotel cuenta con un comedor con capacidad de hasta 100 comensales, ideal tanto para jornadas de trabajo como para almuerzos o cenas de grupo. Al igual que se ha cuidado al máximo detalle la decoración para poder ofrecer un ambiente cálido, también que quiere transmitir esto a su cocina. Se ofrece a los usuarios una carta estacional, con el fin de poder proporcionar siempre lo mejor de cada temporada.

Dentro del Café-Restaurante Claridge se ha cuidado con mucho mimo el concepto

“Se ofrece a los usuarios una carta estacional, con el fin de poder proporcionar siempre lo mejor de cada temporada...”

nos envuelve en un ambiente del Madrid tradicional.

De igual manera, la fachada también ha recibido una gran renovación, sustituyendo la antigua piel por otra de ladrillo más oscuro.

Ciudades como Londres, Miami o Buenos Aires, tienen un Claridge en el entramado de la ciudad, sin embargo ninguno tiene una característica tan familiar como el Hotel Claridge de Madrid, donde la filosofía del mismo es que las personas se sientan como en su casa

A pesar que la situación económico - social que vivimos ha obligado a cerrar, por toda la Capital, gran cantidad de grandes hoteles, el Hotel Claridge, con su renovado aspecto, va a poder seguir albergando vidas e historias de personas en su viaje por Madrid, haciendo que su experiencia se complemente con un recinto de gran exquisitez y alta calidad.



Juan Luis de Lucas Director Hotel Claridge



Juan Luis de Lucas, Director Hotel Claridge

El Hotel Claridge, forma grupo con el Hotel Wellington de Madrid, establecimiento de gran renombre e importancia en la capital, pero... ¿qué principales sinergias comparten ambos hoteles?, ¿qué los hace diferentes?

Las principales sinergias son las derivadas de las acciones comerciales, ya que ahora podemos ofrecer a nuestros clientes dos productos de alta calidad, muy bien situados en Madrid, y con la posibilidad de elegir entre un establecimiento de 5 estrellas y uno de 4 estrellas.

El hotel Wellington es uno de los 5 estrellas de Madrid con más tradición por su alto nivel de servicio, su ubicación e instalaciones. Nosotros somos una alternativa para estos clientes que demandan un producto lo más similar posible a un precio más asequible.

El establecimiento que dirige ha sufrido una reforma integral, ¿se debe a alguna estrategia del grupo? ¿Con qué pautas debe diseñarse o reformarse un hotel de éste estilo?

Más que una estrategia ha sido una decisión tomada desde las necesidades de nuestros clientes, hoy en día si quieres competir es necesario ofrecer un producto de calidad y adaptado a las expectativas de los clientes que están muy acostumbrados a utilizar este tipo de servicios.

Lo principal a la hora de reformar un hotel es ponerse en el lugar del cliente, analizar lo que está demandando y hacer un producto que te diferencie de la competencia cumpliendo sus expectativas.

Después de la rehabilitación a la que se ha visto sometido, ¿qué principales magnitudes tiene el hotel? (superficie, número de habitaciones, empleados, ocupación, servicios...)

El hotel ocupa 7.000m² repartidos en 15 plantas, cubierta y sótanos. Se ha reducido el número de habitaciones para pasar de una categoría de tres a cuatro estrellas con lo que contamos con 114 habitaciones muy

espaciosas, dos de ellas son suites situadas en la última planta con magníficas vistas a la ciudad. Disponemos de habitaciones comunicadas que son perfectas para las familias y habitaciones adaptas para personas discapacitadas. Cinco salas de reuniones con capacidad hasta 100 personas, business center, cafetería, restaurante, parking concertado, wifi gratuito en todo el hotel y a lo largo del año abriremos un gimnasio de 1.500 m².

¿Cree que los avances tecnológicos (domótica, comunicaciones...) pueden ser un elemento que ayude a transformar un hotel? En este sentido, ¿cuáles se han llevado a cabo en el Hotel Claridge?

No creo que transformen el hotel en sí mismo porque creo que ya es algo que forma parte de nuestras vidas y lo vemos como algo normal. Por ejemplo hace unos años era algo innovador tener wifi en un hotel, hoy en día ya nadie entiende que no lo ofrezcas sin coste añadido, el cliente lo percibe como si fuese la luz o el agua de la habitación.

El Claridge ha cambiado completamente todas sus instalaciones, ahora contamos con un sistema de climatización que permite al cliente disponer de frío y calor durante cualquier época del año, el sistema nos permite asignar la habitación antes de la llegada del cliente de manera que cuando este llega a su habitación la encuentra a una temperatura perfecta.



Fotos: Hotel Claridge



Juan Luis de Lucas, Director Hotel Claridge

Contamos con luminarias de led mucho más eficientes y respetuosas con el medio ambiente. En este sentido lo más innovador es la instalación del primer equipo de microgeneración en un hotel en Madrid, que nos permite obtener luz para nuestro propio consumo y así logramos importantes ahorros energéticos.

Se ha instalado domótica en todas las luminarias de recepción y salones que nos ayudan a crear una atmosfera de mayor confort.

¿Qué carácter aporta la decoración -estilo americano y clásico británico- al renovado hotel?, ¿qué se persigue con esta elección?

Lo que se quiere conseguir es que el cliente esté en un hotel acogedor y con estilo propio. Huimos de los estilos que aportan algunos establecimientos que ofrecen decoraciones demasiado modernas, sin apenas personalidad. En este estilo la madera y materiales de alta calidad juegan un papel muy importante, junto con toda la fotografía temática de Madrid del artista Gerad Franquesa y su técnica del grafito Madrid 2.0.

Creo que tendremos una decoración que dentro de algunos años seguirá estando tan actual como ahora mismo.

En la situación en la que nos encontramos, ¿afecta la crisis de igual manera a un establecimiento tan exclusivo como el Hotel Claridge?, ¿seguirán alguna estrategia puntual para aumentar su nivel de ocupación?

El Claridge ha estado dos años cerrado para acometer su renovación, esto añadido a que ahora nos dirigimos a un cliente algo diferente al pasar de tres a cuatro estrellas, nos encontramos en la misma situación que si fuera una nueva apertura.

En estos dos años el mercado ha cambiado mucho. La situación de crisis económica tan feroz que nos está tocando vivir y la sobreoferta hotelera de Madrid hace que su comercialización sea completamente diferente.

Tenemos la gran suerte de tener un producto completamente nuevo que hay que dar a conocer. Esta es una de las principales tareas comerciales y de comunicación, dar a conocer en el mercado el nuevo Claridge.

Par ellos nos estamos apoyando en todos los canales de distribución más relevantes para nuestro segmento de mercado, que nos ayudarán a lograr una mayor difusión y comercialización de forma más inmediata. Estamos centrando también muchos esfuerzos en potenciar nuestra web www.hotelclaridge.com y estar presente en las redes sociales. Pero por encima de esto lo más importante es el servicio y el equipo humano que lo proporciona. De nada serviría tener un gran producto si no lo acompañamos de un excelente servicio, en este sentido el hotel cuenta con un gran equipo de profesionales que seguro nos harán llegar a nuestros objetivos.

¿Cuáles son las expectativas que se tienen a corto y medio plazo?, ¿qué se espera de su gestión?

Este año el objetivo es posicionar el hotel en todos los canales de distribución y dar a conocer el nuevo Claridge dentro del nicho de mercado que estamos buscando. Para ello es importantísimo fidelizar a nuestros clientes, lograr que una vez que nos han conocido seamos capaces de que repitan y seamos su hotel de referencia.

Para cumplir estas expectativas es necesario gestionar correctamente todos los recursos disponibles, tener un personal lo suficientemente formado y motivado para que el cliente perciba una alta calidad de servicio, que será lo que realmente nos haga diferentes. Creo que es muy importante aprovechar todos los medios tecnológicos que ofrecer el mercado para obtener la máxima rentabilidad posible.

¿Qué percepciones transmite el Hotel Claridge a sus visitantes?, ¿por qué es ahora mejor este establecimiento?

Estamos teniendo muy buena aceptación en el mercado, las valoraciones están siendo muy positivas, tanto por lo que nos comentan los propios clientes en el hotel como por nuestra reputación on line reflejada en nuestra web y en los diferentes medios de distribución. Lo importante es este aspecto es no relajarse e ir mejorado cada día.

Es muy bonito poder hablar con los clientes que venían antes de la reforma, poder comprobar lo sorprendidos que están con todos los cambios realizados, escuchar sus comentarios sobre lo mucho que han mejorado las instalaciones y, a su vez, comprobar que unos de los aspectos que más valoran sigue siendo el trato personalizado que reciben de todos los miembros de la plantilla.

Fotos: Hotel Claridge



JUNG

Suena muy bien

El Music Centre en diseño de JUNG es una base perfecta para su reproductor MP3, iPod o iPhone, que también sirve de cargador a la vez que ofrece un sonido de alta calidad. En combinación con los altavoces de JUNG o mediante terminales para conectar a su equipo HiFi o entrada de audio del aparato de TV en la habitación de hotel. El huésped disfrutará de su música en las mejores condiciones.



JUNG ELECTRO IBÉRICA, S.A. | C-155, km. 14,2 | 08185 LLIÇÀ DE VALL | BARCELONA
Tel. 902 35 35 60 | Fax. 93 844 58 31 | e-mail: comercial@jungiberica.es | www.jungiberica.es