

باشگاهی برای اماکن تفریحی لوکس

A Club for Luxury Resorts

درست است که برای بسیاری از ما هنوز تعریف درستی از سفر لوکس در ذهنمان جای ندارد و تصور آن هم بنا بر بسیاری از مسائل ریز و درشت، بیش تر شبیه خیال پردازی است اما برای خیلی ها در خیلی نقاط دنیا چیزی به عنوان "سفر معمولی" معنا ندارد و همواره به دنبال مرفه ترین و گران ترین سفرها هستند؛ لاقلاً برای ۳۳۰+ عضو باشگاه Exclusive Resorts (مجموعه تفریحی منحصر به فرد) که این گونه است.

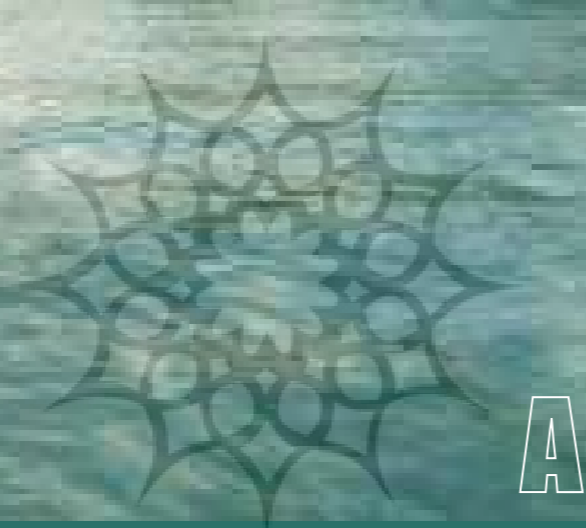
در طبقه بندی اماکن اقامتی، مجموعه اقامتی- تفریحی یا همان اماکن تفریحی به واسطه ویژگی های خاص خود که هم از طبیعت سود می جویند و هم از خلاقیت های بشر، همیشه و در همه فصول پرطرفدارترین ها به حساب می آیند و بسیاری از سایت ها و مجلات گردشگری آن ها را تبلیغ و معرفی می کنند. در این میان برخی شرکت های طراحی سفر و آژانس های بزرگ مسافرتی هم به توبه خود و مشتریان شان، بسته های سفری را برای برخی از این مقاصد طراحی می کنند و تمرکز فروش خود را بر روی آن ها می گذارند.

از جمله این شرکت ها، شرکتی به نام Exclusive Resorts است که با همکاری یک شرکت سرمایه گذاری و شریک تجاری چندین شرکت مسافرتی و مدیریتی اماکن تفریحی به نام Revolution LLC و نیز شرکت AOL America On Line در واقع به عنوان باشگاهی برای علاقه مندان به سفرهای

لوکس و امکان تفریحی گران قیمت فعالیت می کند. این باشگاه که در سال ۲۰۰۲ تأسیس شد، در حال حاضر ۳۳۰۰ عضو دارد که در گزارش سالیانه خود درباره سال ۲۰۱۰، اعلام کرد که مجموع فروش آن ۶۶ میلیون دلار بوده است که در مقایسه با سال ۲۰۰۹، بیش از ۵۰ درصد رشد را نشان می دهد. (در ساده ترین نگاه به این رقم فروش و تعداد اعضا می توان گفت که به طور میانگین هر عضو این باشگاه در سال ۲۰۱۰، هزینه ای بالغ بر ۲۰ هزار دلار - حداقل ۲۰ میلیون تومان- را برای سفرهای خود انجام داده اند).

Steve Case - رئیس این باشگاه- درباره این ارقام چنین می گوید: «فروش های ۲۰۱۰ نشان داد که ۳۳۰۰ عضو شناخت بیش تری نسبت به ما پیدا کرده اند. باشگاه Exclusive Resorts بهترین است و آسان ترین راه برای لذت بردن از تعطیلات لوکس در ۵۰ مقصد در تمام قاره ها همراه با خانواده ها و دوستان محسوب می شود. این نتایج همچنان لزوم یک بازنگری را به ما یادآور شد چراکه در حرکتی روبه جلو قرار داریم و مردم تمایل دارند برای آنچه برایشان مهم است، هزینه کنند مثل تجربیات خاطر انگیز سفرها».

اما رقم یاد شده تنها درآمد فروش بسته های سفر است در حالی که این شرکت سالانه از بابت تدارک خانه های بسیار لوکس خانوادگی و انجام خدمات ویژه و مزیت های قابل اطمینان خود ۱۰۰ میلیون دلار درآمد ایجاد می کند. همچنین از زمان تأسیس خود (۲۰۰۲) تا به امروز بیش از ۱۲۰ هزار بسته سفر را در سراسر



باشگاه علوم انسانی و مطالعات
پرتال جامع علوم انسانی

جهان تحویل داده اند که رضایت مشتریان شان را در هر سال به بیش از ۹۰ درصد رسانده است. در سال ۲۰۱۰ این درصد رضایت به ۹۵ درصد رسید. Jeff Pottes - مدیرعامل این شرکت- در این باره چنین توضیح می دهد: «آنچه ما پیشنهاد می کنیم یک نوع منحصر به فرد در بازار است. تعطیلات، وقت گرانبهائی هستند بنابراین ما هیچ چیز را به شانس نمی سپاریم. تعطیلات را خود طراحی می کنیم و گستره بزرگ اقامت گاه هایمان را نگهداری، تجهیز و میلمان می کنیم، آن هم بر اساس ذائقه اعضای مان. تغییر نگاه به سفرهای لوکس در بیش از هشت سال گذشته ما را قادر می سازد مسافران را از بابت هر آنچه که لوکس باید به نظر برسد و به دنبالش هستند، خاطر جمع سازیم.»

Exclusive Resorts برای برآوردن نیازهای تغییرات بازارهای سفرهای لوکس در سال ۲۰۱۰، "باشگاه پیشنهاد" را ابداع کرد که با ایجاد طرح های پرداختی قابل انعطاف و افزودن مزایایی برای اعضایش، بیش از پیش رضایت مشتریان اش را جلب نمود. آن ها همچنین تنوع انتخاب ها را برای اعضا گسترش دادند که شامل ۶۵ اقامتگاه بسیار لوکس تنها در دو سال گذشته بود. برخی از این اقامتگاه ها و مقاصد شامل دریاچه Tahoe در کالیفرنیا، جزیره دریایی در جورجیا، خلیج کاپالوا در هاوایی، میراول در آریزونا، لاس وگاس و چشمه های کشتی های بخار در کلرادو می باشد.

بعلاوه این شرکت پیشنهادهایی تحت عنوان "یک بار در تمام عمر" دارد که شامل

مجموعه ای منحصر به فرد از تجربیات سفر در گوشه و کنار دنیاست؛ از تانزانیا گرفته تا پاتاگونیا (ناحیه ای در جنوب آرژانتین و شیلی) و جزایری در شرق اقیانوس آرام که هر کدام نشان آسودگی و اطمینان و خدمات های ویژه را دارند. به تازگی هم اعلام شده است که در حال طرح ریزی سفرهایی هستند که هرگز قبلاً پیشنهاد نشده اند و ویژه اعضای مخصوص یا همان VIP می باشد. مثل مسابقات اسب سواری در Kentucky Derby و تورنمنت حرفه ای گلف در آگوستای جرجیا.

برداشت ایرانی:

هر چند خواندن نخستین بار این نوشتار، شاید فقط حسرت چگونه سفر کردن و پول خرج کردن عده ای را موجب شود اما در واقعیت امر نشان می دهد که چگونه برخی شرکت ها از این تمول سود می جویند و نوع نگاه آن ها به مقوله سفر و رضایت مشتریان شان چگونه است. مرور آنچه که ایشان انجام می دهند می تواند درسی نوشتار نشان داد که هنوز هم نگاه ویژه ای برای مقاصد داخلی شان وجود دارد. در حالی که در کشور مان بسیاری از تلاش های ایجاد انگیزه سفر برای مقاصد خارج از مرزها صورت می گیرد و این علاوه بر فرهنگ سازی نیازمند ایجاد بسترهای مناسب از جمله ساخت هتل ها و اقامتگاه های درجه یک است که همت سرمایه داران و مساعدت دولت را می طلبد.