

BOM SUCESSO

Qualidade e diferenciação

O BOM SUCESSO é um resort turístico com uma enorme componente de lazer, diferenciando-se pelo conceito de "Fusão Criativa" materializado pela conjugação de arquitectura contemporânea com natureza e presente nas propostas de cada arquitecto, constituindo a arquitectura o denominador estruturante do projecto. A classificação de Aldeamento Turístico de 5 Estrelas, aliada ao reconhecimento como Projecto de Interesse Nacional (PIN) e Utilidade Turística confirmam a aposta neste conceito inovador, tornando-o numa referência internacional entre os conjuntos turísticos de luxo.

Situado sobre as margens da lagoa de Óbidos, o BOM SUCESSO é uma nova oferta de turismo original e inovadora que permite viver a experiência de habitar arquitectura contemporânea integrada na natureza, complementada por um soberbo campo de golfe de 18 buracos e um conjunto de equipamentos de lazer e de desporto que asseguram todo o conforto e animação de uma estadia.

Sandra Neves, directora Executiva Turismo & Golf, pelouro Vendas & Marketing e administradora do Golfe do Bom Sucesso, em entrevista à Revista Viajar dos novos serviços lançados pelo empreendimento bem como das novas apostas.

Viajar - Como é que no empreendimento está separada a vertente turística da imobiliária?

Sandra Neves - Por diferentes equipas de gestão - operacionais/comerciais.

O Projecto Bom Sucesso é um Resort de Turismo Residencial classificado 5 estrelas pelo Turismo de Portugal, 3 vezes projecto PIN, com 3 aldeamentos turísticos num total de 1070 unidades de alojamento - 6.000 camas - distribuídas por moradias individuais e em banda, um championship golf course, clube de ténis, kids club, zona comercial, campo de futebol, clube náutico na lagoa de Óbidos, amplos espaços verdes e uma unidade hoteleira de 120 quartos, numa área total de 270 hectares. 36 arquitectos nacionais e estrangeiros, Siza Vieira, Souto Moura, Gonçalo Byrne, Carrilho da Graça, David Shieperfield, Mangado, etc, juntaram esforços para criar este projecto. O conceito diferenciador é a fusão criativa entre arquitectura contemporânea



nea e natureza. Temos um protocolo com a Óbidos Patrimonium, empresa municipal para a área da cultura, para dar acesso privilegiado dos nossos clientes aos cerca de 300 dias de eventos promovidos pela edilidade.

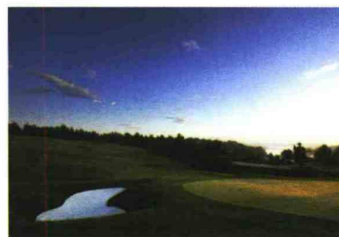
V - Que mais valia vai trazer para a BOM SUCESSO a abertura de uma unidade de cinco estrelas gerida pela cadeia Hilton em 2012?

SN - Credibilidade internacional, garantia na qualidade dos serviços, mais valia para os nossos proprietários e projecção internacional do destino turístico Óbidos.

É um projecto da autoria do arquitecto Souto Moura que já foi aprovado pelo turismo de Portugal e pela Câmara Municipal de Óbidos, com classificação provisória de 5 estrelas, que vai oferecer 120 quartos com varanda e áreas generosas. A unidade vai dispor ainda de SPA, restaurantes, bares, sala de congressos para 600 pessoas, mais salas de reuniões, piscinas de água salgada e 8 hectares de jardins.

V - Quais são as ofertas do resort? Qual a importância do golfe neste empreendimento? E da academia de golfe?

SN - O Golf é um dos maiores segmentos para o Bom Sucesso. É nosso objectivo (no prazo de dois anos) vender 40.000 voltas anuais. Temo qualidade do layout (Arquitecto Donald Steel), qualidade da manutenção (€800.000/ano), qualidade do serviço, qualidade da academia de golfe Stuart Woodman, estamos inseridos no destino turístico de Óbidos com actividade cultural intensa ao longo do ano, que será o novo destino nacional de golfe a muito curto prazo (três campos de



golfe de grande qualidade a uma distância de apenas 5 minutos), contamos com a proximidade de capital europeia, temos clima temperado e 300 dias de sol por ano por ano.

A criação da Academia Júnior de Golf Stuart Woodman, tem como grande missão, usar o Golf como uma ferramenta para desenvolver e educar os jovens e, por outro lado, com objectivos claros de extensão às escolas da Região Oeste no sentido de considerarem este produto como actividade extra.

V - Quais os principais mercados? Quanto representa cada um? Que acções de promoção a desenvolver este ano e onde?

SN - A nível internacional, o nosso principal mercado é proveniente do Norte da Europa, designadamente da Escandinávia e maioritariamente da Suécia.

As acções a desenvolver estão segmentadas: Golf - na contratação com os Tour Operadores e Retalho (FIT's e grupos). As parcerias estabelecidas com os Campos Praia D'el Rey e Golden Eagle, reforçam ao mesmo tempo a oferta deste segmento, principalmente junto dos mercados internacionais; E-Commerce - com enfoque em 3 canais de vendas online: GDS, IDS e Site Bom Sucesso (novos sites Turismo e Golf, estarão on-line no final de Novembro); e MICE - com a oferta de pacotes reunião competitivos para o segmento corporate.

V - Foi recentemente lançado o voucher Discover BOM SUCESSO. Com que objectivos? Que outros produtos deste género estão em perspectiva? O que a Leisure@ BOM SUCESSO?

SN - O Voucher "Discover Bom Sucesso" visa proporcionar experiências de alojamento em ambientes de Arquitectura Únicos.

Apostámos na criação de um Departamento de Lazer (7 dias por semana), com uma capacidade de resposta na oferta de todo o tipo de acções outdoor aos nossos clientes, que funciona na perfeição para incentivos e famílias.

Os objectivos da estratégia Comercial Bom Sucesso para o Turismo & Golf são estar totalmente de "frente para o Cliente", identificar e antecipar as necessidades dos clientes de forma a garantir elevados padrões de serviço, ter a capacidade para atrair e fidelizar clientes, monitorizar de forma contínua as mudanças e tendências nos mercados, criar experiências exclusivas em função dos segmentos e dos perfis dos clientes, com uma oferta constante, diferenciada e inovadora de produtos, visível junto dos mercados alvo.

V - Foi igualmente lançado recentemente o produto "Private Cook". Com que objectivos?

SN - Conceito do "Private Cook" no Self Catering o que irá proporcionar aos nossos clientes FIT's, usufruir do conforto das nossas Villas, entre outros.

V - Diz-se que este resort proporciona uma experiência diferente. De que modo?

SN - Procuramos a valorização dos projectos pela inovação. O Bom Sucesso, em consonância com a abordagem de parceria que tem procurado nas suas relações com parceiros estratégicos, irá configurar um conjunto de soluções orientadas à garantia de qualidade de serviço e eficiência de custos operacionais, assumindo uma postura orientada às vantagens e benefícios competitivos do Bom Sucesso.

Queremos crescer na área do turismo com novas oportunidades de investimento.

V - O que diferencia este resort de outros existentes na região Oeste?

SN - A diferenciação na oferta de serviços como estratégia de posicionamento de Marketing do Bom Sucesso, tem como prioridade, identificar as "variáveis-chave" para uma actuação comercial personalizada e explorar ao máximo a potencialidade das características únicas do produto e distintas face à sua concorrência directa.

