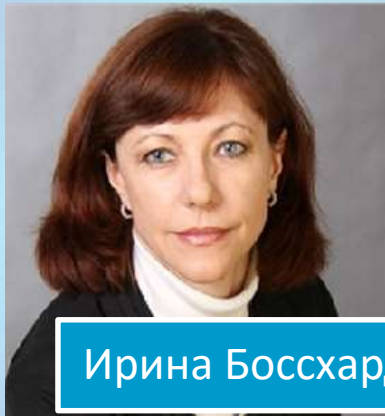


MICE



**ЧТО НУЖНО ЗНАТЬ ОТЕЛЬРАМ
ДЛЯ УСПЕШНОЙ РАБОТЫ
С ДЕЛОВЫМИ МЕРОПРИЯТИЯМИ**

ДАВАЙТЕ ПОЗНАКОМИМСЯ



7 отелей в Москве, 2 отеля в Европе,
Новые проекты: Сочи, Волгоград, Минск, Астана



СОДЕРЖАНИЕ:

1

ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ В МИРЕ И РОССИИ

2

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

3

ОПТИМИЗАЦИЯ РАСХОДОВ

4

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

5

ПЕРЕОЦЕНКА ЦЕННОСТЕЙ

6

ВОПРОСЫ

ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ

ЦИФРЫ И ФАКТЫ

Расходы на путешествия в мире

Leisure Tourism Spending

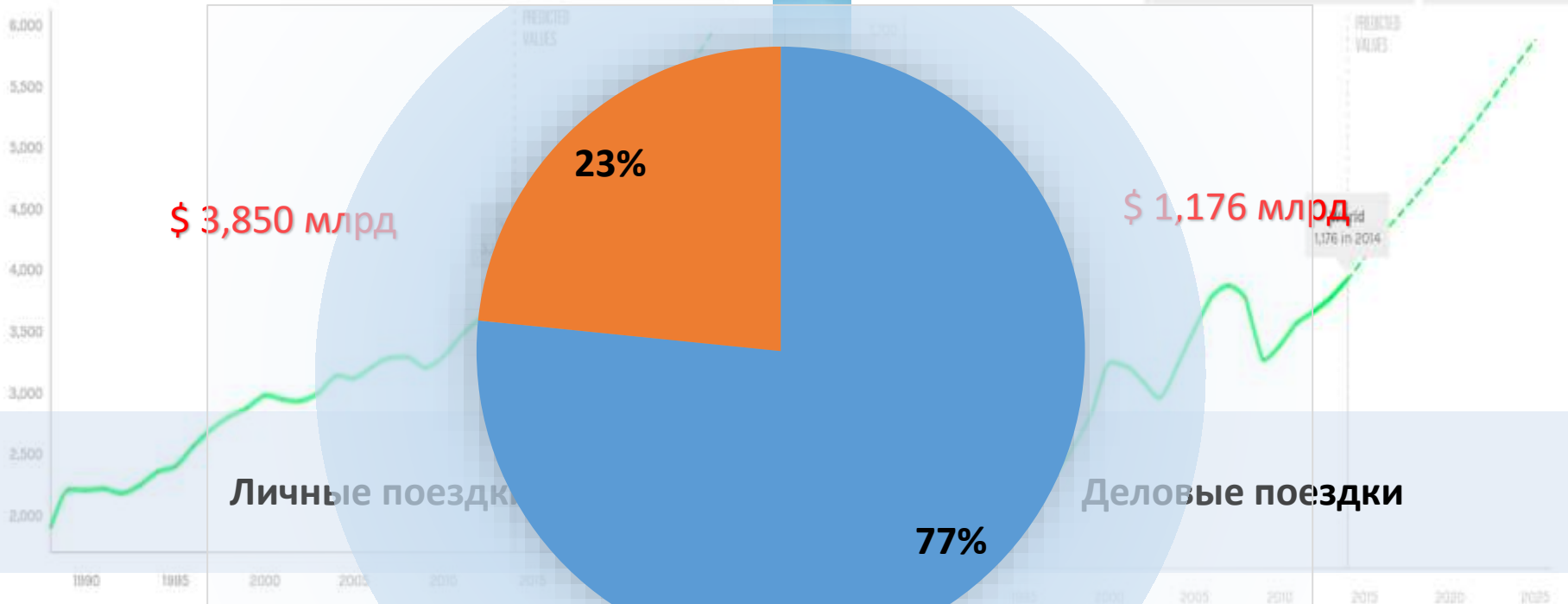
US\$ in bn (Real prices)

Download data

Business Tourism Spending

US\$ in bn (Real prices)

Download data



\$ 3,850 млрд

\$ 1,176 млрд

Личные поездки

Деловые поездки

77%

23%

■ личные поездки

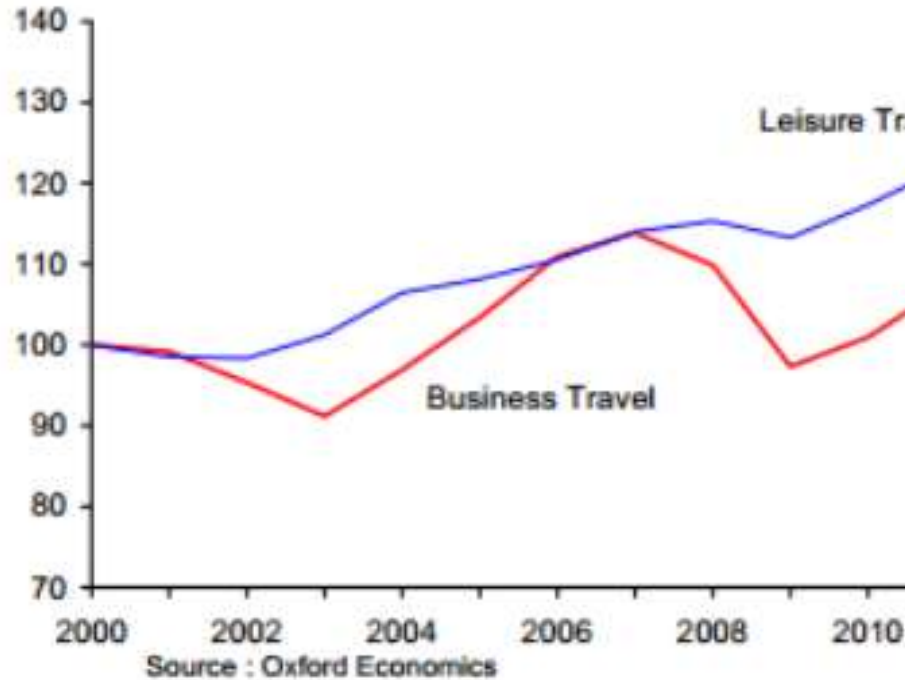
■ деловые поездки

Источник: WTTC (Всемирный совет по туризму и путешествиям)

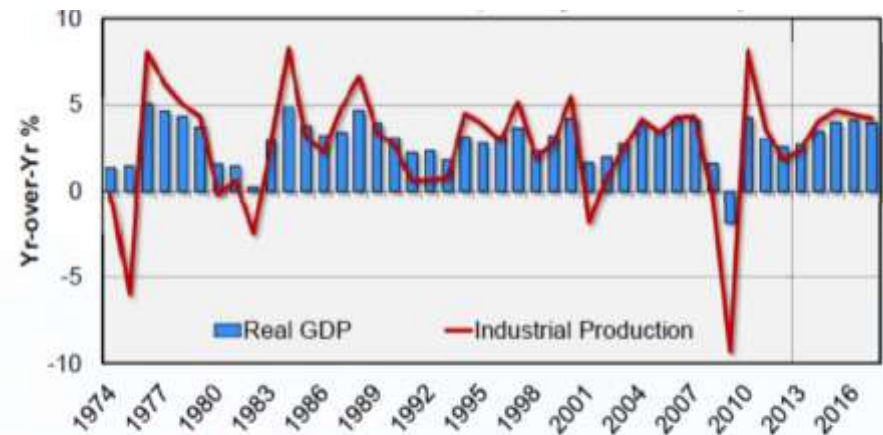
РОСТ РАСХОДОВ НА ПОЕЗДКИ

Global Travel Spending

2000=100, inflation adjusted



Источник: WTTC (Всемирный совет по туризму и путешествиям)



Source: OECD, IHS Global Insight, IMF, Wells Fargo Securities, Rockport Analytics

ГЕОГРАФИЯ ДЕЛОВЫХ ПОЕЗДОК

Country	BTS 2012 (млрд.)	Рост к 2011 %
США	\$262.00	4.4
Китай	\$196.00	13.2
Япония	\$65.20	-1.2
Германия	\$50.50	1.1
Великобритания	\$40.20	0.1
Франция	\$35.70	-2.1
Италия	\$32.70	-7.5
Южная Корея	\$30.50	2.8
Бразилия	\$30.10	9.3
Индия	\$22.10	5.8
Канада	\$22.00	1.4
Австралия	\$21.10	2.8
Россия	\$20.40	2.6
Испания	\$17.90	-8.0
Недерланды	\$17.80	-4.5

Business Travel Spend



2015 Total Business Travel Spending

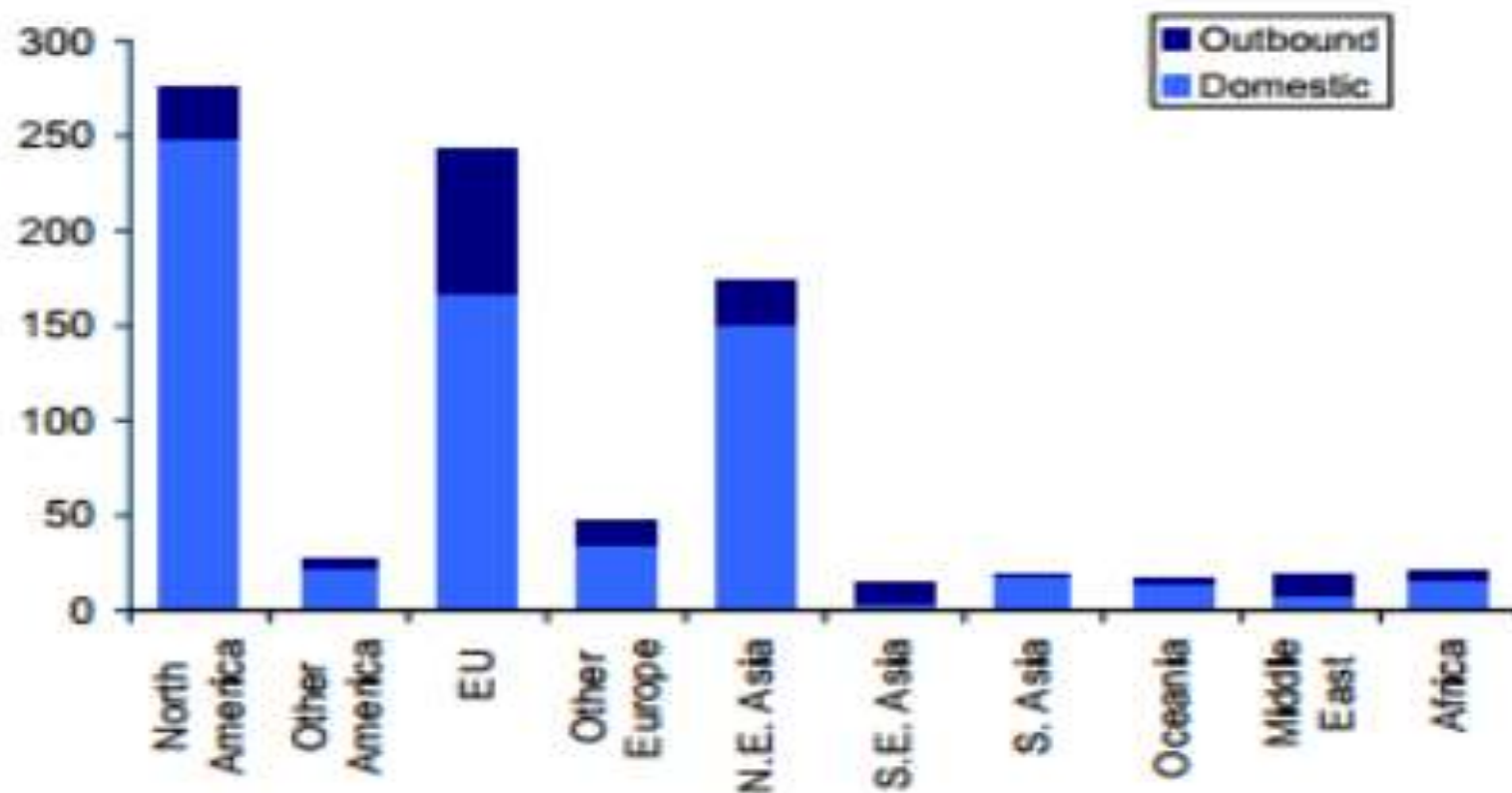
1	United States	\$292
2	China	\$290
3	Germany	\$64
4	Japan	\$62
5	United Kingdom	\$47
6	France	\$37
7	South Korea	\$32
8	Italy	\$31
9	Brazil	\$31
10	India	\$30
11	Canada	\$23
12	Australia	\$22
13	Spain	\$19
14	Netherlands	\$18
15	Indonesia	\$18
16	Russia	\$17
17	Turkey	\$16
18	Belgium	\$13
19	Sweden	\$11
20	Austria	\$10

Источник:

РАСХОДЫ НА ДЕЛОВЫЕ ПОЕЗДКИ. Внутренние / Международные

Business Travel Spending by Region

US\$ bn



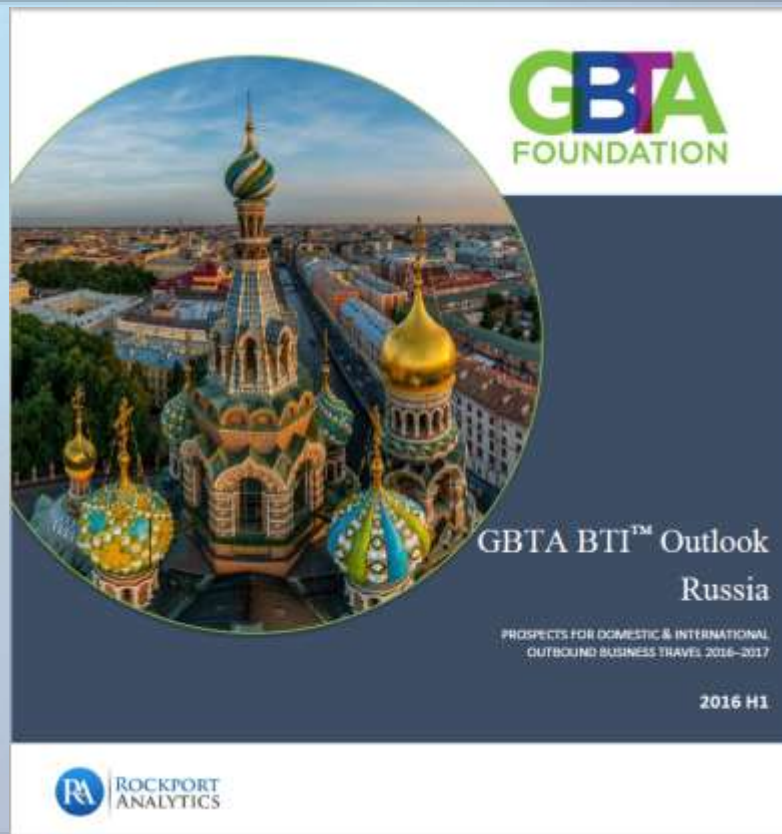
Source : Oxford Economics

ПРОГНОЗ НА 2019 г

Country	2014		2019 (f)		Rank Change	Country	2014		2019 (f)		Rank Change
	Rank	\$bil	Rank	\$bil			Rank	\$bil	Rank	\$bil	
U.S.	1	\$288	2	\$349	-1	Italy	9	\$31	10	\$37	-1
China	2	\$262	1	\$420	+1	India	10	\$26	6	\$45	+4
Japan	3	\$62	4	\$69	-1	Canada	11	\$23	11	\$30	--
Germany	4	\$58	3	\$85	+1	Russia	12	\$2	15	\$24	3
U.K.	5	\$44	5	\$58	--	Australia	13	\$20	13	\$25	--
France	6	\$36	7	\$44	-1	Spain	14	\$18	14	\$24	--
S. Korea	7	\$32	8	\$39	-1	Netherlands	15	\$18	16	\$23	-1
Brazil	8	\$32	9	\$39	-1	Indonesia	16	\$16	12	\$27	+4

Источник: GBTA ВТИ™ OUTLOOK—GLOBAL, Ноябрь 2015

ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ В РОССИИ



ДИНАМИКА РАСХОДОВ НА ДЕЛОВЫЕ ПОЕЗДКИ. РОССИЯ

Total Business Travel Spending
% Change



Source: GBTA Foundation, Rockport Analytics

РАСХОДЫ НА ДЕЛОВЫЕ ПОЕЗДКИ. РОССИЯ

Total Business Spending and Trips 2013 – 2017 (Annual)

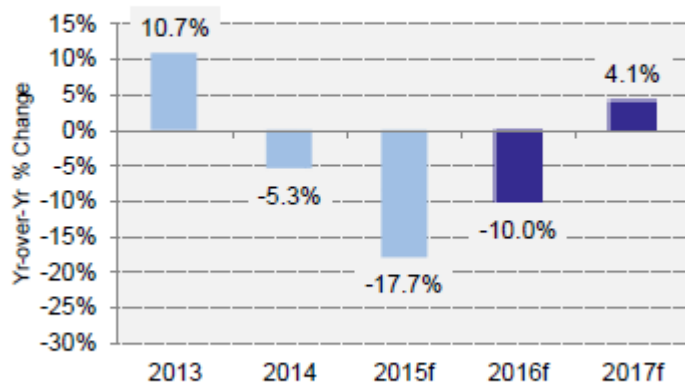
	2013	2014	2015f	2016f	2017f	00-05 CAGR* %	05-10 CAGR %	10-15 CAGR %
Russia Domestic	\$19,334	\$18,308	\$15,059	\$13,558	\$14,120	19.1%	13.9%	0.8%
<i>% Change</i>	<i>10.7%</i>	<i>-5.3%</i>	<i>-17.7%</i>	<i>-10.0%</i>	<i>4.1%</i>			
Russia IOB	\$3,073	\$2,774	\$2,182	\$1,853	\$1,967	14.5%	9.8%	-2.0%
<i>% Change</i>	<i>3.3%</i>	<i>-9.7%</i>	<i>-21.4%</i>	<i>-15.1%</i>	<i>6.2%</i>			
Total	\$22,407	\$21,083	\$17,241	\$15,411	\$16,088	18.2%	13.3%	0.4%
<i>% Change</i>	<i>9.7%</i>	<i>-5.9%</i>	<i>-18.2%</i>	<i>-10.6%</i>	<i>4.4%</i>			



Источник: GBTA BTI™ OUTLOOK—RUSSIA, Март 2016

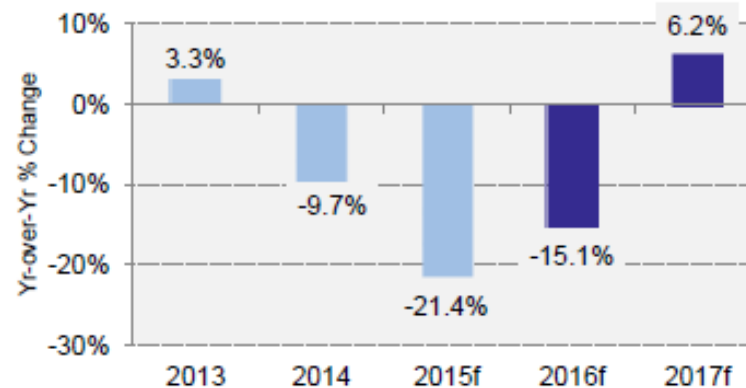
РАСХОДЫ НА ВНУТРЕННИЕ И ЗАРУБЕЖНЫЕ ПОЕЗДКИ

Russia Domestic
% Change



Source: GBTA Foundation, Rockport Analytics

Russia IOB
% Change



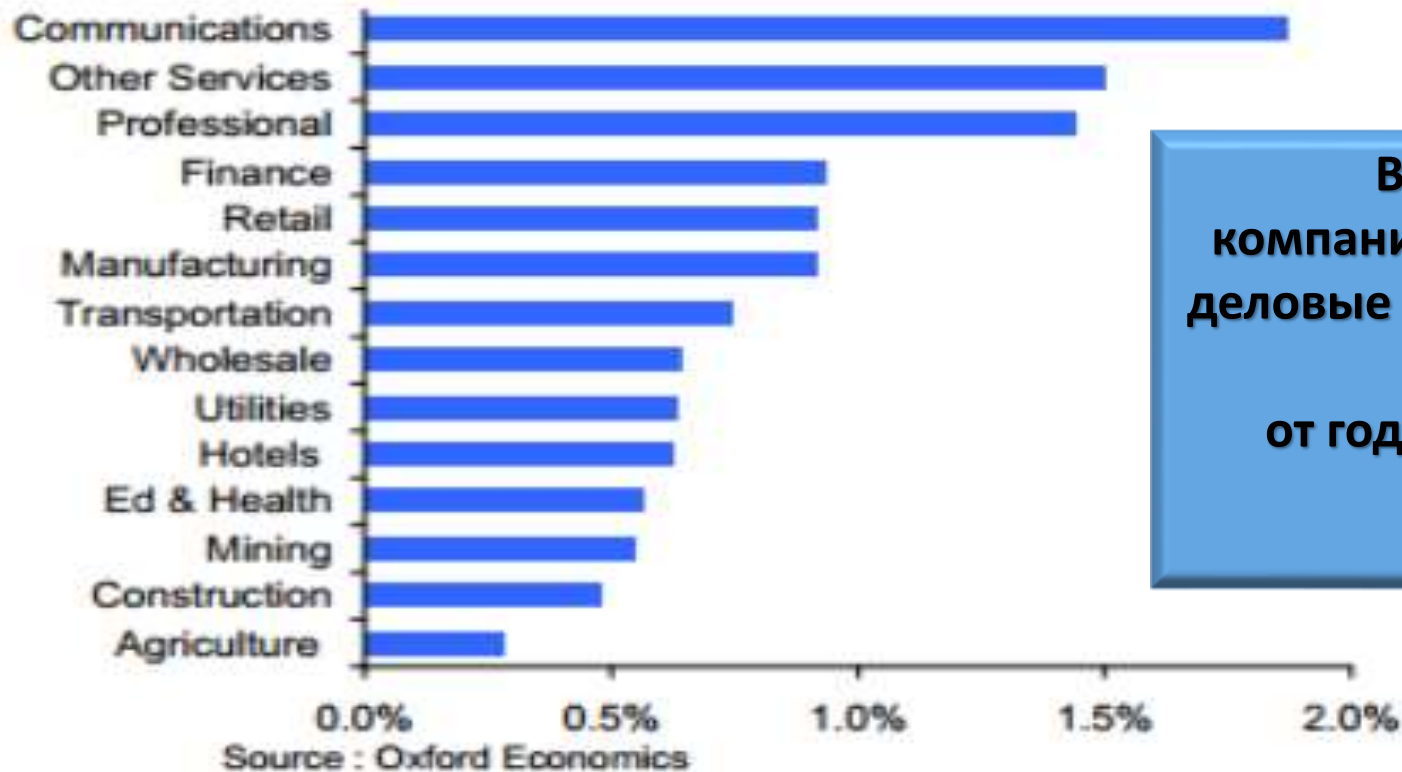
Source: GBTA Foundation, Rockport Analytics

Источник: GBTA ВТИ™ OUTLOOK—RUSSIA, Март 2016

ЗАТРАТЫ ПО ИНДУСТРИЯМ

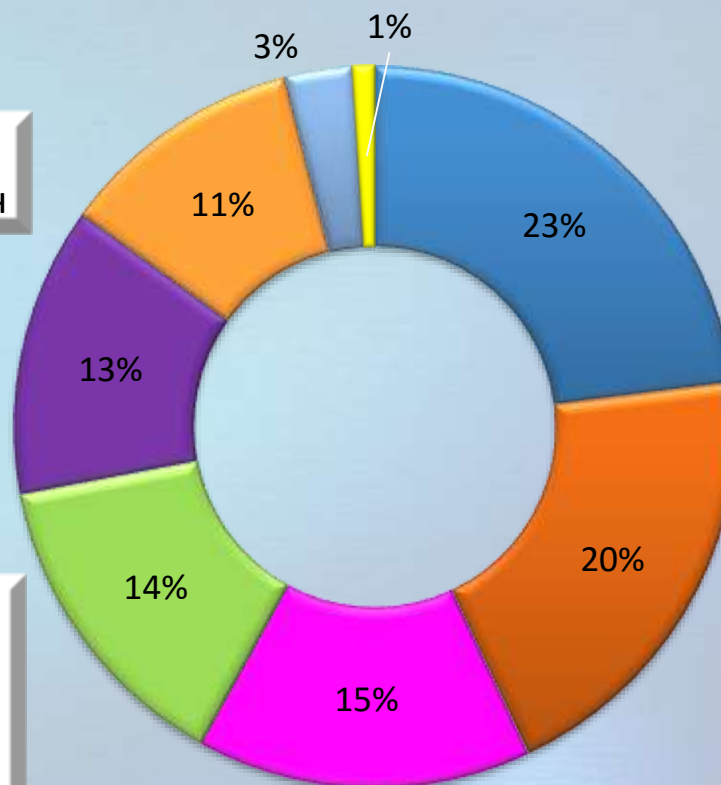
OECD: Business travel intensity

Business travel spending as a share of industry revenue



В среднем
компании расходуют на
деловые поездки от 1% до
2%
от годовой выручки
(GBTA)

ЦЕЛИ ДЕЛОВЫХ ПОЕЗДОК



74% от всех деловых поездок связано с проведением встреч

20% всех деловых поездок связана с проведением внутренних мероприятий

29% связано с развитием деловых отношений – проведение встреч с поставщиками, партнерами, клиентами

25% от всех деловых поездок связано с внешними мероприятиями – конференциями, симпозиумами, конгрессами, выставками, ярмарками и поощрительными поездками

- Посещение клиента в офисе
- Внутренние совещания и обучение
- Встречи с поставщиками и партнерами
- Встречи с клиентами
- Участие в конференциях/конгрессах
- Посещение выставок и ярмарок
- Посещение офиса/филиала компании
- Поощрительные поездки (инсетивы)

Источник: WTTC (Всемирный совет по туризму и путешествиям)

ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ

Исследования, проведенные Всемирным советом по туризму и путешествиям (WTTC) показали, что возврат на инвестиции в области делового туризма составляют 10:1

Деловой
туризм

BT



MICE

По оценкам специалистов, M&E обеспечивает более 30% загрузки гостиниц в странах Евросоюза.

MICE

M

- Meetings

I

- Incentives

C

- Conferences / Conventions

E

- Events / Exhibitions

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

“MICE туризм - это особый вид туризма, к которому относятся деловые поездки, обычно в составе групп, которые совершаются с определенной целью и, как правило, планируются заранее.

ТИПЫ СОБЫТИЙ

Ярмарки

Совещания

Симпозиумы

конференции

Благотворительные мероприятия

Конгрессы

Советы директоров

Выставки

Инсентив-поездки

Фестивали

Запуск нового продукта

Экспозиции

Семинары

Спортивные соревнования

Корпоративные мероприятия

Презентации

Рабочие встречи

СПЕЦИФИКА МІСЕ БИЗНЕСА

- Разнообразный и многогранный
- Выходит за рамки просто отеля
- Высокодоходный
- Способствует развитию региона
- Чрезвычайно требовательный
- Структурно сложный, неоднородный
- Зависит от «репутации» направления

ТЕНДЕНЦИИ MICE-РЫНКА В РОССИИ

- **Рост спроса на проведение мероприятий в регионах РФ происходит за счет:**
 - ❖ развитие инфраструктуры
 - ❖ сокращение расходов
 - ❖ отсутствие оформления визы
- **Федеральное агентство по туризму**
 - ❖ Программа «Туризм»
 - ❖ «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)»
- **Формирование CVB (Конвеншн-бюро)**

Источник: MICE Forum 2014 и www.mice.ru

MICE – ЛИДЕРЫ РОССИИ

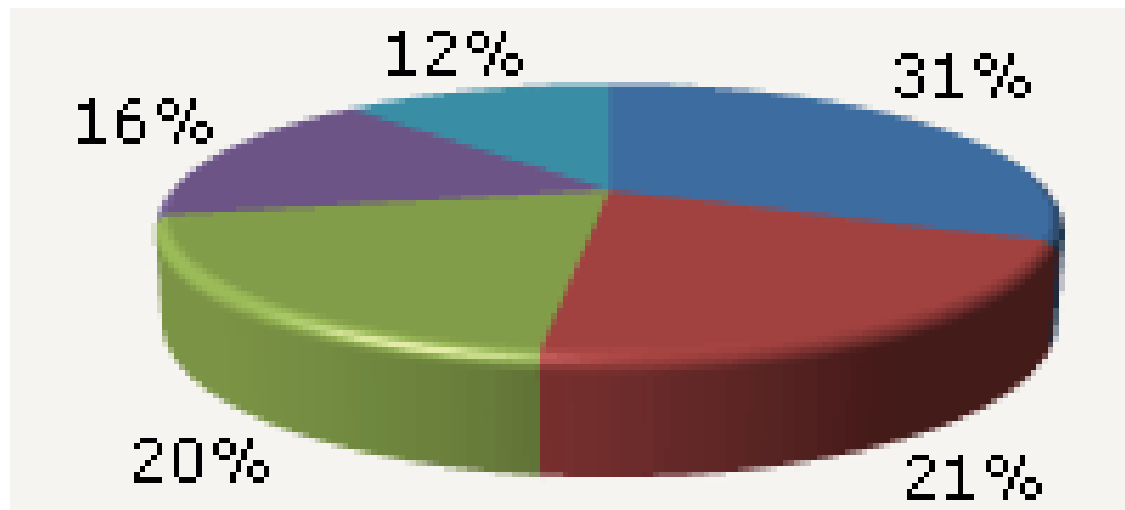
Рейтинг популярных MICE-направлений

Направление		% MICE-поездок
1. Сочи		29%
2. Москва		17%
3. Подмосковье		14%
4. Санкт-Петербург		12%
5. Казань		10%
6. Турция		7%
7. Египет		6%
8. Германия		2%
9. Франция		2%
10. Другие страны		1%

Upjet Travel Group, 2015 г.

ЦИФРЫ И ФАКТЫ

Ежегодный бюджет на мероприятия

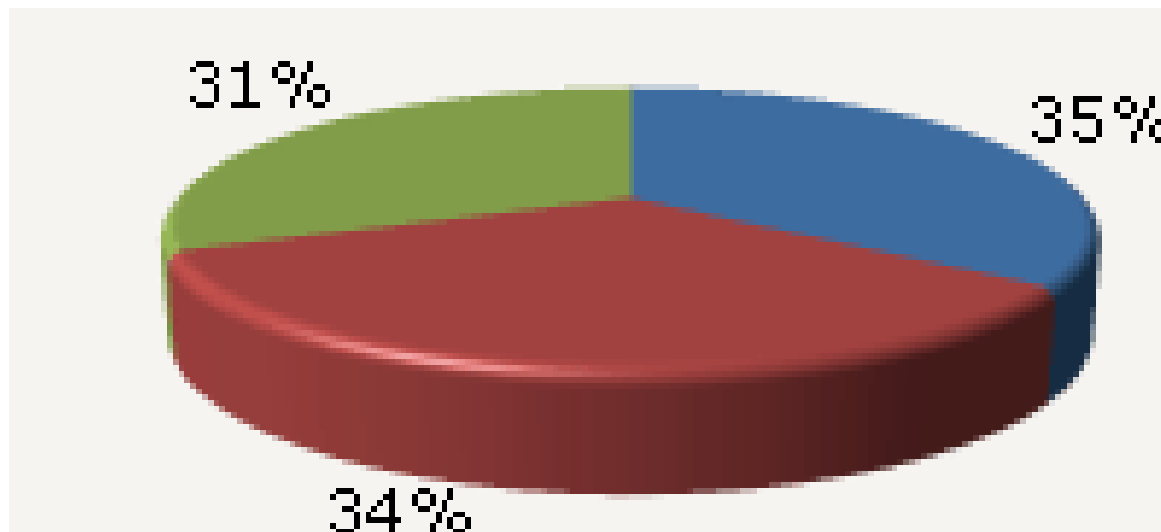


до 100 000 € - 31%
100 000 – 250 000 € - 21%
250 000 – 500 000 € - 20%
500 000 – 1 000 000 € - 16%
Больше 1 000 000 € - 12%

(статистика 9-й Московской Международной Выставки Делового и Инсентив Туризма за 2013 года)

ЦИФРЫ И ФАКТЫ

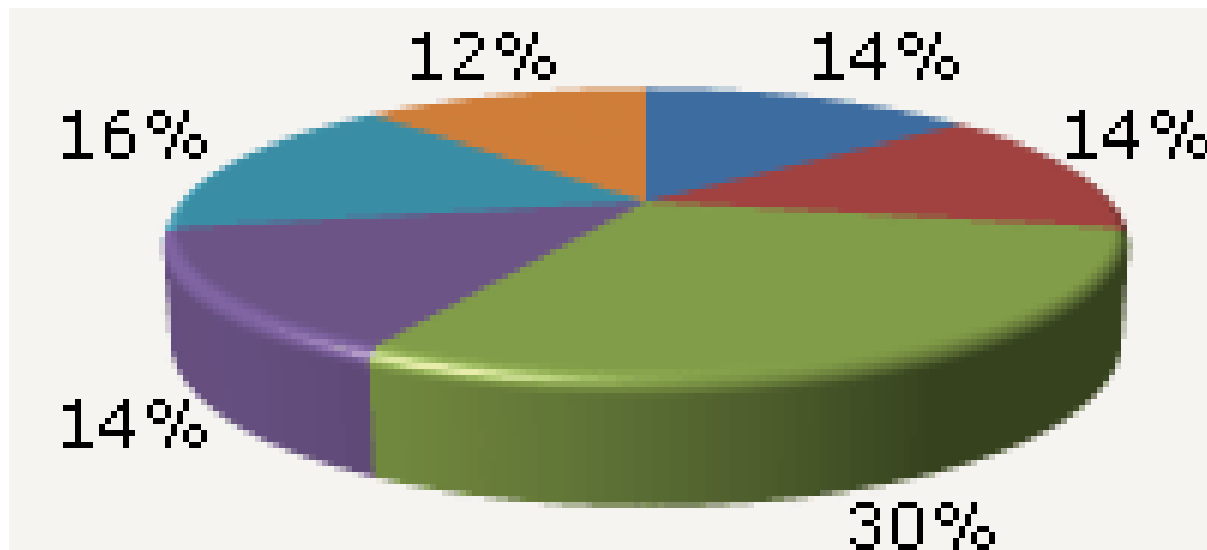
Количество мероприятий в год



*(статистика 9-й Московской Международной
Выставки Делового и Инсентив Туризма за 2013 г.)*

ЦИФРЫ И ФАКТЫ

Посещаемость мероприятий



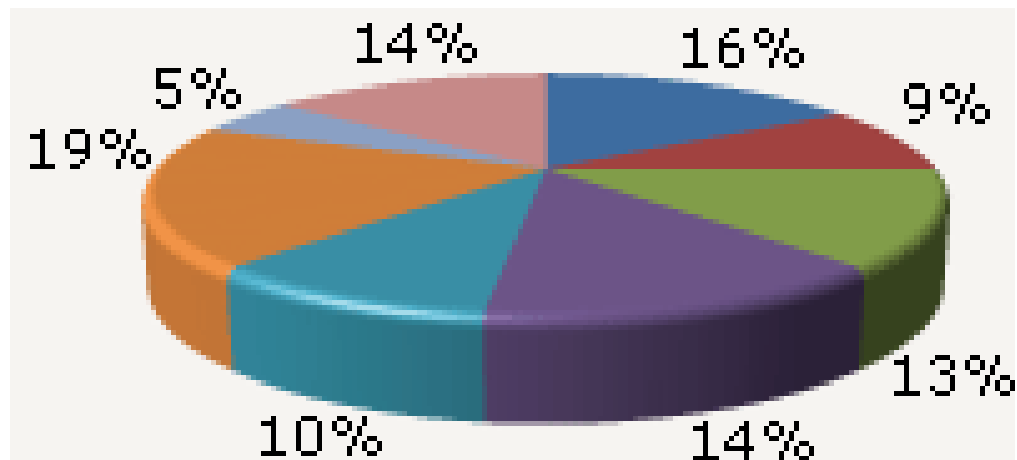
01-20	14%
20-50	14%
50-100	30%
100-250	14%
250-500	16%
500+	12%

*(статистика 9-й Московской Международной
Выставки Делового и Инсентив Туризма за 2013 года)*

ЦИФРЫ И ФАКТЫ

Тип мероприятий

- Конференции / Встречи 16%
- Международные конгрессы 9%
- Инсентив-туры 13%
- Бизнес-туры 14%
- Выставки 10%
- Корпоративные мероприятия 19%
- Запуск продукта 5%
- Спортивные мероприятия 14%



*(статистика 9-й Московской
Международной Выставки Делового
и Инсентив Туризма за 2013 года)*

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ



ТЕНДЕНЦИИ



ОПТИМИЗАЦИЯ РАСХОДОВ



Сокращение бюджета



Внедрение SMM



Использование посредников



Совмещение бизнеса и отдыха

СОКРАЩЕНИЕ БЮДЖЕТА

- Ближе к дому
- Сокращение длительности
- Сокращение количества участников
- Сокращение количества мероприятий
- Понижение категории при сохранении качества

Сделать больше,
затратив меньше!

ВОЗВРАТ ИНВЕСТИЦИЙ



$$ROI(\%) = \frac{\text{Полученный эффект/результат} - \text{Расходы}}{\text{Расходы}}$$

Расходы

Эффект
(полученный
результат)

ЦЕЛИ

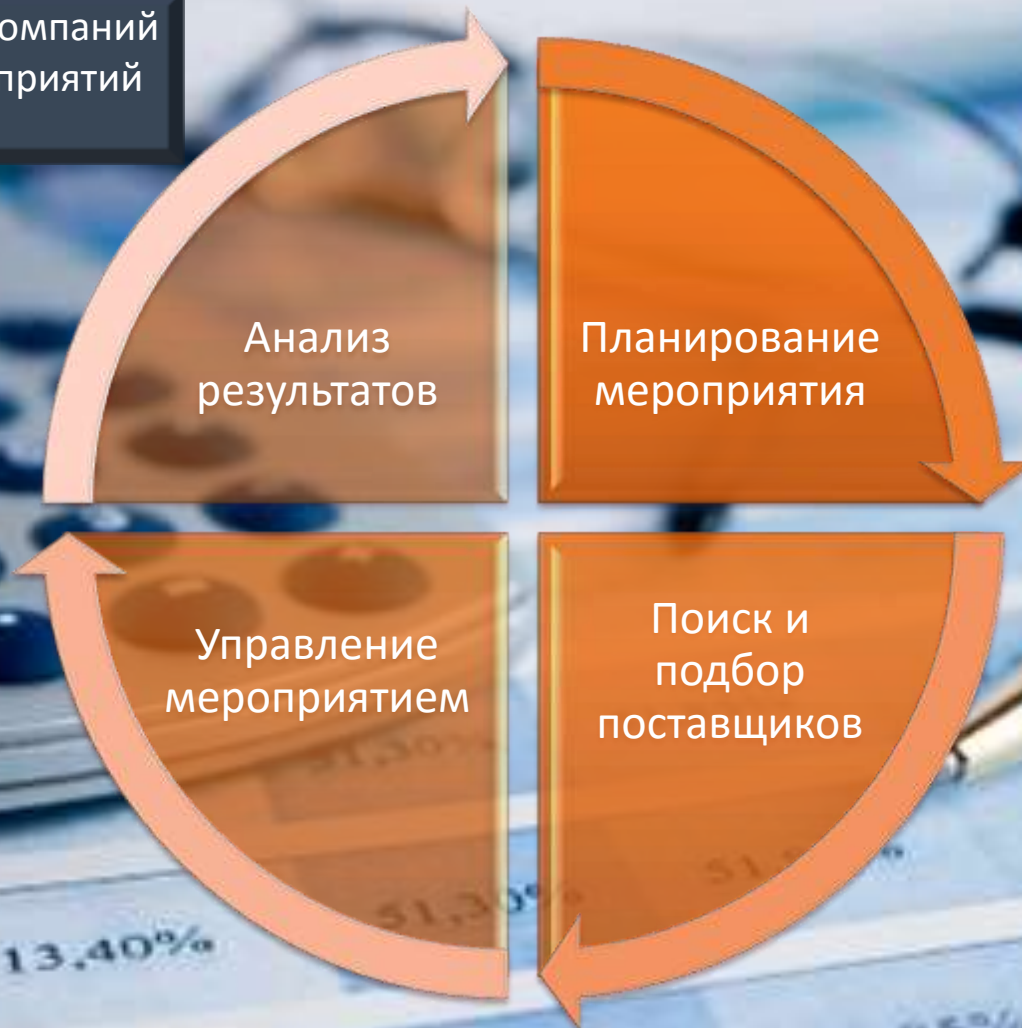
- Контроль и сокращение расходов
- Использование оптимального набора поставщиков (перевозчиков и т.д.), включая скидки и специальные цены;
- Безопасность;
- Прозрачность расходов;
- Повышение качества обслуживания;
- Повышение удовлетворенности участников

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АНАЛИЗА

- Количество мероприятий по всем отделам и их продолжительность
- Количество участников
- Места проведения
- Основные направления полетов/поездов, вкл. разбивку по перевозчикам
- Средства платежа
- Способы размещения заказов
- Имеющиеся договора/преференции
- Требования к уровню сервиса (если сформулированы)
- Желательные/нежелательные тренды и планы развития бизнеса

SMMP – СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ

В среднем расходы компаний
на проведение мероприятий
- **1-2% от оборота**



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОСРЕДНИКОВ

«ЗА»

- Профессионализм и опыт;
- Пакет услуг;
- Экономия времени;
- Объемы;
- Один договор
- Законодательные трудности (оплата)
- Пост-оплата

«ПРОТИВ»

- Еще одно звено в цепочке общения с поставщиком – источник ошибок;
- Потеря контроля;
- Напрямую зачастую дешевле

ДВА В ОДНОМ



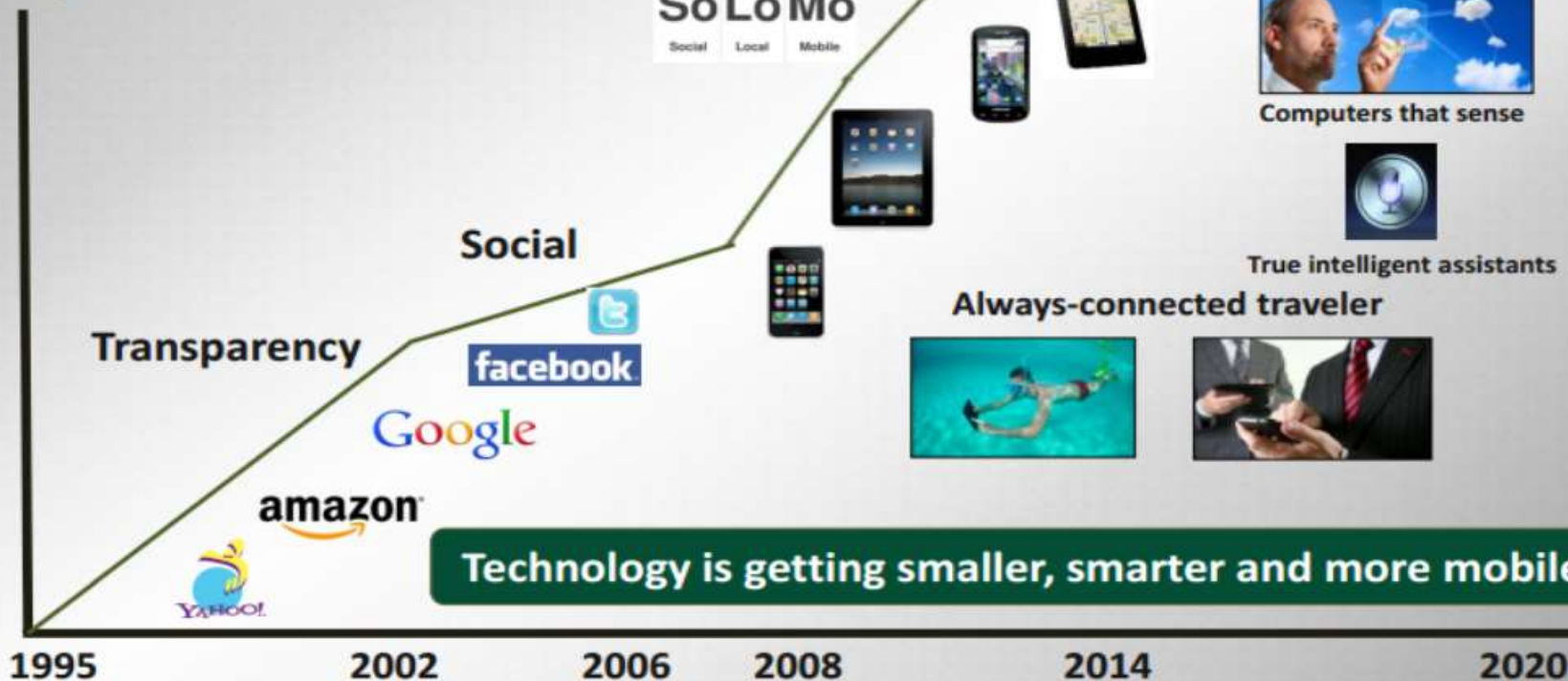
**+ КОМАНДООБРАЗОВАНИЕ и/или
ПООЩРЕНИЕ**

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

ВЛИЯНИЕ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

The Rapid Pace of Technological Change

Technological Change



Source: PhoCusWright Inc.

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Автоматизация поиска

E-RFP

Мобильные технологии

Гибридные мероприятия

КАК ИЩУТ?



Как было



Как стало

- Предыдущий опыт
- Рекомендации друзей и коллег (посредника)
- Рейтинги
- Профессиональная пресса
- Социальные сети

АВТОМАТИЗАЦИЯ ПОИСКА

cvent

ACTIVE
network™



MeetingMatrix®

starcITE®

part of active NETWORK™

sign up ⁴

vizergy
digital travel marketing

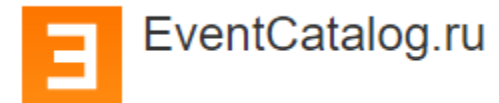


zentila

Lanyon
Smarter Solutions for Meetings, Events & Travel.

РОССИЙСКИЕ АНАЛОГИ

Conference.ru



CONFERENCE.RU

The screenshot shows the website conference.ru/about/. The browser's address bar displays 'conference.ru/about/'. The page features a navigation menu on the left with links to 'Главная', 'О проекте', 'Поиск конференц-залов', 'Каталог конференц-залов', 'Конференц-услуги', 'Полезная информация', 'Контакты', and 'Наши проекты'. A central banner displays a map of Russia with the 'conference.ru' logo. Below this, a section titled 'О проекте' lists three awards: 'Хрустальная Лада — 2008', 'Хрустальная Лада — 2009', and 'Путеводная звезда — 2011'. A paragraph states that the company received the 'Premia of the City of Moscow 2012' in the tourism category. The page also includes a search system description, project goals, and a list of services. On the right, there are vertical banners for 'Рестораны' (Restaurants) and 'Семинары' (Seminars). At the bottom, there is a 'SMART kapp' banner for a mobile app.

conference.ru/about/

★ Bookmarks Google Analytics АС... Новости Google Options - Personal S... Finance IMPULSE Global Cynergies IT STUFF iCloud Private Horwath Sales Acceleration S... словарь Мультитран Модем 4G+ и 2 модем

Главная
О проекте
Поиск конференц-залов
Каталог конференц-залов
Конференц-услуги
Полезная информация
Контакты
Наши проекты

Бранчи Банкетные залы MICE за рубежом Видеоконференции

Наши партнеры

«Полянка Холл»
VIP-конференц-зал

«ИнфоПространство»
Зал-трансформер 1500 кв. метров

Узнайте о специальных предложениях

Гостиница «Золотые Колчиды»

17 км от МКАД
(495) 660-24-24
www.areal-hotel.ru
Конгресс-отель «Ареал»

Гранд-отель «Жемчужина»

О проекте

Компания «Конференция.РУ» стала победителем конкурса «Хрустальная Лада — 2008»

Компания «Конференция.РУ» стала победителем конкурса «Хрустальная Лада — 2009»

Компания «Конференция.РУ» стала победителем конкурса «Путеводная звезда — 2011»

Компании «Конференция.РУ» присуждена премия города Москвы 2012 года в области туризма

Поисковая система [conference.ru](#) — уникальный информационный интернет-проект по поиску и бронированию залов для проведения различных деловых мероприятий.

Цель проекта — объединение арендодателей конференц-залов и других площадок в единый поисково-информационный ресурс для продвижения конференц-возможностей России на отечественном и зарубежном рынках.

Сайт [conference.ru](#) был запущен в 2005 году. В базе проекта содержится подробная информация о 2500 залах различной категории, их размерах и оснащении, расположенных в 200 отелях категорий от трех до пяти звезд, бизнес-центрах, загородных отелях и пансионатах 50 городов России.

Информация включает в себя:

- описание отелей (конференц-центров);
- полные данные о залах, оборудовании, дополнительных услугах;
- фотографии;
- прямые контактные данные арендодателя.

Преимущества conference.ru

Для арендодателей:

- стоимость участия в проекте доступна и дифференцирована;
- активная маркетинговая и рекламная политика по продвижению поискового ресурса [conference.ru](#) на российском и международном рынках предоставляет реальный механизм увеличения количества прямых заказов;
- через маркетинговую сеть арендодатель получает контактную информацию о клиенте напрямую, и сам обеспечивает контроль выполнения заказа;
- оперативное обновление информации;

Рестораны

Семинары

SMART kapp

SMART kapp флипчарт 21 века

FINDHALL.RU



FIND HALL

ГЛАВНАЯ

О ПРОЕКТЕ

ПЛОЩАДКИ

EVENT-МЕРОПРИЯТИЯ

НОВОСТИ

КОНТАКТЫ

🔍

ВХОД

РЕГИСТРАЦИЯ

FINDHALL —

Ваш помощник при планировании и подготовке
бизнес-мероприятий любого масштаба.

ГОРОД

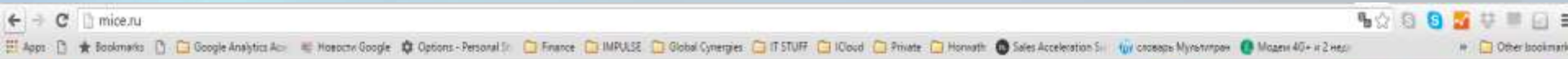
ТИПЫ СОБЫТИЙ

ВМЕСТИМОСТЬ

НАЙТИ

ВСЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

MICE.RU



member of CIPA

НОВОСТИ ▾ ПЛОЩАДКИ ▾ НАПРАВЛЕНИЯ ▾ СОБЫТИЯ ▾ ПРОГРАММЫ ▾ КОНТАКТЫ

0 mice.ru Старый интерфейс Поиск Реклама на сайте

Площадки

Конгресс-центры, отели и нестандартные площадки для
mice

Далее...

EVENT.RU

event.ru/overviews/10-poleznyih-prilozheniy-dlya-vedeniya-event-proektov/

Bookmarks Google Analytics Ac... Новости Google Options - Personal Finance IMPULSE Global Cynergies IT STUFF iCloud Private Horwath Sales Acceleration Sun словарь МультиТран Мод

MF Group Техническое обеспечение и организация событий

СЦЕНА [СМОТРЕТЬ →](#)

event RU
PARTNER SERVICE
ART 4 VOICE
Аксима ENERGY SPIN MUSIC SERVICE

01 '06 **АКТУАЛЬНО СЕГОДНЯ**
Топ-5 ответов на любую претензию заказчика

ВОЙТИ ПОИСК ИМПЕРИЯ МУЗЫКИ

Аарора - Ведущая ваших мероприятий
Тележка норвежского
Премальный ветер на берегу Пироговского водохранилища - все включено!
In Cloud - первый ветер на крыше для эксклюзивных свадеб на высоте ступенного полета
Банкетный юлт-элл возле City
Потрясающие награды для мероприятий на заказ

Все объявления - [Как сдать нотность?](#)

НОВОСТИ ИНТЕРВЬЮ КОМПАНИИ ИНСТРУМЕНТЫ ОБЗОРЫ ДЕТАЛИ ОПЫТ REPORT

ОФИСА АВТОРЫ ВАКАНСИИ РЕКЛАМА

ПОИСК ПЛОЩАДКИ ПО ПАРАМЕТРАМ ПОИСК АРТИСТА ПО ПАРАМЕТРАМ

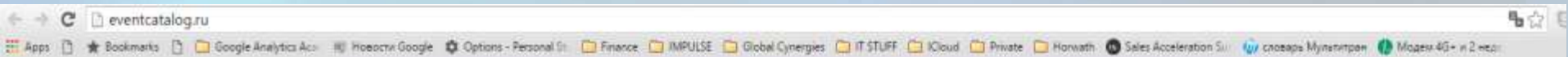
Приложение tum Promo С апрель доступны организ мероприятий

core-apps Full-featured mobile event apps to enhance your next conference, meeting or tradeshow. The Ultimate Mobile Experience

ПОДПИШИТЕСЬ
чтобы получать все новости первым

[Like](#) Katina Galustyan, Katerina Grabinskaya and 21,199 others like this.

EVENTCATALOG.RU



Портфолио Новости резидентов События индустрии Добавилось Event календарь Реклама

EventCatalog.ru
Выберите город

Быстро найти все для организации мероприятия

Поиск площадки по параметрам

Расположение
Вместимость

Банкет Фуршет Конференция

0 10 000 +/- 10%

Учитывать вместимость всей площадки

<input type="checkbox"/> Банкетные площадки (1066)	<input type="checkbox"/> Бизнес-площадки (413)
<input type="checkbox"/> Свадебные площадки (153)	<input type="checkbox"/> Концертные площадки (199)
<input type="checkbox"/> Легкие площадки (261)	<input type="checkbox"/> Игровые площадки (137)
<input type="checkbox"/> Загородные площадки (149)	<input type="checkbox"/> Спортивные площадки (130)
<input type="checkbox"/> Особые площадки (171)	

Стоимость
Кухня и кейтеринг
Оснащение
Информация

Соответствует параметрам: 1634

Поиск артиста по параметрам

Расположение
Стоимость

0 1 675 000 руб.

<input type="checkbox"/> Ведущие (855)	<input type="checkbox"/> Артисты цирка (275)
<input type="checkbox"/> Шоу-программа (1070)	<input type="checkbox"/> Атмосферные артисты (105)
<input type="checkbox"/> Популярные артисты (704)	<input type="checkbox"/> Зарубежные популярные артисты (72)
<input type="checkbox"/> DJ/Диджей (104)	<input type="checkbox"/> Танцевальная программа (290)
<input type="checkbox"/> Музыкальная программа (1627)	<input type="checkbox"/> Обеспечение шоу (12)

Информация

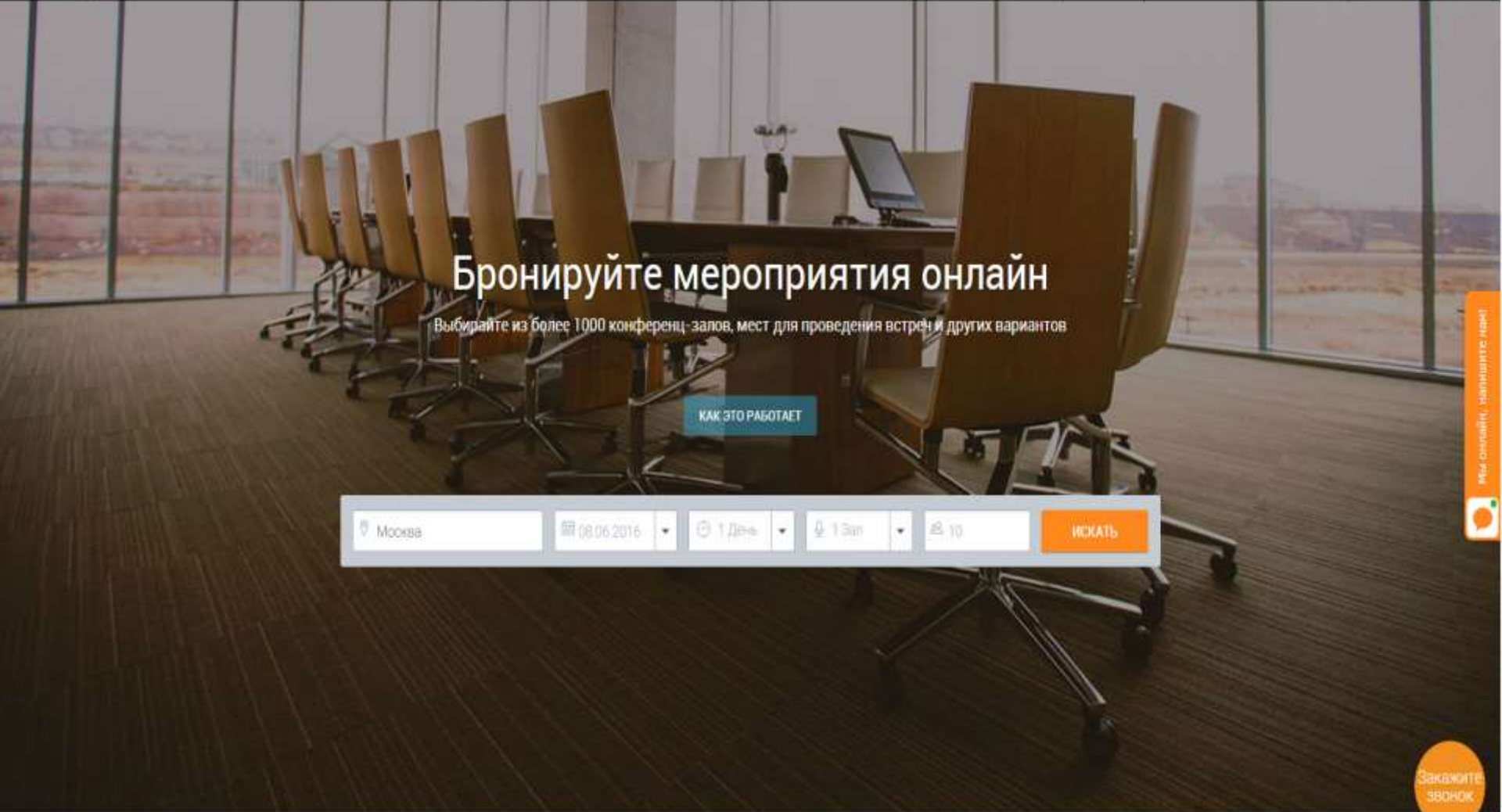
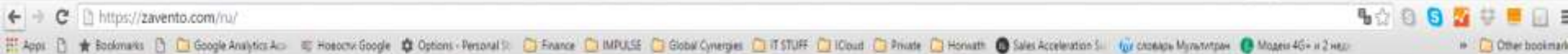
Соответствует параметрам: 4265

Популярные

LifeInteractive
аренда светодиодных экранов

**ОЖИВИТЕ
ВАШИ
МЕРОПРИЯТИЯ**

ZAVENTO.COM



Бронируйте мероприятия онлайн

Выбирайте из более 1000 конференц-залов, мест для проведения встреч и других вариантов

КАК ЭТО РАБОТАЕТ

Москва 08.06.2016 1 День 1 Зал 10 ИСКАТЬ

Или онлайн, забронируйте прямо

Закажите звонок

ТЕНДЕРНЫЙ ПРОЦЕСС

**REQUEST
FOR
PROPOSAL**

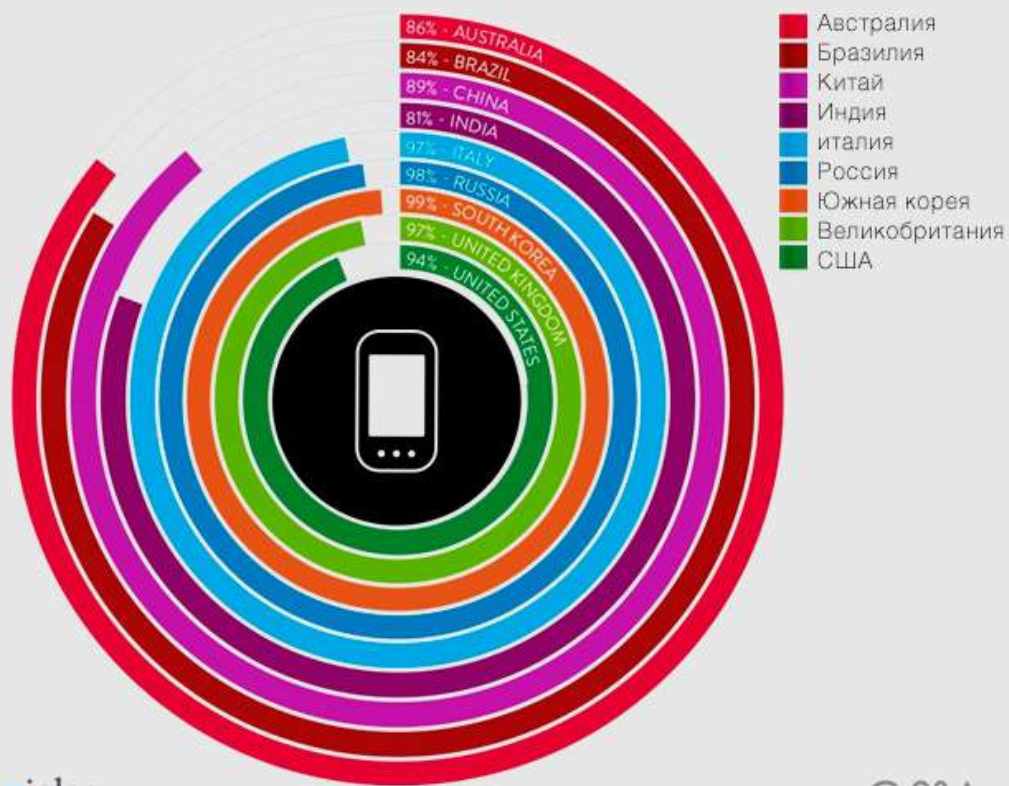


E-RFP – ЗАПРОС НА ПРЕДЛОЖЕНИЕ

- Профиль отеля на электронных платформах
- Корректное описание
- Адрес и контакты
- Фильтры
- Конференц-залы
- Количество твинов
- Фотографии

ОДНАЖДЫ МЫ СТАЛИ «МОБИЛЬНЫМИ»

Уровень проникновения мобильных телефонов

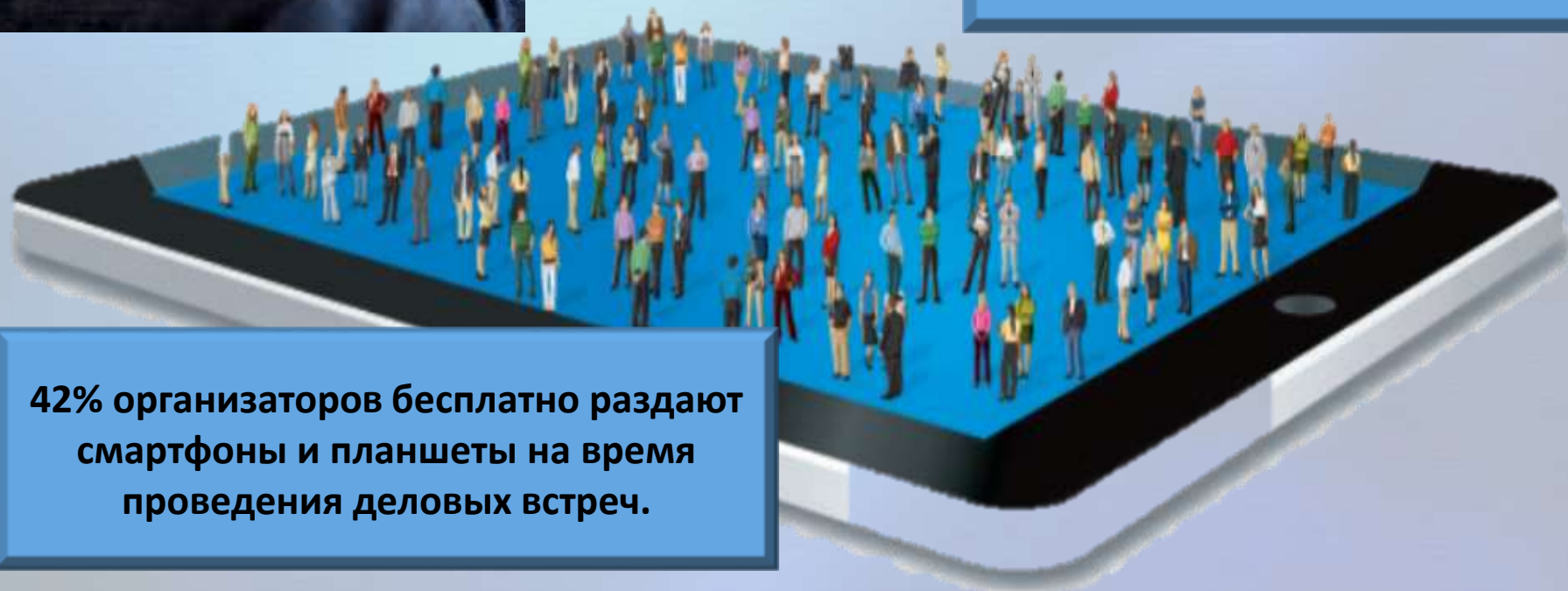


МОБИЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Большинство деловых путешественников, отправляясь в деловую поездку, берут с собой более одного мобильного устройства



Более 80% деловых туристов имеют смартфон



42% организаторов бесплатно раздают смартфоны и планшеты на время проведения деловых встреч.

МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ



75% участников рынка MICE планируют использовать новые технологии – каждый второй из них – мобильные приложения для обеспечения работы мероприятия.

Event MB

МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЕ ДЛЯ МЕРОПРИЯТИЙ



doubledutch



Certain



ВИРТУАЛЬНЫЕ МИТИНГИ



ТЕХНОЛОГИИ. ГИБРИДНЫЕ КОНФЕРЕНЦИИ

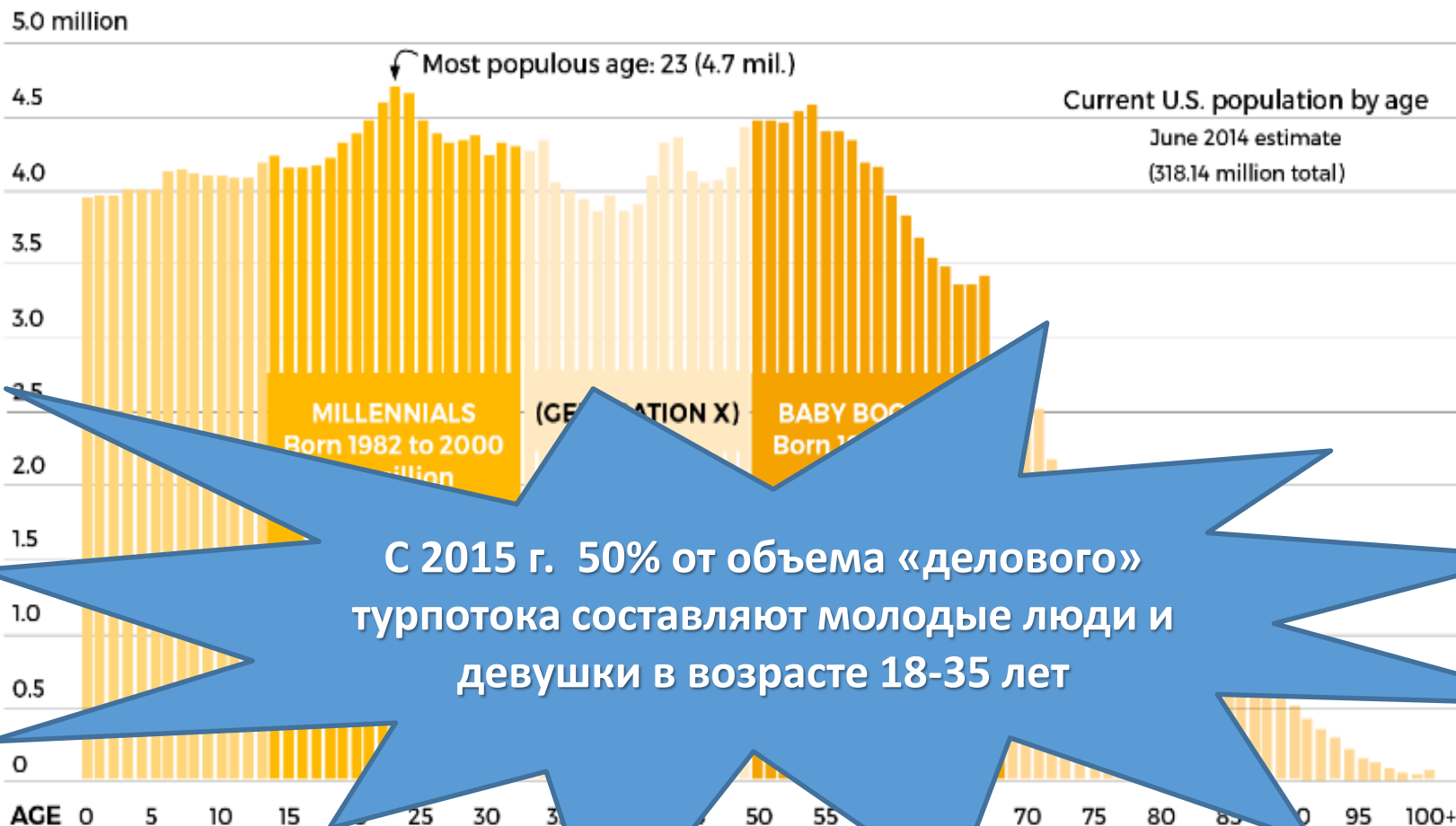


НОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ

MILLIENIALS - GEN Y



ПОЧЕМУ МЫ ОБ ЭТОМ ГОВОРИМ?



С 2015 г. 50% от объема «делового» турпотока составляют молодые люди и девушки в возрасте 18-35 лет

Источник: US Census Data, опубликовано в «Нью-Йорк Таймс»

ЧТО ТАКОЕ ИНТЕРНЕТ ПОКОЛЕНИЕ?

Поколение миллениума

SO LO MO TO

Смотрят телевизор, параллельно используя два-три девайса



Поколение миллениума уверено, что потребителей волнует мнение друг друга, чем компании - именно поэтому они делятся своими соображениями в online

Имеют большее количество контактов на Facebook, чем среднестатистический пользователь

в среднем около 700 контактов

Покупательское поведение

При приобретении того или иного продукта опираются на мнение друзей

Социальные сети

В три раза чаще, покупают тот или иной бренд, если другие близкие пользователи написали о нем в соц. сетях.

2025 год

Поколение миллениума, будут составлять

рабочей силы 75 %

Посетят магазин, если там зачехкинулись друзья **66 %**

Открывают и используют виртуальные кошельки **73 %**



БЭБИ-БУМЕРЫ

БЭБИ БУМ ПОСЛЕ ВОВ,
ДЕТИ РОЖДЕННЫЕ
В 1946 - 1964 ГГ.

КУЛЬТУР



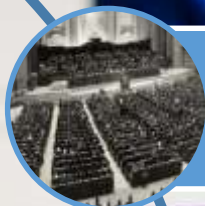
НЕО
МЕРОП
ВОЗДУХ
СПЛА

ОТЦЫ И ДЕТИ

- Многофункциональные
- С небольшим диапазоном внимания
- Технически грамотные
- Стремятся к новым знаниям
- Амбициозные
- Общественно-активные



ПОКОЛЕНИЕ LAPTOP & LATTE



Формат мероприятий



Новые конференц-площади



Аудио-визуальное оборудование



Вовлеченность аудитории

ФОРМАТ МЕРОПРИЯТИЙ



КОНФЕРЕНЦ-ПЛОЩАДИ. ЧТО БЫЛО



Возможность трансформировать



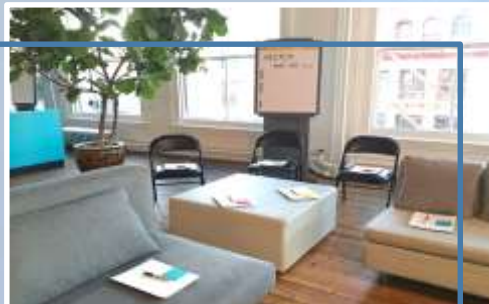
Дневной свет



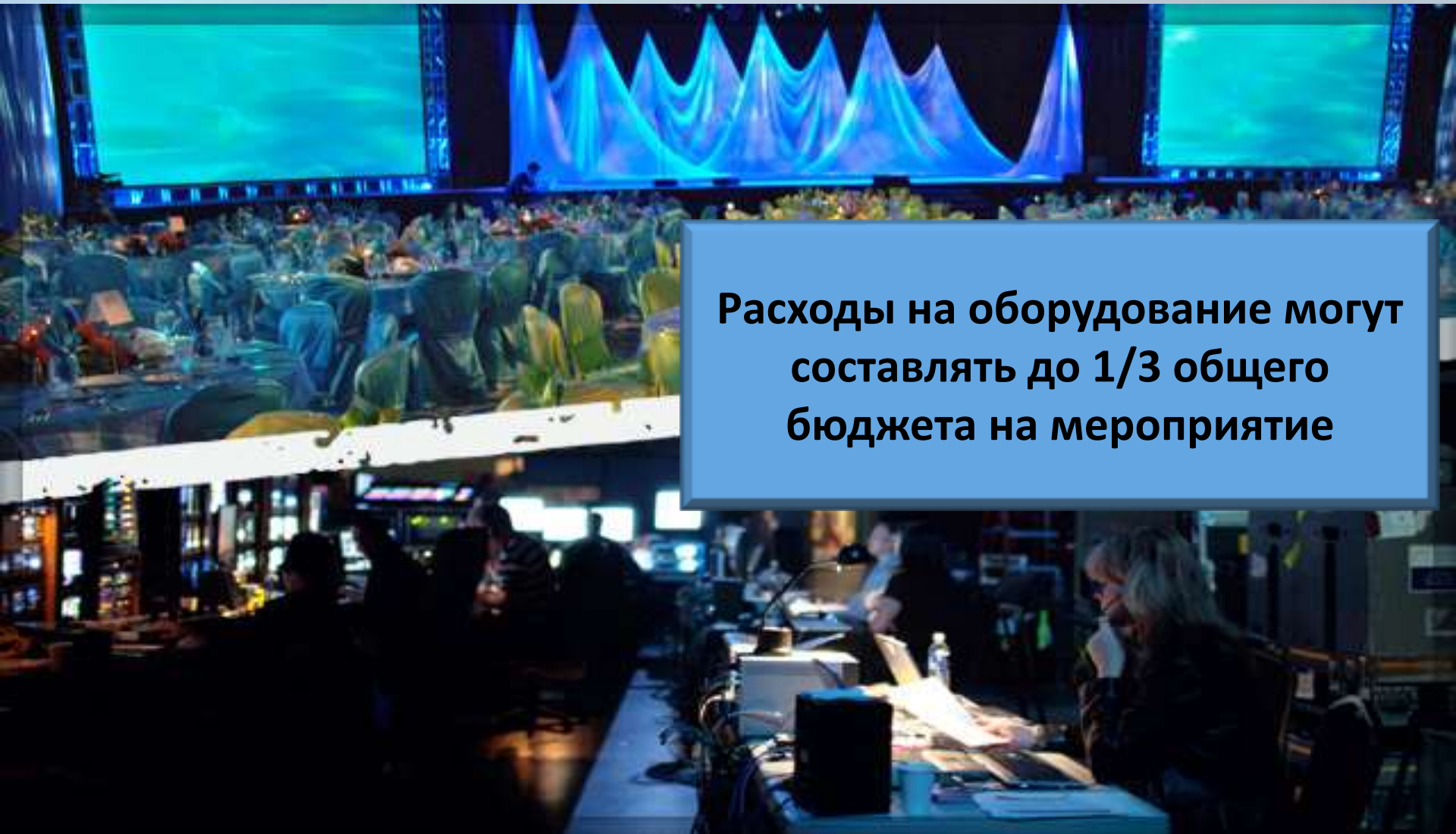
Отсутствие колон

Высота потолка

НОВОЕ ПРОСТРАНСТВО



АУДИО-ВИЗУАЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ



Расходы на оборудование могут составлять до 1/3 общего бюджета на мероприятие

ЗАДЕЙСТВОВАНЫ ВСЕ ОРГАНЫ ВОСПРИЯТИЯ



ВОВЛЕЧЕННОСТЬ АУДИТОРИИ



facebook

24 августа 2015 г. количество пользователей Facebook в мире превысило 1,5 млрд. человек
20,5% от общего населения планеты



65% деловых путешественников используют социальные сети для переговоров друг с другом до, после и даже во время заседаний.

> 85% компаний-поставщиков тревел-услуг представлены в Facebook, 72% — в Twitter.

LinkedIn используют 68% организаторов корпоративных мероприятий.
(eibtm.com)



Pinterest



LinkedIn

ОТ ПОТРЕБЛЕНИЯ КОНТЕНТА К ЕГО СОЗДАНИЮ



ПЕРЕОЦЕНКА ЦЕННОСТЕЙ



ПЕРЕОЦЕНКА ЦЕННОСТЕЙ



Баланс работа/отдых



Здоровое питание



Активный образ жизни



Социальная ответственность

ПОЛЕЗНОЕ С ПРИЯТНЫМ



ЕДА ДЛЯ УМА



- Лучше меньше, но чаще
- Концентрация на презентацию
- Местные продукты
- Цельно зерновые злаки
- Фрукты и овощи
- Меньше мяса (не более 10% жира)
- Много рыбы
- Натуральные продукты
- Только натуральный сахар

РАЗЛИЧНЫЕ ВАРИАНТЫ ДЛЯ РАЗНЫХ ЦЕЛЕЙ



АКТИВНЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ



КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Зеленая политика

Экономика совместного потребления

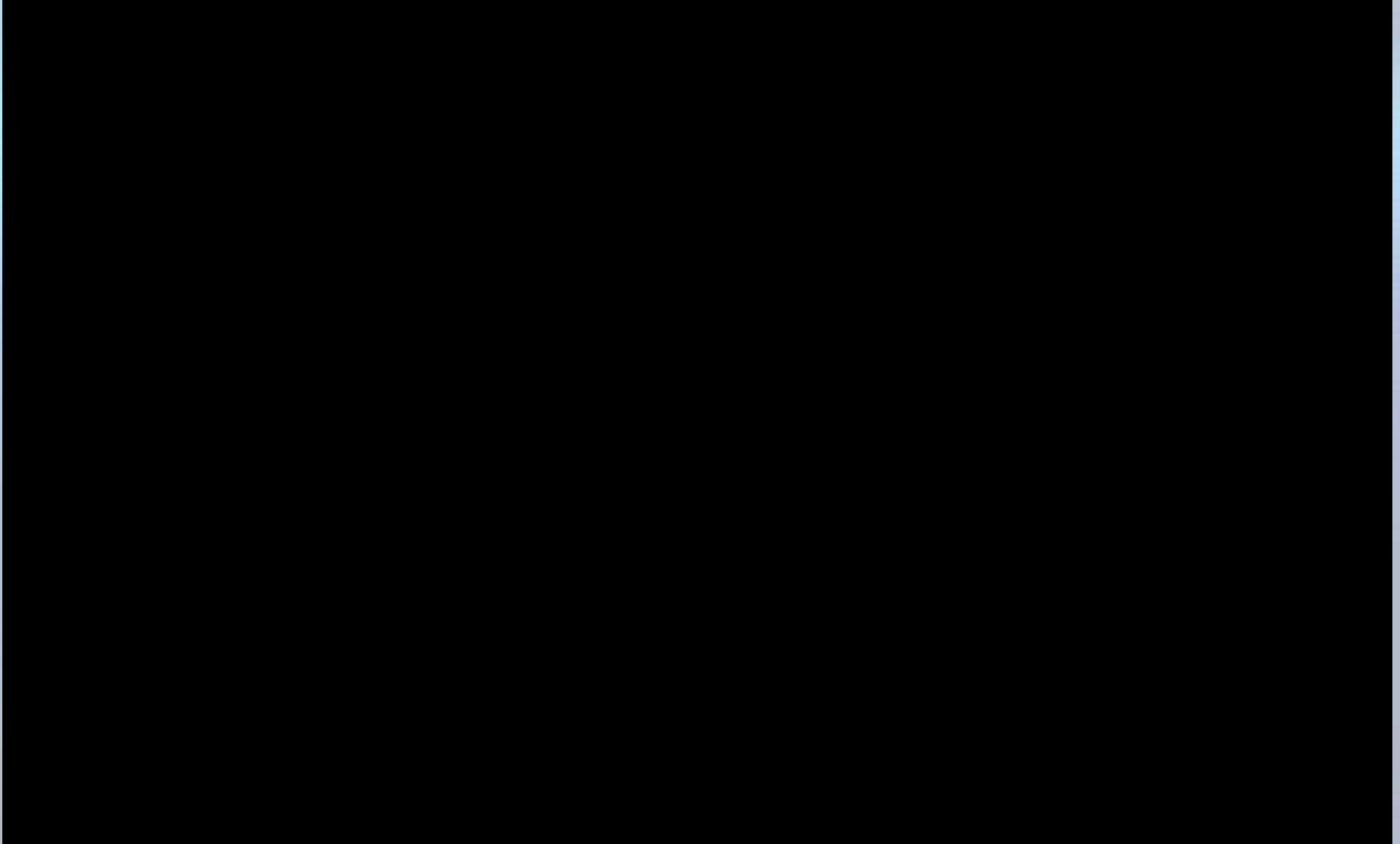
Благотворительность/вклад в местную экономику

Этичное ведение бизнеса

ЗЕЛЕНАЯ ПОЛИТИКА



Carlson Rezidor - Meetings Minus Carbon



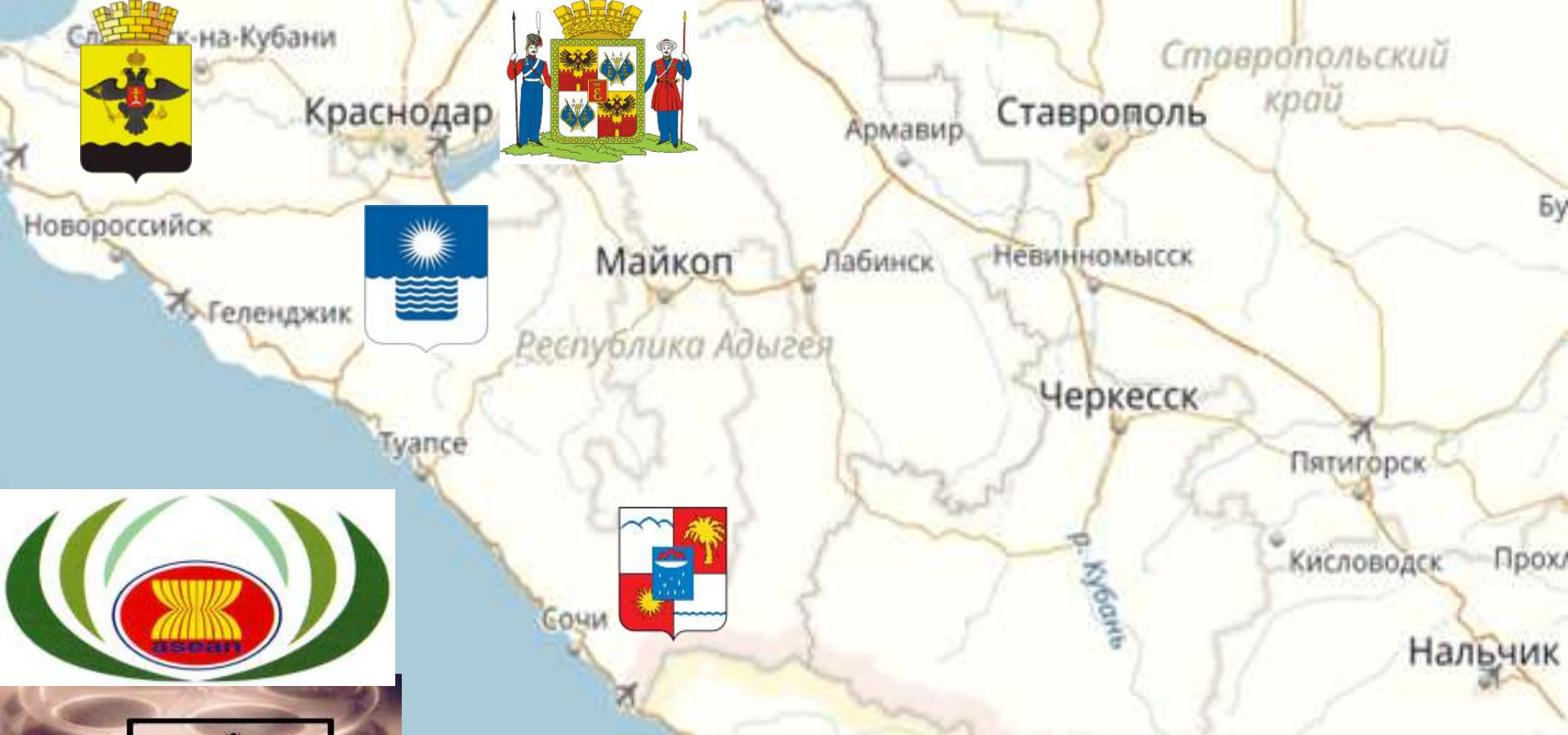
ЭКОНОМИКА СОВМЕСТНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

- Uber
- AirB&B
- Раздел расходов (для мероприятий на одной площадке)
- Совместное брендрование сувенирной продукции
- BTL маркетинг

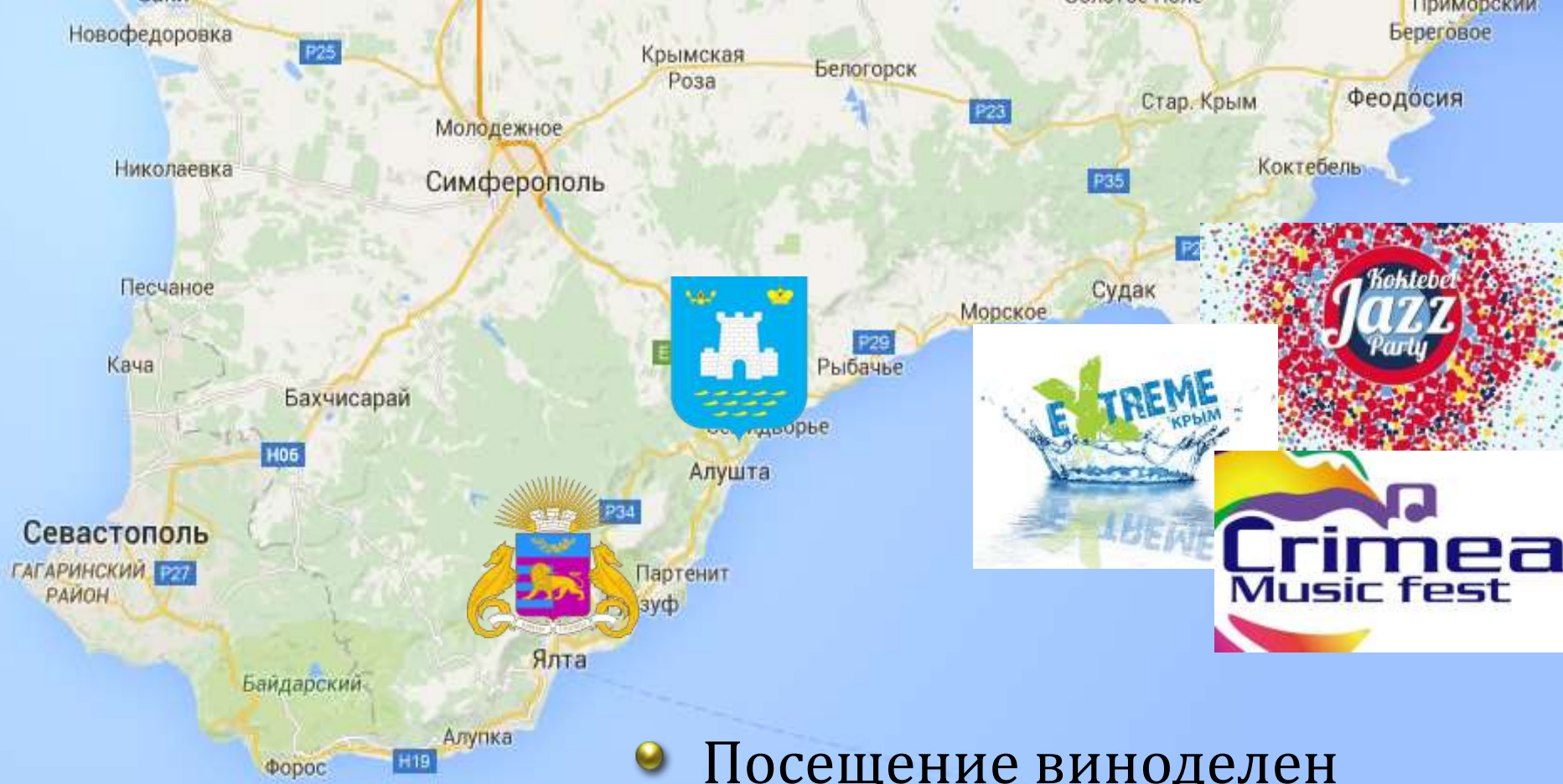


КРЕАТИВ НИКТО НЕ ОТМЕНЯЛ!





- Морские регаты/прогулки
- Спортивные мероприятия
- Гастрономические/винные туры
- Интерактивные экскурсии

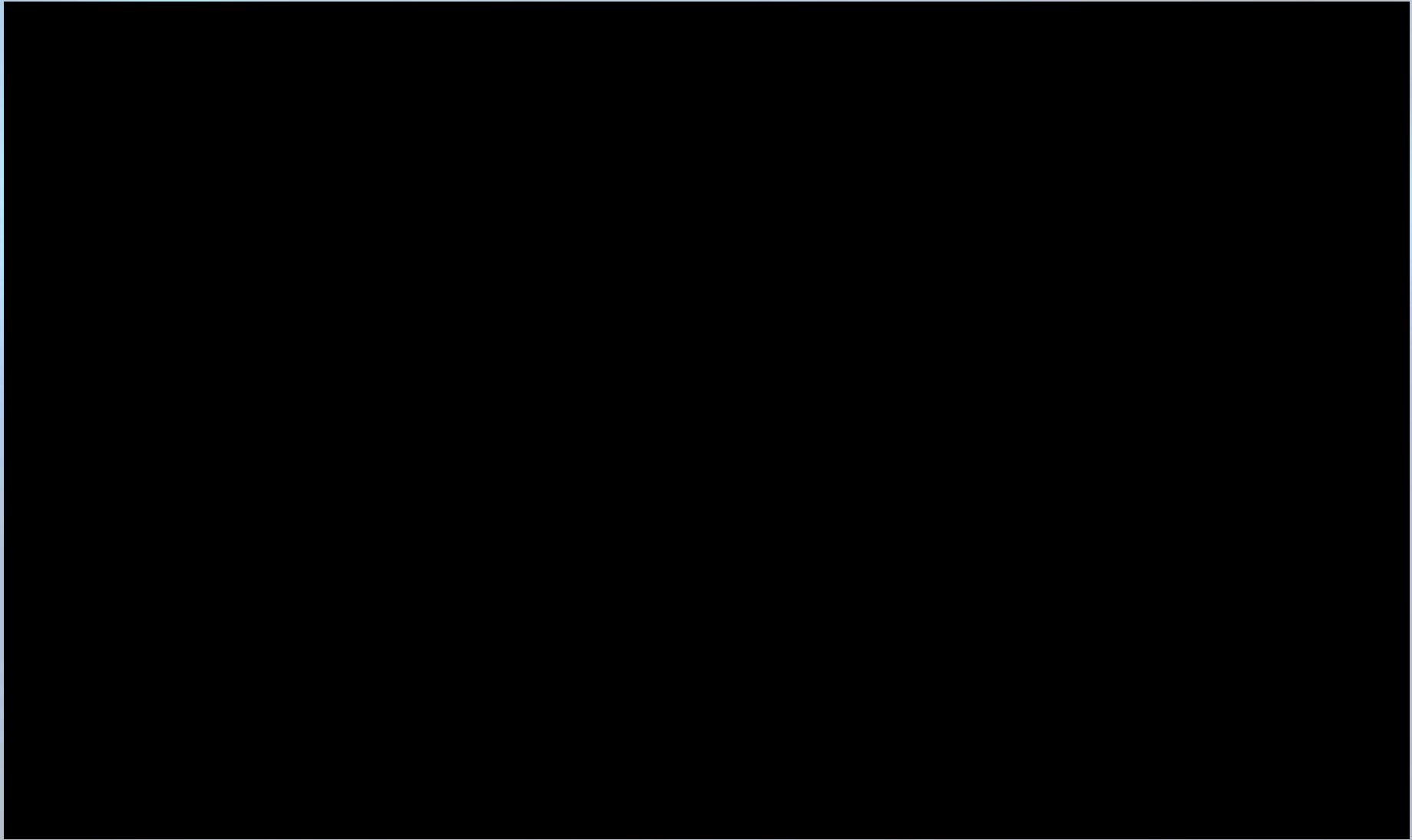


- Квесты
- Пикники
- Морские прогулки
- Парусные регаты
- Посещение виноделен
- Гастрономические программы
- Гала-ужины на природных панорамных площадках

ЧТО

ДАЛЬШЕ?

THE FUTURE OF EVENTS - MARRIOTT VIDEO



Ссылка: <https://youtu.be/fXze2YHI1RA>



МЫ ОБСУЖДАЛИ:

1

ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ В МИРЕ И РОССИИ

2

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

3

ОПТИМИЗАЦИЯ РАСХОДОВ

4

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

5

ПЕРЕОЦЕНКА ЦЕННОСТЕЙ

6

ВОПРОСЫ

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ



IMPULSE
HOSPITALITY

ЖЕЛАЕТ ВАМ УСПЕХОВ!

НАШИ КОНТАКТЫ:

www.impulsehospitality.com

info@impulsehospitality.com

irina.bosshard@impulsehospitality.com

+7 926 492 3691