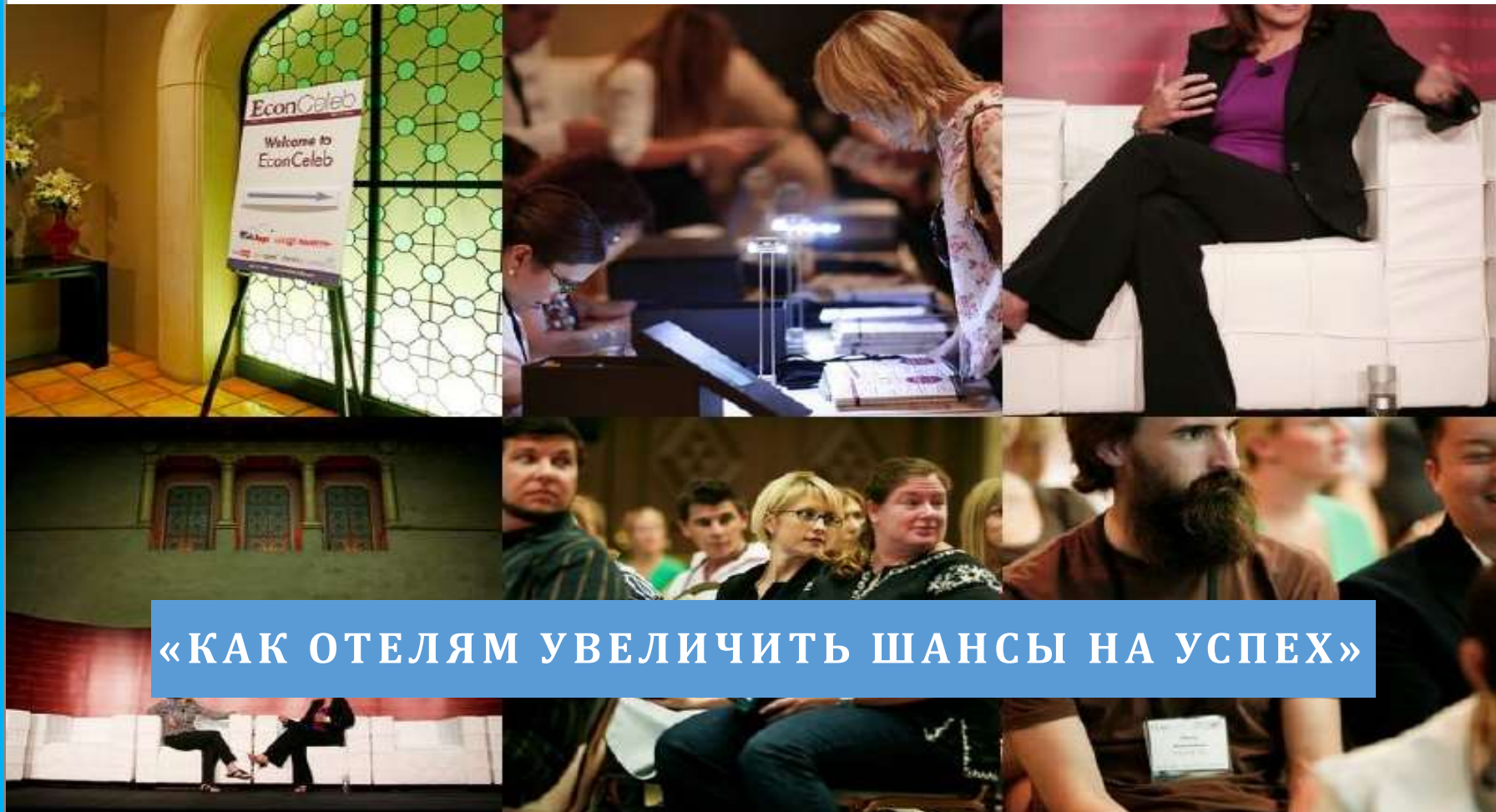
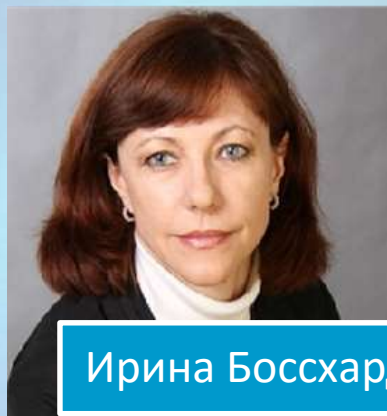


В БОРЬБЕ ЗА ГРУППОВОЙ БИЗНЕС



«КАК ОТЕЛЯМ УВЕЛИЧИТЬ ШАНСЫ НА УСПЕХ»

ДАВАЙТЕ ПОЗНАКОМИМСЯ



Ирина Боссхард



7 отелей в Москве, 2 отеля в Европе

Новые проекты: Сочи, Волгоград, Минск, Астана

СОДЕРЖАНИЕ:

1

ПОЧЕМУ ГРУППЫ ВАЖНЫ ДЛЯ ОТЕЛЯ?

2

ПРОБЛЕМЫ, СВЯЗАННЫЕ С ГРУППОВЫМ БИЗНЕСОМ

3

ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ПРОБЛЕМ

4

ФАКТОРЫ УСПЕХА

5

ВОПРОСЫ

ЦЕНТРЫ ВЫРУЧКИ В ОТЕЛЕ



Номерной фонд



Комбинат общественного питания



Аренда залов



Аренда помещений



Аренда оборудования



Продажа доп. услуг

БАЛАНС

МНОГО ГРУПП

- Снижение средней цены
- Сокращение выручки
- Операционные расходы
- Изнашиваемость номерного фонда
- Проблемы с другими клиентами

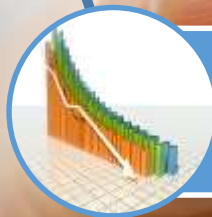
МАЛО ГРУПП

- Низкая заполняемость отеля
- Низкая выручка по всем центрам доходности
- Сокращение расходов

ПРОБЛЕМЫ С ГРУППАМИ В ОТЕЛЕ



Мало запросов



Низкая конверсия



Высокие затраты ресурсов



Низкая доходность

МАЛО ГРУППОВЫХ ЗАПРОСОВ

ПРОБЛЕМА № 1



ГРУППЫ - ОТДЕЛЬНОЕ БИЗНЕС НАПРАВЛЕНИЕ

Объемы

Цена

Риски (Оплата, отмена)

Окно бронирования

Операционные расходы

Индивидуальное
бронирование

Групповое
бронирование

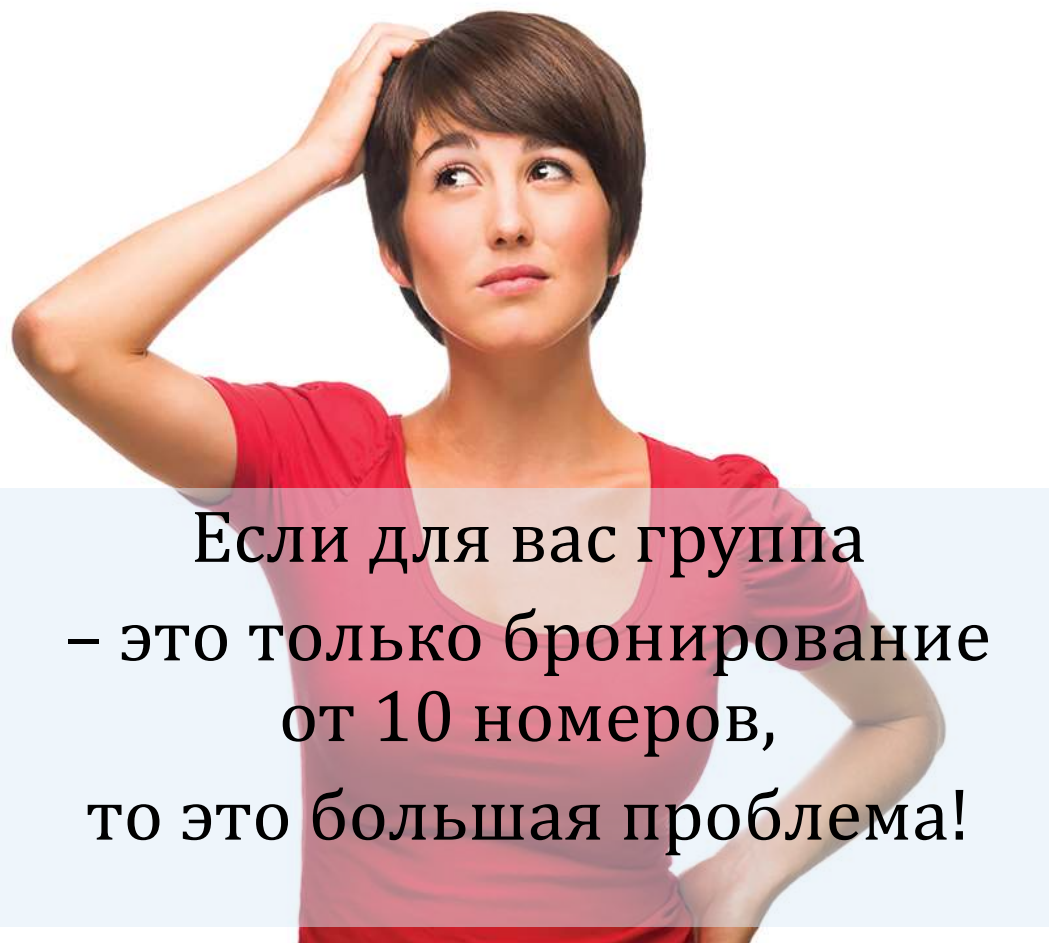
MARKETING MIX (4 Ps & 4 Cs)



ЗНАЙ СВОЕГО КЛИЕНТА



ОТСУТСТВИЕ ПОНИМАНИЯ КЛИЕНТА, РЫНКА, ИНДУСТРИИ



Если для вас группа
– это только бронирование
от 10 номеров,
то это большая проблема!

ГРУППОВОЙ БИЗНЕС

Туристические поездки
(отдых или познавательные цели)

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

КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ. КОРПОРАТИВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ

- Местоположение компании/клиентов/поставщиков
- Соответствие номерного фонда и конференц-площадей потребностям и задачам
- Отношение цена/качество
- Безопасность
- Качественное обслуживание



КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ. КОНФЕРЕНЦИИ

- Конференц-площади
- Легкая доступность для участников
- Безопасность
- Качество и доступность оборудования
- Качественный номерной фонд (3-5*)
- Качественное обслуживание
- Разумные цены
- Местные достопримечательности



КЛЮЧЕЫЕ ФАКТОРЫ. ВЫСТАВКИ

- Доступность направления
- Наличие размещения недалеко от выставочных площадей
- Наличие спонсоров
- Цены на аренду выставочных площадей
- Наличие обслуживающих компаний для оборудования выставочных площадей
- Отсутствие подобных выставок в то же время



КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ. КОНГРЕССЫ

- Наличие значительных и многофункциональных конференц-возможностей в городе
- Транспортная доступность направления
- Развитая транспортная инфраструктура
- Безопасность
- Репутация направления (города)
- Качественный номерной фонд (3-5*)
- Поддержка со стороны местного организатора и правительства



КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ ИНСЕКТИВ-ПОЕЗДКИ

- Уникальность (привлекательность) направления
- Безопасность
- Качественные отели (не менее 4-5 звезд)
- Качественные рестораны
- Уникальный опыт
- Соответствие цены качеству (в рамках бюджета)
- Опыт работы с инсектив программами (DMCs)
- Доступность направления



КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ ТУР. ГРУППЫ

- Безопасность направления
- Позитивный имидж направления
- Достопримечательности/рекреационные возможности
- Наличие достаточного количество посадочных мест для питания (ресторан или конференц-зал)
- Развитая транспортная инфраструктура
(наличие парка современных автобусов)
- Персонал, говорящий на иностранных языках
- Соотношение цена/качество
- Блюда национальной кухни
- Информационный центр (стол)
- Наличие твинов



ПОТРЕБНОСТИ/МІСЕ

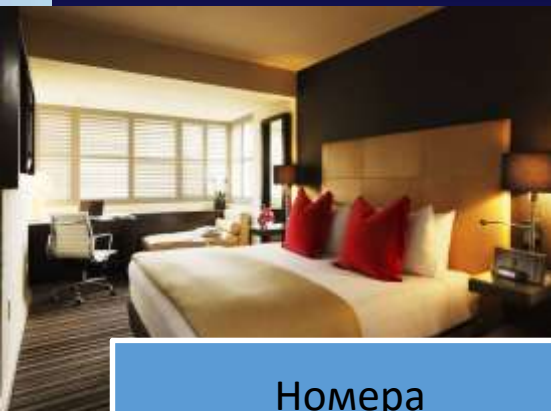
(включая, но не ограничиваясь)

- Перелет
- Проживание
- Питание
- Аренда помещений
- Аренда оборудования
- Аренда транспорта
- Аренда площадки
- Выездное обслуживание
- Развлекательная программа
- Спикеры
- Сайт для регистрации
- Декорации
- Печатные материалы
- Подарки
- Общение с прессой/реклама
- АВИАКОМПАНИИ
- ОТЕЛИ
- ТРАНСПОРТНЫЕ КОМПАНИИ
- КОМПАНИИ ВЫЕЗДНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ
- КРЕАТИВНЫЕ АГЕНСТВА
- АГЕНСТВА ПО ОРГАНИЗАЦИИ МЕРОПРИЯТИЙ
- КОНТЕНТ-АГЕНТСТВА
- DMC
- EVENT AGENCIES
- VENUE SEARCH COMPANIES
- ПЕЧАТНЫЕ КОМПАНИИ
- IT-КОМПАНИИ
- PR - КОМПАНИИ

ПОТРЕБНОСТИ/ТУРГРУППЫ (включая, но не ограничиваясь)

- Перелет
- Проживание
- Питание
- Аренда транспорта
- Экскурсионная программа
- Развлекательная программа
- Информационный центр
- АВИАКОМПАНИИ
- ОТЕЛИ
- ТРАНСПОРТНЫЕ КОМПАНИИ
- ЭКСКУРСИОННЫЕ КОМПАНИИ
- ОРГАНИЗАЦИИ-ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА МЕСТНЫХ ДОСТОПРЕМЕЧАТЕЛЬНОСТЕЙ
- БИЛЕТНЫЕ АГЕНТСТВА

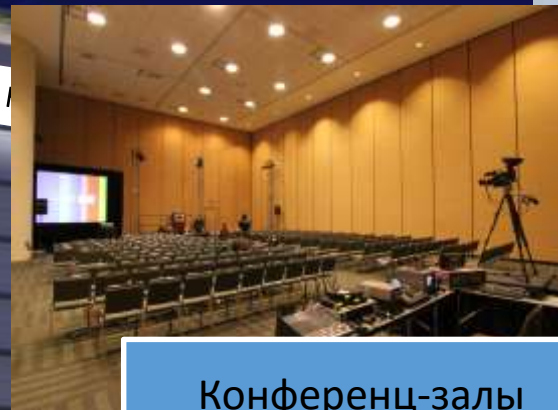
ПРОДУКТ



Номера



Рестораны и бары



Конференц-залы



Аудио-визуальное
оборудование



Парковка

КАК ИЩУТ?



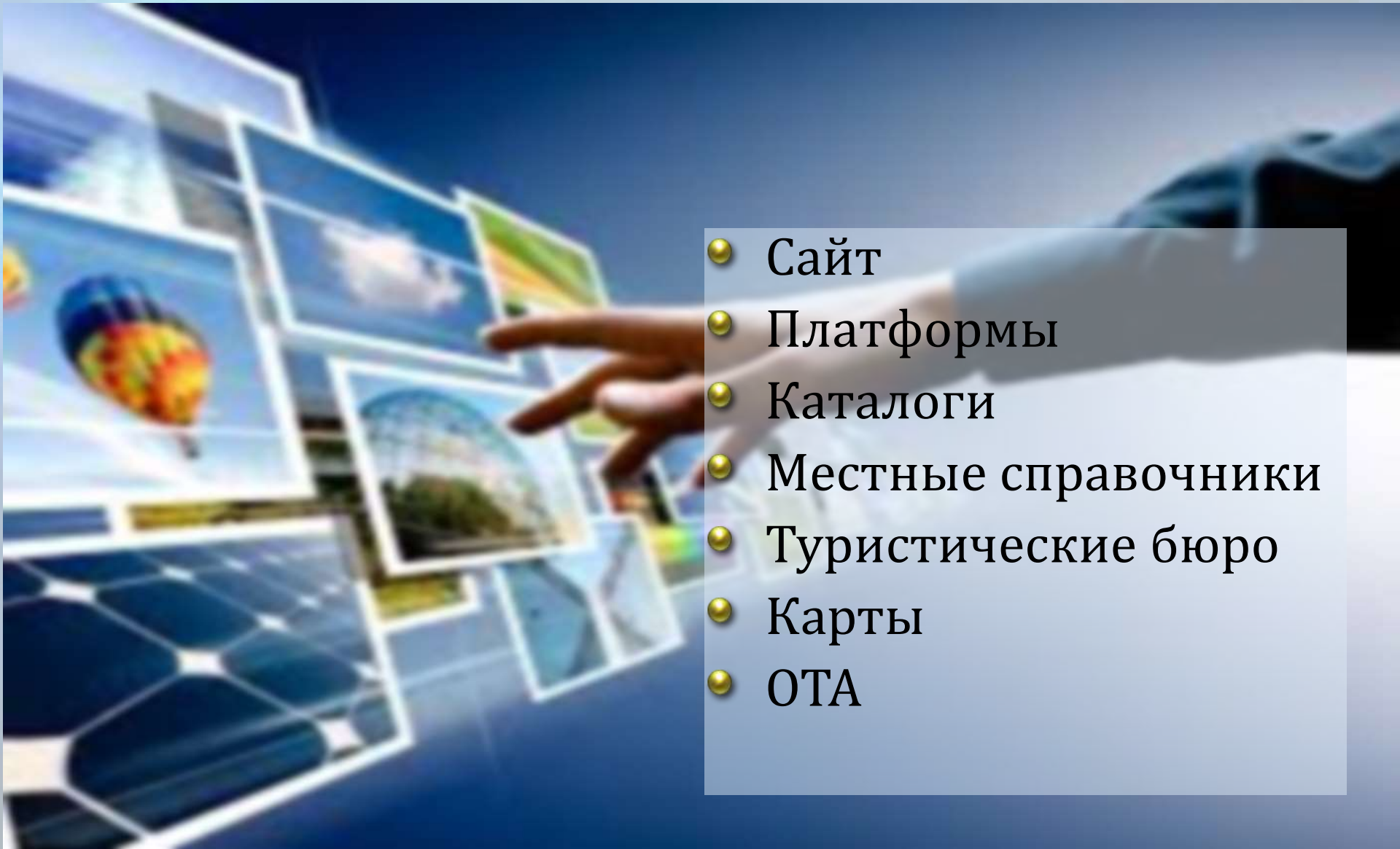
Как было



Как стало

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

ДОСТУПНОСТЬ ИНФОРМАЦИИ



- Сайт
- Платформы
- Каталоги
- Местные справочники
- Туристические бюро
- Карты
- ОТА

RFP-ПЛАТФОРМЫ

cvent



MeetingMatrix®

ACTIVE
network™



starcite®

part of active NETWORK™

sign up ⁴

vizergy
digital travel marketing



NORTHSTAR
MEETINGS GROUP

MEETINGS AND CONVENTIONS

m&c

SUCCESSFUL
MEETINGS START HERE

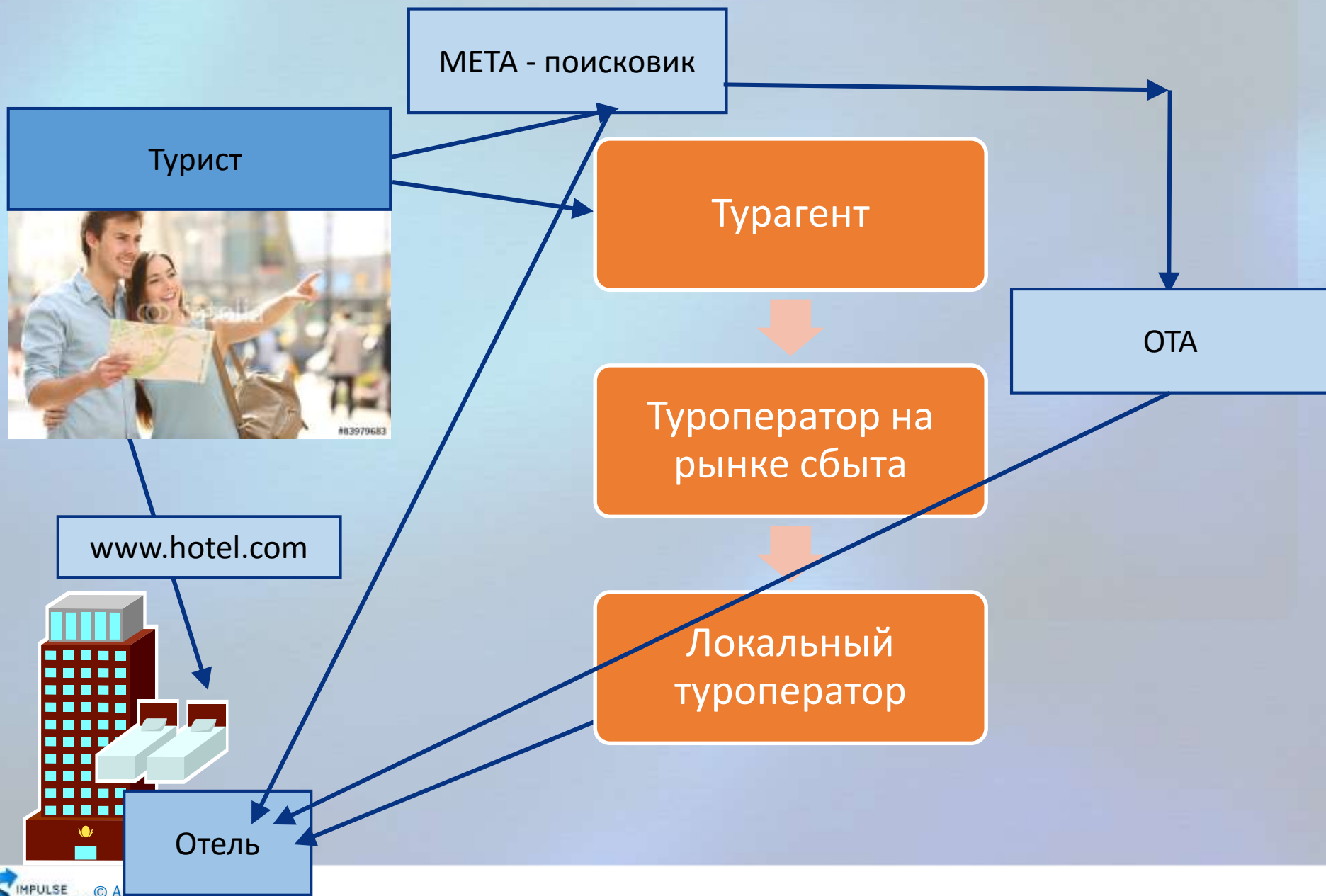
zentila

Lanyon
Smarter Solutions for Meetings, Events & Travel

СТРУКТУРА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ. MICE



СТРУКТУРА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ. ТУРГРУППЫ



ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

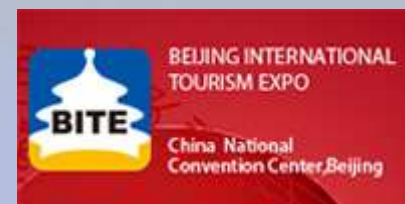
- Как покупают (комиссия, нетто-цены)
- Как бронируют (условия отмены и оплаты)
- Цена на номер - не единственный компонент!
- Кто платит
- Альтернативные даты
- Уступки: Что важно для клиента?



ПРОДВИЖЕНИЕ И КОММУНИКАЦИЯ



СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ВЫСТАВКИ

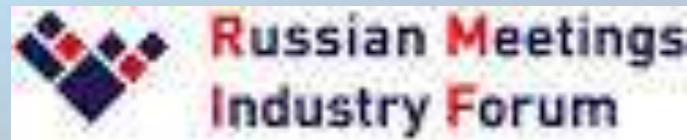


ТУРИСТИЧЕСКИЕ ВЫСТАВКИ В РОССИИ

- Международная выставка «MITT - 2016. Путешествия и туризм» (Москва)
- Международная ярмарка «Международная Ярмарка Путешествий. MITF 2016» (Москва)
- Международная туристическая выставка «Отдых. Leisure» (Москва)
- Международная выставка «KITS Kazan International Exhibition of Tourism & Sport» (Казань)
- Международная туристическая выставка «INWETEX, CIS TRAVEL MARKET» (Санкт-Петербург)
- «Байкалтур 2016» (Иркутск)
- Международный туристский форум «SIFT» (Сочи)

MICE-СОБЫТИЯ В РОССИИ

- MICE ANTOR WORK SHOP
- Russian Meeting Industry Forum @ MITT
- Moscow International MICE Forum @ Leisure
- Meeting Planners Russia (www.europecongress.com)



ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ

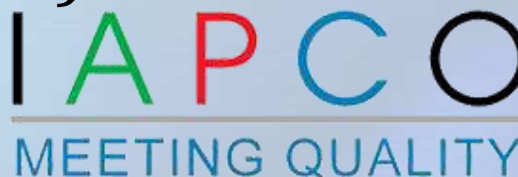
- MPI (www.mpiweb.org)



- ICCA (www.iccaworld.com)



- IAPCO (www.iapco.org)



- PCMA (www.pcma.org)



- GBTA (www.gbta.org)



- АБТ/АСТЕ (www.businesstravelrussia.ru)

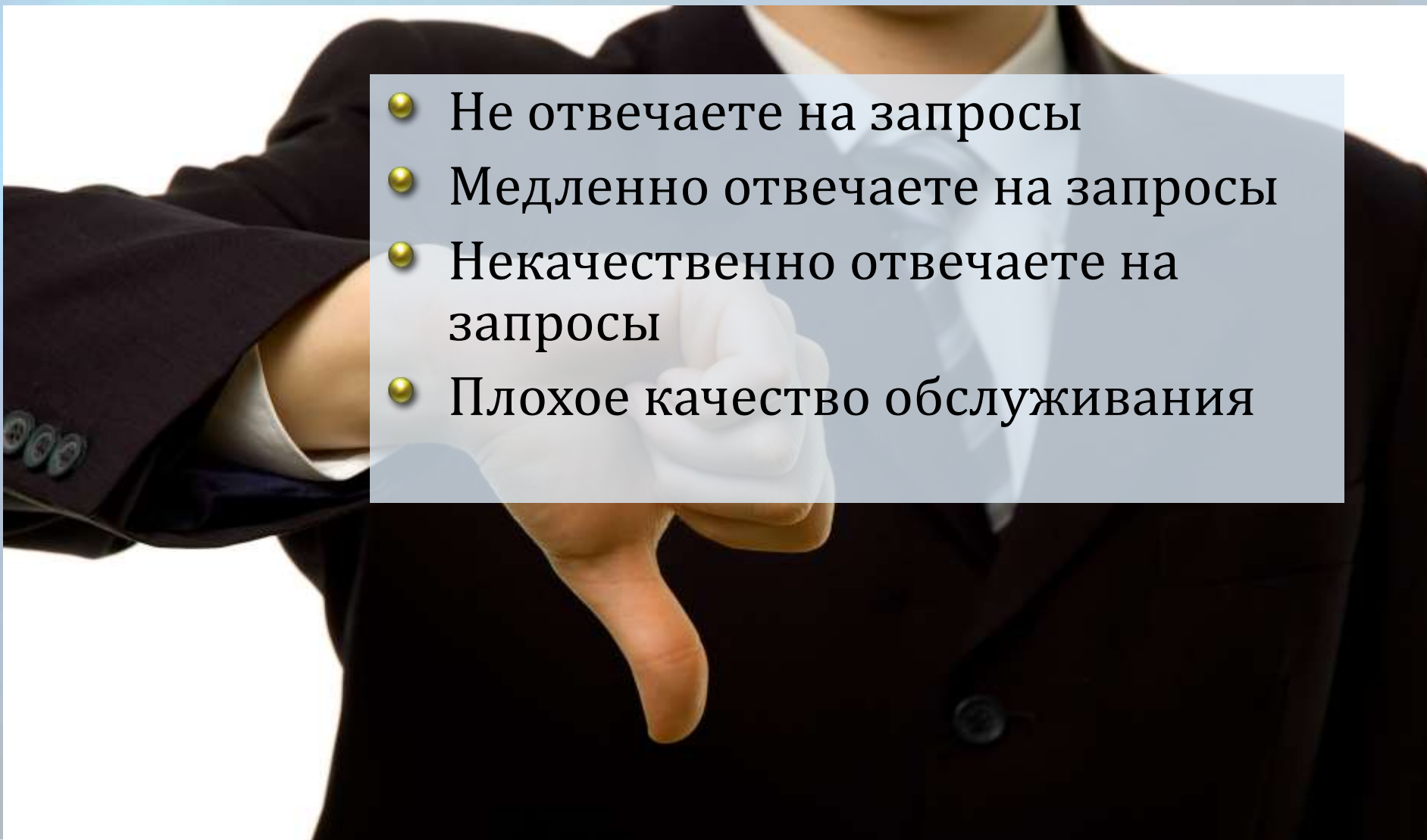


СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ИЗДАНИЯ

- M&C (www.meetings-conventions.com)
- MeetingsFocus (www.meetingsfocus.com)
- MeetingsNet (www.meetingsnet.com)
- Successful Meetings (www.successfulmeetings.com)
- Smart Meetings (www.smartmeetings.com)
- CIM Magazine (www.cimmagazine.com)
- MICE CEE (www.mice-cee.com)
- Meet pie (www.meetpie.com)
- Buying Business Travel
(www.buyingbusinesstravel.com.ru)
- Business Travel (www.bt-magazine.ru)
- TTG Russia (www.ttg-russia.ru)



ЕЩЕ ОДНА ПРИЧИНА

- 
- Не отвечаете на запросы
 - Медленно отвечаете на запросы
 - Некачественно отвечаете на запросы
 - Плохое качество обслуживания

МАЛО ЗАПРОСОВ. ПРИЧИНЫ

Незнание
клиента и его
потребностей

Неэффективное
использование
каналов
коммуникации

Непонимание
индустрии
(дистрибуции и
ценообразования)

Плохая
репутация

Низкое количество
групповых запросов



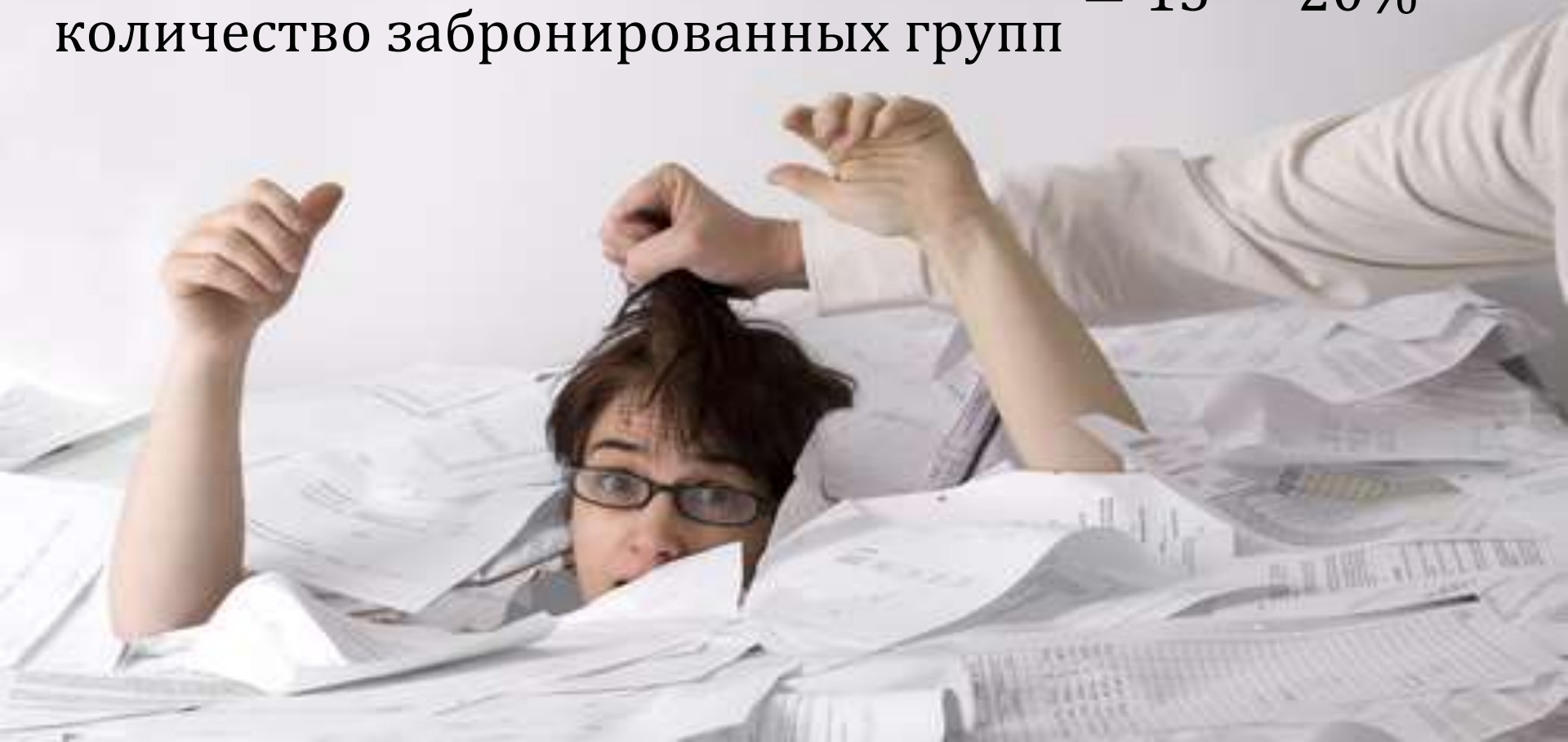
НИЗКАЯ КОНВЕРСИЯ ЗАПРОСОВ

ПРОБЛЕМА № 2



ПРОБЛЕМА

$$\frac{\text{количество поступивших запросов}}{\text{количество забронированных групп}} = 15 - 20\%$$



ОТСУТСТВИЕ ПРОЦЕССА



А как насчет процесса продаж?

НЕСОБЛЮДЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ



НЕУМЕНИЕ ОПРЕДЕЛИТЬ ЦЕЛЬ

Цель/Задача (Objective)

определяет **ради чего** проводится мероприятие и то, что **важно** для клиента.

Потребность (Need)

то, что необходимо для достижения этой цели

Например:

Потребность: «Нам нужно 50 номеров»

Цель/Задача: «Конференция устраивается для привлечения инвесторов,

Что важно: поэтому для нас важно, чтобы наши гости получили VIP обслуживание».

© Worldprints.com

ХАРАКТЕРИСТИКА ИЛИ ВЫГОДА

„People do not want to buy a quarter-inch drill. They want a quarter-inch hole“.

«Людам не нужно сверло для дрели диаметром в четверть дюйма, им нужно просверлить отверстие такого диаметра».

Theodor Lewitt
Professor of Marketing
Harvard Business School

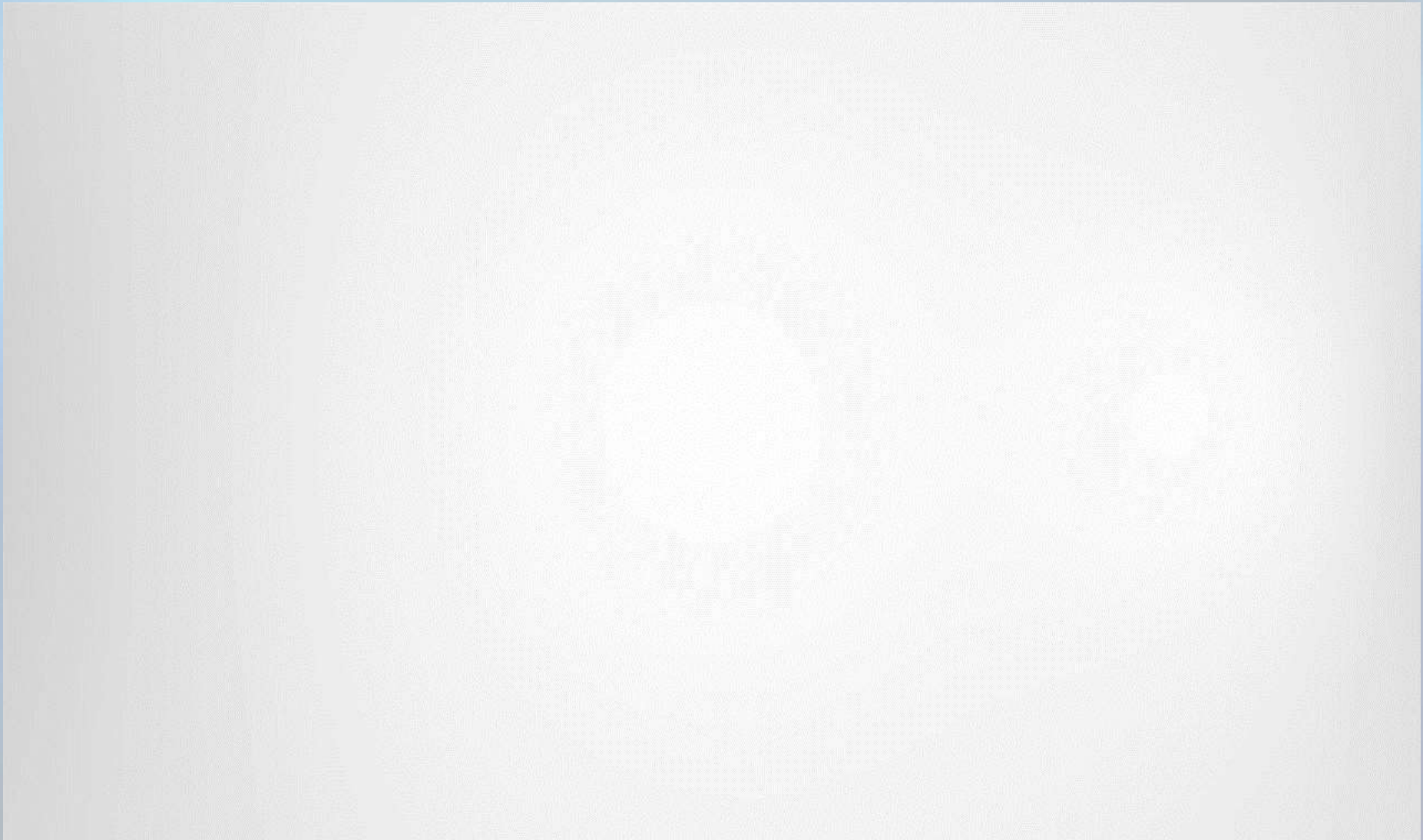
7 ЦЕЛЕЙ МЕРОПРИЯТИЙ

- Торжество
- Переговоры
- Обучение
- Обмен идеями
- Общение
- Достижение результата
- Реклама/запуск/продвижение продукта

<http://meetingsimagined.com/meeting-purposes>

<http://ru.meetingsimagined.com/meeting-purposes>

У КАЖДОГО МЕРОПРИЯТИЯ ЕСТЬ ЦЕЛЬ



ПРОБЛЕМА С ПРЕДЛОЖЕНИЕМ

ПРОДАЕМ НЕ ТО,
ЧТО ПОКУПАЕТ КЛИЕНТ

КЛИЕНТ/МЕНЕДЖЕР МЕРОПРИЯТИЯ



- Цели
- Даты
- Место проведения (город)
- Бюджет
- Площадка проведения (отель)
- (Транспорт - перелет)
- Переговоры и подписание договора
- Наполнение конференции (тема, формат, спикеры)
- Предпродажная подготовка/регистрация
- Продажа/продвижение/реклама
- Административная работа по подготовке мероприятия и площадки (оборудование и оснащение, списки участников, значки)
- Проведение мероприятия
- Административная работа после конференции

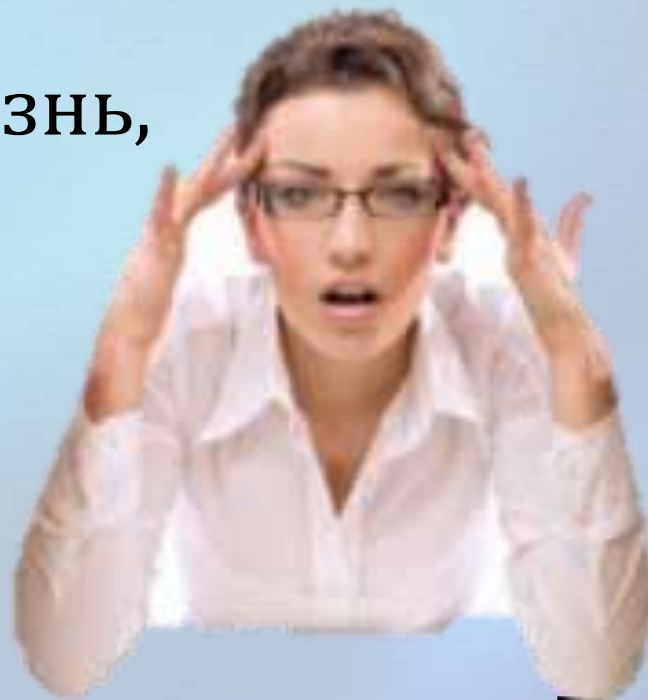
ЧТО ВАЖНО ДЛЯ КЛИЕНТА?

- УСПЕХ МЕРОПРИЯТИЯ – Достижение поставленных целей (ROO)
- Эффективность мероприятия (ROI)
- Местоположение
- Безопасность путешественника
- Легкость организации
- Включение дополнительных услуг в стоимость проживания (завтрак, трансфер, интернет)
- Условия оплаты (возможность использовать корпоративную карточку)
- Выставление счетов по правилам компании

ЗА ПРОЦЕССАМИ СТОЯТ ЛЮДИ

ПОСРЕДНИК

Чем легче вы
сделаете ее жизнь,



КОНЕЧНЫЙ КЛИЕНТ

Тем больше у вас
шансов на успех

ЦЕНА И ЦЕННОСТЬ



БЮДЖЕТ МЕРОПРИЯТИЯ



Проживание



Еда



Аренда
помещений



Аудио-
визуальное
оборудование



Прочие услуги



ЦЕНА и ЦЕННОСТЬ

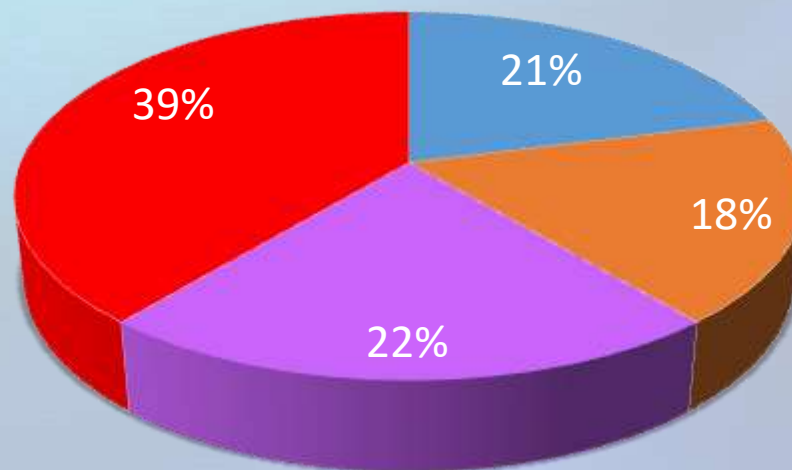
- Значимость группы для отеля (все компоненты)
- Когда будет выгоднее?
- Уступки: Что легче для вас?
- Условия отмены
- Условия оплаты
- Стоимость дистрибуции – будущий бизнес



- Цена на номер не единственный компонент!
- DDR/СМР
- Альтернативные даты
- Уступки: Что важно для них?
- Условия отмены
- Условия оплаты
- Комиссия
- Легкость работы
- Безопасность
- Надежность

ЧТО ВАЖНО ДЛЯ КЛИЕНТОВ

- Качество продукта
- Конкурентная цена
- Решение проблем и удовлетворение потребностей
- Компетентность менеджера по продажам



КАЧЕСТВО ОТВЕТА

- Прочитайте запрос полностью
- Отвечайте на все вопросы
- Сначала – самая важная информация
- Избегайте рекламных штампов
- Приложения должны иметь смысл
- Чек-лист запроса



СКОРОСТЬ ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ

- В течение 24 часа
- Авто-ответ
- Взаимозаменяемость
- Выполнение обещаний



ПРОФЕССИОНАЛИЗМ СОТРУДНИКОВ

- Установить отношения
- Понравиться клиенту
- Подстроиться под клиента
- Определить потребности и цели
- Задавать правильные вопросы
- Определить ценность бизнеса
- Обработать возражения
- Вести переговоры
- Заключить сделку
- Выстроить долговременные отношения

Знания

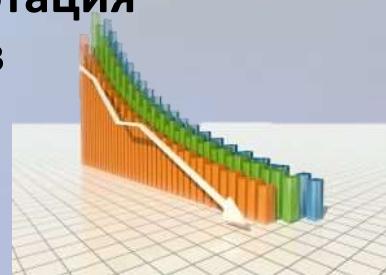


Умение



Навык

НИЗКАЯ КОНВЕРСИЯ . ПРИЧИНЫ



ВЫСОКИЕ ЗАТРАТЫ РЕСУРСОВ

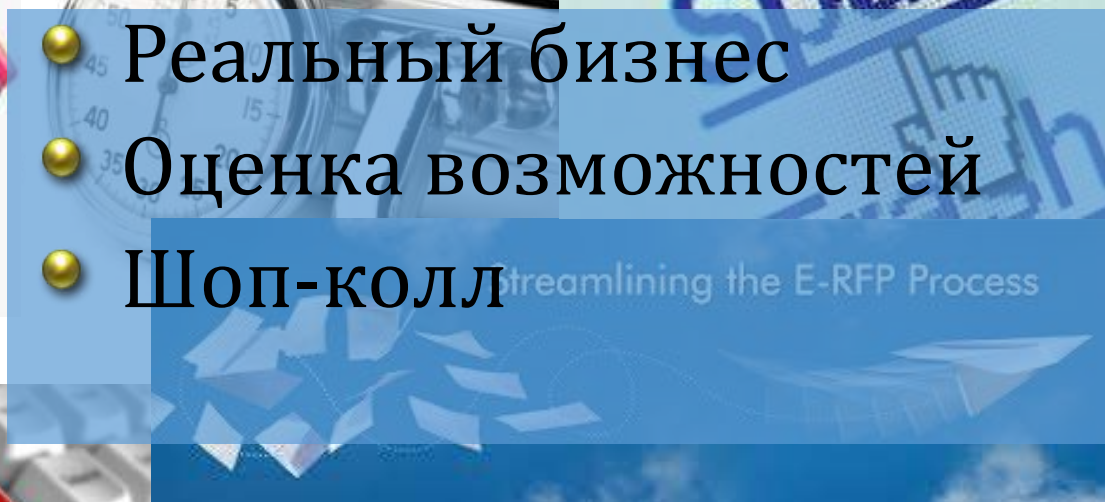
ПРОБЛЕМА № 4



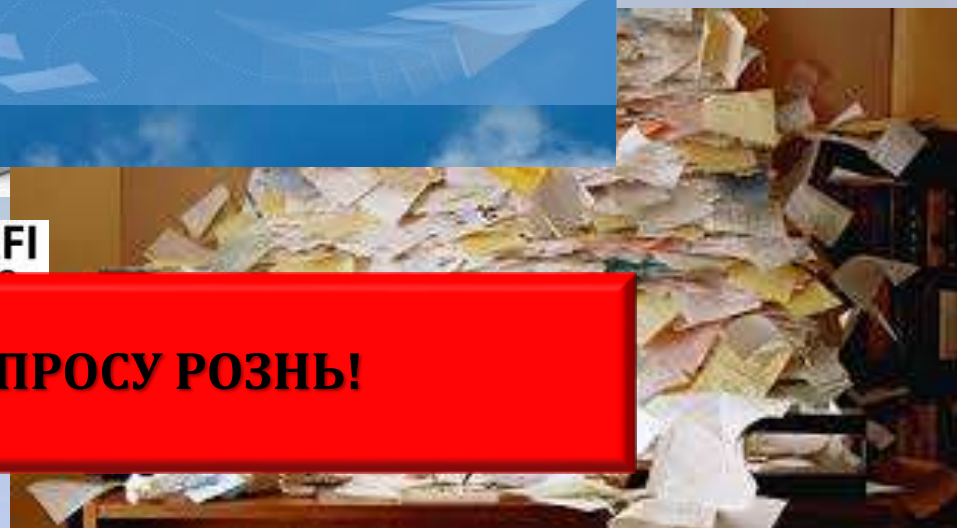
НЕЗНАНИЕ ЭТАПА ЗАКУПКИ



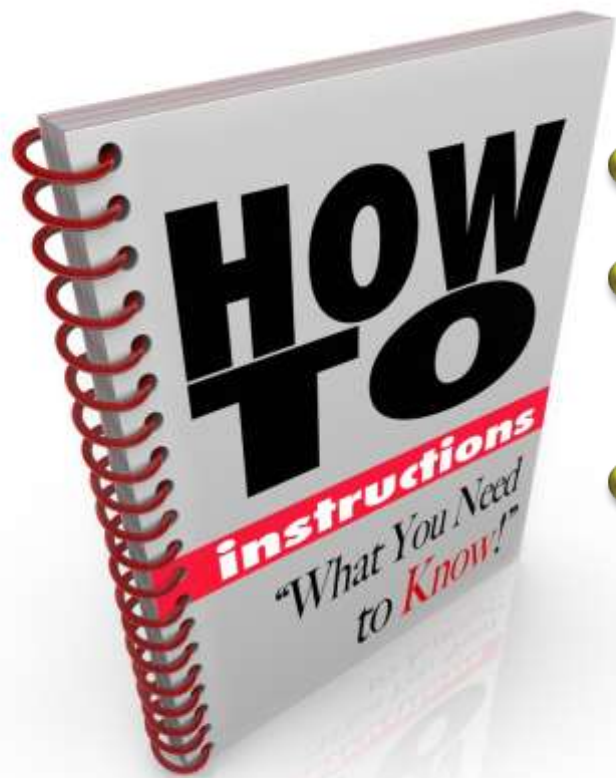
- Реальный бизнес
- Оценка возможностей
- Шоп-колл



ЗАПРОС ЗАПРОСУ РОЗНЬ!



ОТСУТСТВИЕ ПРОЦЕДУРЫ И СТАНДАРТОВ



- Единая система учета групповых запросов
- Процедура квотирования
- Дубликаты запросов – дубликаты предложений
- Система отслеживания

ОТСУТСТВИЕ БИЗНЕС-ИНСТРУМЕНТОВ

- Конференц-пакет (полный день/полдня)
- Информация о вместимости залов/ресторанов
- Шаблон предложения
- Шаблон договора



ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОРГАНИЗАТОРА МЕРОПРИЯТИЙ



- Информация об отеле на всех ресурсах для поиска
- Конференц-пакет
- Размеры залов
- Вместимость залов и ресторанов
- Кол-во твинов в отеле
- Цены на питание
- Цены на оборудование

ОТСУТСТВИЕ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ



ВЫСОКИЕ ЗАТРАТЫ. ПРИЧИНЫ

Незнание этапа
закупки

Отсутствие
профессионализма

Отсутствие
инструментов

Отсутствие
специализации

Высокие затраты
ресурсов



НИЗКАЯ ДОХОДНОСТЬ

ПРОБЛЕМА №3



ЧТО ТАКОЕ ГРУППА?

- Минимальное количество номеров в группе,
- Максимальное количество номеров в группе,
- Оптимальная группа
- Оптимальная доля групп



ОТСУТСТВИЕ СЕГМЕНТАЦИИ



Индивидуалы

- Премиальный сегмент;
- Он-лайн платформы
- Спец. предложения;
- Пакеты
- Корпоративный сегмент
- Правительственный сегмент;
- Индивидуальные туристы



Группы

- Корпоративные группы;
- Конференции
- Правительственные делегации;
- Туристические группы;
- Спортивные группы;
- Другое



База

- Долговременное проживание
- Экипажи
- Жесткий блок

НЕОБХОДИМАЯ ИНФОРМАЦИЯ

- Сколько групп
- Какие группы
- Сегментация группового бизнеса
- Средний размер группы
- Средняя длительность проживания
- Средняя выручка (НФ и по др. центрам доходности)
- Окно бронирования
- Длительность цикла продажи
- Причины отказов
- Причины отмен

ОТСУТСТВИЕ АНАЛИЗА

- Периоды высокого и низкого спроса
- Дни недели
- Групповой потолок
- Минимальные групповые цены
- Конкурентный набор

ОТСУТСТВИЕ ПРОЦЕДУРЫ

Process
Checkpoint
Ahead

- Перевод блока в следующий статус
- Контрольные даты
- Снятие блока



ОТСУТСТВИЕ ИНСТРУМЕНТОВ УПРАВЛЕНИЯ ГРУППОВЫМИ БРОНИРОВАНИЯМИ

- Ограничение количества номеров (пол и потолок)
- Минимальная групповая цена
- Ограничения по дням недели
- Ограничения по общему доходу от группы



НИЗКАЯ ДОХОДНОСТЬ. ПРИЧИНЫ



ФАКТОРЫ УСПЕХА

- Продукт
- Клиент
- Рынок
- Индустрия

- Бизнес-структура
- Процедуры и стандарты
- Инструменты

ЗНАНИЯ

СТРУКТУРА /
ПРОЦЕСС

ПРОФЕССИОНАЛИЗМ

СИСТЕМА
УЧЕТА И
АНАЛИЗ

- Умения и навыки
- Образование
- Самосовершенствование

- Сбор информации
- Анализ
- Управление спросом

ПРЕИМУЩЕСТВА ПРАВИЛЬНОГО БАЛАНСА

Увеличение доходности отеля

Возможность повышения средней цены

Прогнозирование бизнеса

Сокращение операционных расходов

Престиж

#86833018

МЫ ОБСУДИЛИ:

1

ПОЧЕМУ ГРУППЫ ВАЖНЫ ДЛЯ ОТЕЛЯ?

2

ПРОБЛЕМЫ, СВЯЗАННЫЕ С ГРУППОВЫМ БИЗНЕСОМ

3

ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ПРОБЛЕМ

4

ФАКТОРЫ УСПЕХА

5

ВОПРОСЫ

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