

# Ориентация на бизнес-гостей



**Не секрет: несмотря на лозунги о важности увеличения турпотока, ощутимую часть дохода городских отелей приносит бизнес-сегмент. И многие руководители задаются вопросом: «Как сделать гостя, приехавшего в город по рабочим вопросам, своим постоянным клиентом?». Опытом делится Наталья Обыденнова, генеральный директор гостиницы «Охотник».**

**М.О.:** *Наталья Алексеевна, какова доля деловых путешественников среди гостей вашего отеля?*

**Н.О.:** Если рассматривать среднегодовые показатели — порядка 40-50%. Но опять же речь идет о корпоративных клиентах, договорных компаниях. Остальные 50% приходится на прямые продажи, то

есть индивидуальные бронирования. И с какой целью приезжают эти путешественники, сказать сложно, так как не все заполняют анкеты.

**М.О.:** *То есть можно предположить, что общее число бизнес-гостей составляет 70-80%. Чем вы их привлекаете?*

**Н.О.:** Основные потребности деловых путешественников постарались учесть еще во время реконструкции отеля в 2007 году. Среди клиентов гостиницы много бизнес-туристов, так как она расположена недалеко от аэропорта Шереметьево и крупного выставочного центра Крокус Экспо. Но я считаю, что определяющим при выборе места размещения сотрудника во время командировки являются не только технические характеристики, но и отличный сервис.

И это вопрос, которому в жизни любого отеля необходимо уделять постоянное внимание. Моя позиция заключается в том, что за сервис в отеле должен отвечать каждый сотрудник. Ведь у нас не будет второй возможности, чтобы произвести первое впечатление. Поэтому главное требование на собеседовании, помимо английского языка, — любовь к людям. Остальному можно научить. Если человек открыт и отзывчив, он никогда не оставит просьбу гостя без внимания.

Еще важно наладить обратную связь. К сожалению, информация о том, что не устраивает гостей или хотел бы изменить сам персонал, до руководителя доходит не всегда. И о мелочах, которые могут вызвать дискомфорт, порой я даже не догадываюсь.

Пример — ситуация с банкоматом. «Охотник» принимает много иностранных гостей, которым часто нужно обменять валюту на рубли. А круглосуточного обменного пункта поблизости нет. Об этом неудобстве я узнала не сразу. Но как только мы это осознали, проблема была сразу решена.

В гостинице постоянно проходят совещания, на которых главным становится вопрос, чем же еще удивить гостей, как привлечь новых клиентов. Основной принцип в решении задачи — ставить себя на место гостя.

**М.О.:** *Каковы конференц-возможности отеля?*

**Н.О.:** В бизнес-центре гостиницы располагается конференц-зал, рассчитанный на 25 человек, со всем необходимым оборудованием. Кроме того, для деловых переговоров может быть использован президентский номер, — а это 12-14 посадочных мест. Да, возможности не велики, но обусловлены небольшими площадями гостиницы.

**М.О.:** *Что приходится учитывать в работе с корпоративными покупателями?*

**Н.О.:** Прежде всего, мы стараемся, чтобы переговоры по всем направлениям с корпоративным клиентом вел один менеджер. Так удается избежать эффекта «испорченного телефона», а покупатель экономит свое время.

Сейчас весьма много предложений поступает со стороны корпоративных агентств, а потому гостиницы могут выбирать, с какими из них работать, а с какими — нет. Но и гости-



ничный рынок в Москве конкурентный: каждый год открываются новые отели, готовые предложить разнообразные услуги. «Охотник» в этом смысле может преуспеть только благодаря качественному сервису.

Ну и, конечно, мы всегда прислушиваемся к пожеланиям корпоративных покупателей, пытаемся понять, что еще можно сделать для наших гостей. Другими словами, всегда открыты для конструктив-

ного диалога и новых идей!

**М.О.:** *Не так давно вы вступили в Ассоциацию Бизнес Туризма и прошли аттестацию бизнес- и конференц-отелей. Чем вызвано такое решение?*

**Н.О.:** Об Ассоциации Бизнес Туризма мы узнали на одной из выставок. Стали интересоваться, какие преимущества дает партнерство с организацией. Другими словами, провели маркетинговый анализ.





Стало понятно, что Ассоциация динамично развивается, представлена во всех профессиональных журналах, о ней знают, она на слуху.

Тогда мы и решили подтвердить нацеленность гостиницы «Охотник» на деловых путешественников и пройти Аттестацию бизнес- и конференц-отелей АБТ. Ведь по сути, это главные наши клиенты. Кроме того, насколько я знаю, АБТ — единственная организация, объединяющая бизнес-отели. А ведь вместе

всегда легче!

**М.О.:** *Как Вы считаете, какие маркетинговые преимущества дает статус «Бизнес-отель»?*

**Н.О.:** На мой взгляд, основным маркетинговым преимуществом такого статуса может быть имиджевая реклама. Если Ассоциация нацелена на развитие, то и отели, выступающие в роли поставщиков, будут развиваться. Не секрет, что гостиничный бизнес не такой рентабельный: показатель экономиче-

ской эффективности в нем составляет всего порядка 20-30%. А потому мы не можем закладывать на рекламу большие бюджеты.

Сейчас очень популярно интернет-продвижение. И Ассоциация в сетевом пространстве представлена достаточно ярко, что позволяет надеяться на долгосрочные перспективы сотрудничества с международными компаниями.

**М.О.:** *Что можете сказать о самой процедуре аттестации? Легко ли было ее проходить?*

**Н.О.:** Прежде чем ответить на этот вопрос, хочу сказать, что мы ежедневно отслеживаем отзывы об отеле на различных порталах. И, кстати, это один из основных критериев по улучшению качества нашего сервиса. Каждый отзыв мы обсуждаем, и если в наших силах что-то исправить — исправляем, обязательно пишем ответ гостю.

В рамках прохождения аттестации отель решил ряд технических моментов, которые сделали пребывание наших гостей более комфортным. В частности, было проведено дополнительное освещение к рабочему столу в каждый номер, оборудовано дополнительное рабочее место в лобби для гостей, пользующихся интернетом, но не имеющих с собой своего компьютера. Да, это незапланированная финансовая нагрузка, но сделать все было необходимо. Что касается уровня обслуживания, то здесь мы получаем минимальное количество замечаний и оперативно их устраняем. □

Беседовала Марина Осипова