

Реализовать Ваш взгляд на мир

Мы угадываем Ваши мечты и превращаем их в реальность.


kmice
by Karavan

www.k-mice.com • mice@k-mice.com

www.bt-magazine.ru

BUSINESS TRAVEL

2012 | №9-10 | сентябрь - октябрь

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ
ВСТРЕЧИ ■ ИНСЕНТИВ ■ КОНФЕРЕНЦИИ ■ ВЫСТАВКИ



РЫНОК MICE - КУРС НА КРЕАТИВ

30 | К берегам Невы

38 | Техника для встреч

44 | Восточная сказка

Корпоративные туристические услуги для вашего бизнеса



DEMLINK | ONLINE



DEMLINK | MONEY



DEMLINK | MICE



DEMLINK | CLUB



DEMLINK | PEOPLE



WWW.DEMLINK.RU

+7 (495) 797-64-00, 661-05-61

Офис 1, 1-й Смоленский переулок, 24, Москва, 121099, Россия
E-mail: info@demlink.ru



Генеральный директор: Иван Калашников
Шеф-редактор: Александра Загер
Шеф-редактор тематических выпусков: Александр Попов
Редактор: Элеонора Арефьева
Корреспонденты: Полина Бойцова
Лариса Мартынова
Елена Смирнова
Корректор: Лаура Федорова
Художники: Светлана Обуховская
Владислав Суровегин
Фото на обложке: Михаил Тимонин
Отдел рекламы: Ольга Мальцева
Наталья Железова
Анастасия Пшеничная
Отдел информации и распространения:
Лариса Тарасюк
Лариса Лаврова
Отдел workshop: Людмила Сивова
Алевтина Корева
Виктория Кудряшова
Евгения Шуманская

Издатель: ИД «Турбизнес»

Турбизнес
Travel Trade Russia

Отпечатано в России
Тираж: 5000 экз.

Редакция журнала «Business Travel/
Международный деловой туризм»
Адрес редакции: Суворовская пл.,
д. 2, стр. 3
Почтовый адрес: 107031, Москва,
а/я 32
Тел./факс: (495) 723-72-72
Электронная почта:
редакция: a.zager@tourbus.ru
рекламный отдел: reclama@tourbus.ru
отдел workshop: workshop@tourbus.ru
интернет: www.bt-magazine.ru



Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-18985.

Редакция не несет ответственности за достоверность информации, содержащейся в рекламных объявлениях. При использовании материалов ссылка на журнал Business Travel обязательна.

2 НОВОСТИ

Санкт-Петербург примет международную конференцию ICCA
Новые тематические выпуски для специалистов
Компания Kmise презентует Code 35 во время церемонии награждения RBTMA
Поток деловых туристов в Россию растет
Новые члены «Ассоциации агентств делового туризма»
Что? Когда? Где?

4 ТЕМА НОМЕРА

Рынок MICE – курс на креатив

18 НОВОСТИ КОМПАНИЙ

20 ПРОФИЛЬ

22 ИНСЕНТИВ

Все на Мальту. Мы уже здесь

24 БИЗНЕС-ПАРТНЕР

Юлия МАНУЙЛОВА:
«Главное – системный подход»

25 РЕГИОН

ТМК «ГРИНН» – центр делового туризма
Баку: бизнес на фоне роскоши

28 ОТЕЛЬ

Domina Prestige St. Petersburg – новый бизнес-отель города
К берегам Невы

34 ТЕХНОЛОГИИ

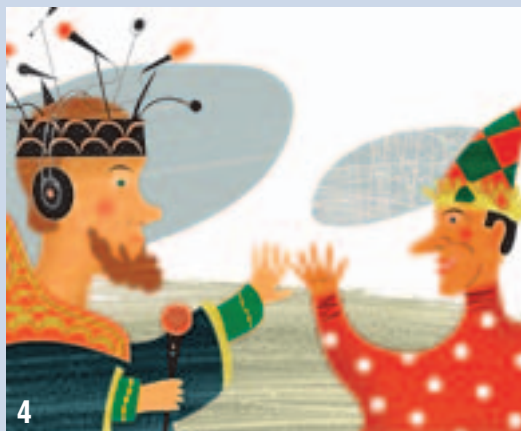
Социальные сети в инвент-индустрии
Техника для встреч

42 НАПРАВЛЕНИЕ

Праздник как тема для инсентива
Восточная сказка

48 ПАУЗА

Жемчужина у моря



ВСТРЕЧА

Санкт-Петербург примет международную конференцию ICCA



По сообщению Комитета по инвестициям и стратегическим проектам Санкт-Петербурга, летом 2013 года город примет одно из крупных европейских мероприятий в сфере делового туризма и конгрессно-выставочной деятельности.

В городе на Неве пройдет заседание Центрально-Европейского отделения международной ассоциации ICCA, в котором примут участие профессиональные организаторы конференций, представители конгрессно-выставочных центров и конвенционных бюро крупнейших европейских городов.

26 августа 2012 года в Дюссельдорфе представители конвенционного бюро СПб ГКУ «Городское туристско-информационное бюро», подведомственного комитету по инвестициям и стратегическим проектам, совместно с ЗАО «Экспофорум» провели презентацию туристических возможностей и конгрессно-выставочного потенциала Петербурга.

В ходе мероприятия вновь избранный председатель европейской секции Анна Горска и делегаты обсудили программу мероприятий ICCA в Санкт-Петербурге. Инспекционный визит в город состоится в марте 2013 года.

АНОНС

Новые тематические выпуски для специалистов

В преддверии выставки «Отдых» в рамках проекта Destinations вышли пять тематических выпусков журналов «Турбизнес» и Business Travel.

«Америка. Путешествие в страну мечты» – первое издание в сфере профессионального туризма в России, рассказывающее об этом туристическом направлении. Наиболее важные регионы и виды туризма представляют российские туроператоры, члены партнерства VisitUSA Russia.

На портале Tourbus.ru будет представлена расширенная и дополненная версия этого тематического выпуска.

Еще одной новинкой для российского туристического рынка стало подготовленное совместно с организацией Hamburg Tourismus издание «Гамбург. Город на Эльбе, полный жизни». Здесь представлены туристические возможности Гамбурга, значительное внимание уделено экономической инфраструктуре морской столицы Германии, ее оздоровительному потенциалу и деловому туризму.

В августе специалистам отрасли был представлен выпуск о Дубае, вышедший в нестандартном для проекта Destinations формате А5. В издании эмират освещен как одно из ведущих MICE-направлений.

Также вышли в свет обновленные тематические выпуски «Баварский маршрут» и «Валле д'Аоста. Горная жемчужина Италии», ставшие ежегодными. Электронные версии всех тематических выпусков представлены на сайтах www.bt-magazine.ru и www.tourbus.ru, где также размещены подготовленные в рамках проекта Destinations ежеквартальные информационные онлайн-бюллетени аэропорта Мюнхена, управлений по туризму Франкфурта и Саксонии.



ПРЕЗЕНТАЦИЯ

Компания Kmice презентует Code 35 во время церемонии награждения RBTMA

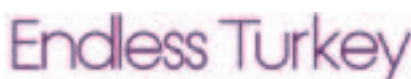
Компания «КАРАВАН» была основана в 1969 году и играет активную роль в индустрии туризма Турции. Компания принадлежит и находится под управлением известной семьи Бальтаззи, которая заботится о сохранении традиций турецкого гостеприимства.

В середине XIX в. семья Бальтаззи имела честь принять в своем доме султанов Абдул Меджита и Абдул-Азиза.

К этому опыту и традициям семья Бальтаззи добавила современные методы и технологии и создала сегодняшний «КАРАВАН», который включает в себя четыре департамента: kmice (предлагает услуги для MICE), Karavan Tours (предоставление услуг мировым операторам), Endless Turkey (услуги для сегмента люкс) и Karavanmar (предлагает наземные услуги и портовый сервис для круизных компаний). Каждый бренд является лидером в своей области.

Kmice уже более года работает над компьютерной программой Code 35, которая произведет революцию в способе презентации продукта и сервиса.

Знакомство с последней разработкой для лидеров российского туристического рынка пройдет во время церемонии награждения Russian Business Travel & MICE Award.



СТАТИСТИКА

Поток деловых туристов в Россию растет

По предварительным данным Росстата, опубликованным на сайте Федерального агентства по туризму РФ, въездной поток туристов, посетивших страну в первом полугодии 2012 года со служебными целями, вырос на 16% и составил 3,175 млн чел. Аналогичный показатель прошлого года был равен 2,745 млн чел.

Общее число иностранных граждан, въехавших в Россию в первом полугодии 2012 года, по сравнению с аналогичным периодом 2011 года увеличилось на 15% и составило почти 13,2 млн чел.

Статистика по въезду иностранных граждан в Россию со служебными целями показывает, что из ряда стран поток деловых туристов увеличился в разы. Например в первом полугодии 2012 г. в Россию из Польши со служебными целями приехали 402,8 тыс. бизнес-туристов, тогда как в прошлом году аналогичный показатель был равен 257,2 тыс. чел. На 47% вырос поток деловых туристов и из Кореи (10,1 тыс. чел., в 2011 г. этот показатель составлял 6887 чел.).

Около половины въездного потока составили граждане из стран СНГ. Из стран дальнего зарубежья больше всего иностранных граждан традиционно приехали из Германии – 152,4 тыс. чел., из Китая – 107,2 тыс. чел. и из Франции – 73,1 тыс. чел. В пятерку лидеров по прибытиям в Москву также вошли США – 65,4 тыс. чел. и Италия – 59,5 тыс. человек.

Любопытно, что при этом деловой турпоток в Москву немного снизился. Согласно данным Пограничной службы ФСБ РФ, полученным Комитетом по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы, доля бизнес-туристов в общем турпотоке сократилась на 2,2% и составила 41%.

Если говорить о столице, то, по данным Пограничной службы ФСБ РФ, общее количество международных прибытий в Москву в I полугодии 2012 года увеличилось на 18,5% и составило 2,47 млн чел. Самый высокий прирост числа туристов в группе стран-лидеров по поездкам в Москву, как и в прошлом году, продемонстрировал Китай, увеличив въездной поток на 43% против 36% в I полугодии 2011 г. На 19% «подросла» Турция, вышедшая на 6 место в рейтинге стран дальнего зарубежья по числу прибытий в российскую столицу (58,7 тыс. чел.). Однако страны-лидеры прошлых лет не сдают позиций: за это время гостей из Японии к нам приехало на 27% больше, чем за аналогичный период прошлого года.

Германия увеличила въезд на 11%, Франция – на 10%, Италия – почти на 9%. В «топ-десять» лидеров по прибытиям в столицу также вошли Великобритания, Израиль, Вьетнам и Испания.

В структуре въездного потока из стран дальнего зарубежья доля иностранных граждан, указавших целью своей поездки туризм, составила 37%, увеличившись по сравнению с аналогичным периодом 2011 г. на 2,1%. На частные визиты пришлось 15% общего числа международных прибытий.



ЧТО? КОГДА? ГДЕ?



ЧТО: World Travel Market

Международная туристская биржа в Лондоне – это важное мероприятие индустрии путешествий, которое с 1980 г. считается одним из крупнейших событий в туристическом мире и предназначено исключительно для профессионалов.

ГДЕ: Великобритания, Лондон, ВЦ ExCel

КОГДА: 5–8 ноября 2012 г.

WEB: www.wtmlondon.com



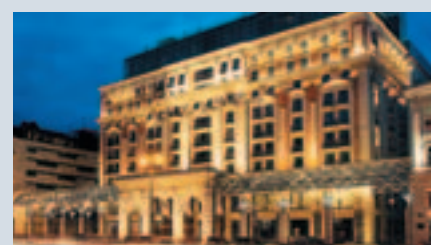
ЧТО: EIBTM

Международная выставка делового туризма и MICE. Выставка ориентирована на представителей деловых кругов, турагентов, представителей MICE-компаний. Среди экспонентов – представители авиакомпаний, конгрессных центров, отелей и event-агентств.

ГДЕ: Испания, Барселона, ВЦ Fira Barcelona

КОГДА: 27–29 ноября 2012 г.

WEB: www.eibtm.com



ЧТО: ANTOR MICE Workshop 2013

Workshop посвящен теме организации конференций, инсентив-мероприятий, деловых встреч и другим аспектам бизнес-туризма. Он проводится с целью представить продукт делового и корпоративного туризма из самых разных уголков мира. Мероприятие ориентировано на корпоративных клиентов, организаторов деловых мероприятий и туроператоров из Москвы, Санкт-Петербурга и российских регионов.

ГДЕ: Россия, Москва, отель The Ritz-Carlton Moscow

КОГДА: 31 января 2013 г.

WEB: www.antor-mice.com

Подготовили

Александра ЗАГЕР, Елена СМИРНОВА

ОТРАСЛЬ

Новые члены «Ассоциации агентств делового туризма»



ОАО «Приморское агентство авиационных компаний» (торговая марка «БИЛЕТУР») и компания CITY TRAVEL стали новыми участниками Некоммерческого партнерства содействия развитию и поддержке туризма «Ассоциация агентств делового туризма» (НП «БТАА»).

«Приморское агентство авиационных компаний», одна из самых старейших туристических компаний (основана летом 1946 года), имеет более 60 офисов в России, является несомненным лидером на рынке Дальнего Востока и Приморского края. Компания CITY TRAVEL Business Travel Solutions имеет офисы в Москве, Самаре и Казани, обслуживает корпоративных клиентов в разных регионах России. Вступление этих компаний в БТАА позволит ассоциации расширяться не только в территориальном аспекте, но и дает возможность более тесно сотрудничать с региональными структурами при решении основных целей и задач некоммерческого партнерства.

Некоммерческое партнерство содействия развитию и поддержке туризма «Ассоциация агентств делового туризма» (НП «БТАА»), созданная в 2012 году для развития цивилизованного рынка, служит внутренней профильной площадкой для выстраивания отношений со всеми участниками рынка. БТАА объединяет ресурс участников для защиты солидарных интересов, взаимодействует с государственными органами и структурами отрасли. Сегодня БТАА объединяет более 15 агентств делового туризма.



Экономические и финансовые потрясения 2008–2009 гг. остались в прошлом, рынок MICE восстановился, стабилизировался и стал достаточно активно развиваться. Прошедший год принес несколько достаточно ярких трендов. К ним можно отнести, в частности, возникновение новой ассоциации агентств делового туризма ВТАА или все большее влияние работы в интернете на успешность бизнеса. Об этом и многом другом ВТ решил поговорить с ведущими игроками российского рынка MICE.

Подготовила Александра ЗАГЕР

Рынок MICE – курс на креатив

Рынок жил, рынок жив, рынок будет жить

Среди тенденций развития российского рынка многие эксперты выделили, прежде всего, развитие регионов России как интересного клиентам MICE-направления.

«В регионах России идет активное наращивание гостиничной базы, международные сети активно открывают новые отели, то есть условия для проведения мероприятий создаются. Тем не менее, на сегодняшний день подходящие площадки для групп от 200 чел. в регионах – все еще проблема (необходимое количество номеров в отелях + рестораны + конференц-залы). Желание провести мероприятия в России у клиентов есть – многие компании в силу экономии бюджета и желания избежать визовых процедур запрашивают такой вариант», – говорит руководитель по развитию бизнеса отдела MICE компании FCM Travel Solutions **Наталья Сидельникова**.

«Одной из основных положительных установок на рынке является его быстрое разрастание от традиционной цитадели в Москве и Санкт-Петербурге, двух наиболее развитых городах страны, в другие важные регионы. Чаще всего, в те города, которые служат столицами областных администраций. Так Казань (Татарстан), Екатеринбург (Свердловская обл.), столица Олимпийских игр-2014 Сочи (Краснодарский край), Хабаровск и Владивосток (Дальний Восток) уже успели побывать местами проведения важных национальных и даже международных политических и бизнес-конференций. Именно в этих городах мы открываем свои филиалы, понимая всю перспективность работы в данных регионах в сфере MICE», – отмечает директор директората корпоративного туризма компании «ТРАНСАЭРОТУРС ЦЕНТР» **Людмила Кириллова**.

Управляющий партнер компании «ВИП Корпорейт Тревел» **Анна Кузнецова** считает, что рост популярности регионов России связан еще и с сокращением расходов. «Сейчас многие компании проводят бизнес-мероприятия на «местах»,

таким образом сокращая расходы на сбор участников и вывоз их куда-то за границу. Тем более, есть возможность не только сократить расходы, но и не отрывать людей от работы на продолжительное время. В последнее время компании, имеющие большое количество региональных офисов и сотрудников по России, предпочитают не устраивать массовые конференции, а проводить их по регионам».

«Основной тенденцией развития в России является увеличение MICE-мероприятий в регионах. Не так давно нехватка качественных площадок в регионах России ограничивала выбор места проведения мероприятий. Масштабное мероприятие возможно было организовать только в крупных городах России и близлежащих территориях. Регионы же испытывали острую нехватку отелей бизнес-уровня. За последнее время в регионах увеличилось число отелей уровня бизнес-класса, что позволило рассматривать их с точки зрения потенциальных площадок для проведения мероприятий», – отмечает генеральный директор ООО «Агентство АВИА ЦЕНТР» **Сергей Богачев**.

Другими словами, рост интереса корпоративных клиентов к регионам России как месту проведения мероприятий обусловлен хорошими возможностями по оптимизации расходов с одной стороны и развитием гостиничной и деловой инфраструктуры в регионах – с другой. Следующим трендом, свидетельствующим, к слову, о стабилизации рынка, было названо усиление конкуренции.

Генеральный директор компании JTB Russia **Светлана Безродная** считает одной из основных тенденций усиление конкуренции. «Наряду с успешно работающими и преимущественно созданными в 90-е годы компаниями на этом рынке появляется все больше игроков. Как и в любой другой сфере человеческой деятельности,

а тем более в бизнесе, конкуренция является основополагающим фактором развития. Применительно к рынку MICE в России конкуренция позволяет не только улучшать качество обслуживания и профессионализм в нашей индустрии, но и изыскивать новые формы работы». С ней согласен и генеральный директор компании RCS **Сергей Шаньгин**: «Ужесточится конкуренция среди ведущих игроков MICE-рынка. Корпоративные заказчики при выборе MICE-агентств в качестве поставщиков в большей степени будут обращать внимание на качество проработки предложений по организации мероприятий, в том числе на прозрачность ценовой политики по всем видам услуг».

Еще одним трендом последнего времени, который отметила Светлана Безродная, стало увеличение постоплатных клиентов и сроков платежа за услуги. «Это подстегивает к реальной оценке и планированию своих финансовых возможностей», – подчеркнула эксперт.

В случае дальнейшего ужесточения законодательного регулирования туристической отрасли в России количество узкоспециализированных небольших MICE-компаний может сократиться

Согласен с ним и генеральный директор компании «Континент Экспресс» **Станислав Костяшкин**: «Четко прослеживается тенденция к переходу клиентов на условия постоплаты за оказание MICE-услуг, а также к снижению агентского вознаграждения. Даже в пуле низкобюджетных мероприятий возрастает доля тендерных запросов». Следующий тренд – активное развитие и рост популярности инсентив-туров. По словам игроков рынка, они становятся все более сложными и креативными. «Инсентив-туры набирают популярность, становятся более сложными. Растет потребность в организации инсентив-туров в России.

MEGAPOLUS
TOURS
KUONI

Более
100 лет
УСПЕХА!

MMeetings
Incentive Travel
Conferences &
Event marketing

mice.megapolus-tours.ru

Наша страна большая, интересная, здесь также можно предложить целый диапазон инсентив-туров – от бюджетных до эксклюзивных маршрутов для VIP-клиентов», – говорит директор по развитию компании «Демлинк» **Ирина Карнаухова**.

«По крупным инсентивным и конференционным мероприятиям наблюдается тенденция к повышению интереса к креативной составляющей. Основной упор в отличие от предыдущих лет делается не на развлекательную, а на содержательную часть, которая в обязательном порядке должна соответствовать текущим бизнес-задачам компании», – отмечает Станислав Костяшкин.

Генеральный директор CWT **Андрей Сафрыгин** отмечает важность IT-технологий: «В последнее время четко прослеживается спрос на новые IT-технологии в сфере MICE, причем на всех стадиях организации мероприятий – в процессе подготовки, проведения и финализации проекта. Нам кажется, что в этом направлении рынок будет активно развиваться».

Все события важны, все события нужны

По мнению большинства экспертов, востребованность разных сегментов MICE на рынке примерно одинаковая, разве что с некоторым отрывом лидируют конференции и тимбилдинги. В будущем же игроки рынка выделяют два основных тренда. Первый – это симбиоз конференций и тимбилдинга, такой вид деловых путешествий клиенты стали заказывать все чаще.

«Все сегменты будут востребованы, поскольку отвечают разным задачам и потребностям клиента», – считает генеральный директор компании MICE **Елена Мельникова**.

«На наш взгляд, наиболее востребованы всегда будут конференции, они необходимы для ведения бизнеса, и от них отказываются в последнюю очередь. При благоприятной экономической ситуации будет расти спрос на инсентивы и тимбилдинги как средство мотивации и повышения лояльности», – говорит менеджер по маркетингу компании FCM Travel Solutions **Галина Барыкина**.

«Думаю, самыми востребованными будут конференции и тимбилдинги, – говорит генеральный менеджер компании CITY TRAVEL **Юлия Мануйлова**. Но уже сейчас наблюдается некий микс, что позволяет работодателям объединить ресурсы в целях получения наибольшего результата от вложенных в них средств».

Так же считает и Сергей Шаньгин: «По нашей оценке, все более востребованными будут комплексные конференц-мероприятия продолжительностью 3–5 дней с насыщенной деловой программой и развлекательными блоками в форме тимбилдинга и гала-ужинами. Однако, учитывая прогнозируемые кризисные явления в мировой экономике, бюджеты на такого рода мероприятия будут сокращаться, и проводиться они будут в большей части в России без выездов в зарубежные страны».

Второй тренд здесь – волна пятнадцатилетних и двадцатилетних юбилеев компаний. Все-таки бизнес неотделим и от истории страны, а двадцать лет назад частный бизнес в России был на заре своего развития.

«Все сегменты MICE будут востребованы в разных долях и возможны колебания, зависящие от сезонности и прочих условий. Но в 2013 однозначно будет приоритетом для российских компаний празднование 20-летнего юбилея, т.к. много российских компаний было зарегистрировано в 1993 г. Поэтому, пользуясь случаем, призываю компании заранее озаботиться выбором площадки, утверждением бюджетов и согласованиями. Ситуация нам видится более серьезной, чем встреча Нового Года, которую планируют заранее, и сейчас уже идет согласование деталей» – рекомендует менеджер по развитию корпоративного обслуживания компании KMP Group **Сергей Федорев**.

Директор компании Nicko Travel Group **Роман Горюхов** также отмечает, что «российскому бизнесу уже 20–25 лет. Идет волна юбилеев и подведения итогов, которая началась еще в прошлом году. Кроме того, востребованы будут любые мероприятия, напрямую связанные с повышением эффективности бизнеса».

Пора объединяться

Если крупные игроки рынка задумались о самоуправлении и объединении, видимо, можно утверждать, что рынок MICE в России в некоторой степени стабилизировался.

«Наличие профильной бизнес-ассоциации всегда свидетельствует о том, что сегмент рынка, который она отражает, работает и развивается», – считает руководитель департамента Business Travel&MICE компании «KUONI-Мегаполис-турс» **Екатерина Никитина**.

Напомним, что весной 2012 года ряд крупных российских агентств делового туризма объявили о создании Ассоциации агентств делового туризма (ВТАА). Основными целями и задачами этой организации были названы: выработка общей стратегии развития рынка делового туризма, решение задач взаимодействия с поставщиками услуг, защита солидарных интересов в государственных органах и проведение аналитических исследований. Ассоциация – это некоммерческое партнерство, где руководящим органом является президиум. В президиум вошли все учредители ассоциации на данный момент. Планируется, что ежегодно он будет переизбираться. Ассоциация агентств делового туризма – строго некоммерческая организация, это ее основное отличие от Ассоциации бизнес-туризма (АБТ). Однако ожидания у игроков рынка, еще не вошедших в ассоциацию, хоть и оптимистичные, но весьма умеренные.

«Появление ВТАА и ее расширение, конечно, поддерживаем. Однако предлагаем рассматривать

KMP
GROUP
www.kmp.ru

Ведущий туроператор России

Since 1989



КАЧЕСТВО, ОПЕРАТИВНОСТЬ, ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД!

**ВСЕ СПЕКТР УСЛУГ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА & M.I.C.E
В ЛЮБОЙ СТРАНЕ МИРА**

119017, Москва, Пыжевский пер., 6
Тел: +7 (495) 231-27-27, 721-17-07, факс: +7 (495) 234-28-63
E-mail: corporate@kmp.ru

Ведущие игроки российского рынка MICE

Название компании	Директор, контакты	Краткое описание специализации компании	Кол-во сотрудников	Кол-во российских/зарубежных мероприятий в 2011 г.
ATH-American Express Business Solutions	Николай Стрижов			576/56
CITY TRAVEL	Юлия Мануйлова Москва, ул. Летниковская, 11/10, м. Павелецкая, БЦ Capital House Тел./факс :+7 495 510 2828 moscow@city-travel.ru www.city-travel.ru	Центральный офис в Москве, филиалы в Казани и Самаре. Ведущий игрок на рынке MICE. Год основания 2001. Продажа и бронирование авиа- и ж/д билетов, автомобилей, заключение трехсторонних договоров с авиакомпаниями и отелями, собственный центр бронирования российских гостиниц по прямым договорам, бронирование международных отелей, проведение конференций и мероприятий в России и за рубежом и т.д.	180	180/150
Carlson Wagonlit Travel ООО «КВТ РУСС»	Андрей Сафрыгин Москва, ул. Дубининская, 53, стр. 6 Тел.: +7 495 725 7888 Факс +7 495 725 7887 info@carlsonwagonlit.ru, info_events@carlsonwagonlit.ru www.carlsonwagonlit.ru	Carlson Wagonlit Travel (CWT) – является мировым лидером, специализирующимся в сфере управления деловыми поездками, организации конференций и мероприятий. CWT оказывает услуги корпоративным клиентам, государственным и частным предприятиям различного масштаба в более чем 150 странах мира.	225	800/500
FCM Travel Solutions	Ольга Белоусенко Москва, ул. Бутырский Вал, 68/70 стр. 1, БЦ «Бейкер Плаза» Тел.: +7 495 987 4779 traveldesk@ru.fcm.travel www.ru.fcm.travel	Консалтинг по управлению трэвел-расходами; полный спектр услуг по организации деловых поездок: авиа- и ж/д билеты, бронирование отелей, транспортное обслуживание; инсентивные туры и конференции; визовые услуги для российских и иностранных граждан.	200	600/500
HRG Russia Hogg Robinson Group Russia	Филипп Лукьяненко			100/150
JTB Russia	Светлана Безродная Тел.: +7 495 916 5480 info@jtbussia.com www.jtbussia.com	JTB Russia организует мероприятия и бизнес-поездки для корпоративных клиентов. Специализируется на креативных и высокотехнологичных форматах.	50	253/175
«KUONI-Мегаполис-турс»	Виктория Кизимова Москва, Лялин переулок, 19/1 Тел.: +7 495 786 9999 mice@megapolis-tours.ru www.mice.megapolis-tours.ru	Компания «Мегаполис турс» является российским представителем швейцарского концерна KUONI – одной из ведущих мировых корпораций в сферах организации MICE-мероприятий, деловых поездок, а также отдыха и путешествий.	150	70/200
ООО «МАКСИМАЙС» MaxiMICE	Елена Мельникова Тел.: +7 495 739 3358 info@maximice.ru www.maximice.ru www.facebook.com/LLC.MaxiMICE	MaxiMICE оказывает полный комплекс профессиональных услуг по Business Events, M.I.C.E. и по организации международных конгрессов (логистика, креатив, сопровождение).	120	1790/730
MSC GROUP	Эльмар Маликов			300/100
Nicko Travel Group	Роман Горохов			
ЗАО «Рашн Корпорейт Сервис» (RCS - Russian Corporate Services)	Сергей Шангин Тел.: +7 495 640 4161 info@rcs-mice.ru www.rcs-mice.ru	Организация корпоративных мероприятий в России и за рубежом, в том числе конференций, инсентивных поездок, тренингов, презентаций, корпоративных праздников. Производство уникальных корпоративных сувениров.	32	300/150
UTS	Алексей Крылов Москва, 3-й Сыромятнический пер., 3/9, стр. 6 Тел.: +7 495 662 3985, 725 7776 www.utsinc.ru, www.hotelbook.ru	Группа компаний UTS – это многопрофильный туристический холдинг. Деятельность компании охватывает такие направления, как business travel, MICE, Event, спортивный туризм. Центральный офис холдинга расположен в Москве, филиал – в Санкт-Петербурге.	320	680/339
ООО «Агентство АВИА ЦЕНТР»	Сергей Богачев			150/100
ООО «Академсервис»	Леонид Исакович		250	50/
«Бизнес Ивент»	Ирина Травкина Тел.: +7 495 789 4945 i.travkina@b-entrus.ru, www.b-entrus.ru	Компания «Бизнес Ивент» основана в 2010 г. Как компания мы молоды, но опыт работы нашей команды на рынке MICE- и ивент-услуг более 10 лет. Наравне с классическими сценариями мероприятий, готовы предложить самые модные современные тенденции. В вашем распоряжении неиссякаемая фантазия и феноменальная работоспособность нашей команды. Мы предлагаем оптимизацию затрат и профессиональное планирование бюджета.	12	160/30

Ведущие игроки российского рынка MICE

Название компании	Директор, контакты	Краткое описание специализации компании	Кол-во сотрудников	Кол-во российских/зарубежных мероприятий в 2011 г.
ООО «ВИП Корпорейт Тревел»	Анна Кузнецова			150/250
«Демлинк»	Олег Шабуцкий Тел.: +7 495 797 6400, 661 0651 info@demlink.ru www.demlink.ru, www.demlink.com	Полный комплекс услуг: MICE & Business Travel & Leisure & VIP service	250	2500/400
ЗАО «Интерсити Сервис» (Холдинг «КМП Групп»)	Юрий Шумило Тел.: +7 495 721 17 06 corp@kmp.ru www.kmp.ru	Организация деловых поездок: гостиницы, авиа- и ж/д билеты, визовое, транспортное и VIP-обслуживание. Организация мероприятий: семинары, презентации, конференции.	180	316/458
Группа компаний «Конкорд»	Наталья Евневич Тел.: +7 495 961 1199 reception@concordgroup.ru www.concordgroup.ru	Организация выставок, конгрессов, конференций, фестивалей в России, организация российских экспозиций на крупнейших международных выставках за рубежом, туристическое обслуживание участников выставок и конгрессов в России и за рубежом.	70	20/30
ЗАО «Континент Экспресс»	Станислав Костяшкин			3000/500
«Русские Просторы»	Ула Кстенссон			
ООО «ТРАНСАЭРО ТУРС ЦЕНТР»	Элеонора Красовская Москва, Комсомольский проспект, 24, стр. 1, «Г» Тел.: +7 495 921 1200, доб. 166 Факс: +7 495 685 4856 kirillova@transaerotour.com www.transaerotour.com	Международный туроператор с развитой филиальной сетью, MICE-мероприятия любой сложности в любой точке земного шара, FIT, VIP-сервис.	500	30/20

MICEDISCOUNT
СКИДКИ ДЛЯ КОРПОРАТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ
☎ (495) 640-41-61

О проекте
Помощь
Приветная база

Войти
Регистрация
Добавить/удалить/изменить



Все предложения

Гостиницы

Конференц услуги

Events

Тимбилдинг

Групповые туры

MICE СПРАВОЧНИК

Гостиницы



Персональный сервис в любой труднодоступной обстановке

[Подробнее](#)

Конференц услуги



Дарт Вейдер стилист на межпланетическом съезде звездочелов

[Подробнее](#)

Тимбилдинг



Никто не увидит от командных игр Вашего коллектива

[Подробнее](#)

Events



Креативные исполнители по минимальным ценам

[Подробнее](#)

Хотите увидеть больше интересных **СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЙ** - заходите на www.micediscount.ru

Всего предложений: 180

в начало | назад | 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 вперед | в конец

Мнение эксперта

Екатерина ЛИФАНОВА,
заместитель руководителя отдела продаж и маркетинга гостиниц «Холидей
Инн Москва Лесная» и «Холидей Инн Москва Сушевский»

Сейчас стало уже привычным, что для проведения мероприятий (тренингов, собраний, презентаций, конференций) компании выбирают конференц-залы в гостиницах.

Спрос на проведение деловых мероприятий в гостиницах «Холидей Инн Москва Лесная» и «Холидей Инн Москва Сушевский» напрямую зависит от деловой активности в городе. Так, например, в высокий сезон, во время проведения в Москве различных крупных выставок, заметно повышается спрос на проведение деловых мероприятий.

Тематика этих деловых встреч зачастую связана с городскими форумами. Бизнес-туристы, приезжающие в Москву издалека, имеют возможность не только посетить выставку, но и, например, поучаствовать в семинаре или конференции по интересующей их теме – это дает организаторам возможность привлечь большее количество участников. Спрос на мероприятия проявляется в разные периоды и напрямую зависит как от внутренних процедур компании (например, закрытие финансового года), так и от отрасли (например, цикловые совещания фармацевтических компаний). Тем временем, с наступлением низкого сезона (новогодние недели, майские праздники, «отпускные» месяцы июль и август) поток запросов практически иссякает. В этот период основной объем мероприятий составляют частные праздники.

Большую часть всех бизнес-мероприятий составляют конференции и тренинги. Они обычно длятся целый день или несколько дней подряд. В этом случае для мероприятий от 20 человек мы предлагаем услугу «Конференц-пакет», который включает в себя аренду зала, три кофе-брейка в течение дня, обед, а также минимальный набор оборудования.

В периоды высокой деловой активности спрос на мероприятия с таким набором услуг составляет не менее 35% от общего объема всех конференц-заказов, которые проходят в наших гостиницах. Нередко компании заказывают бизнес-завтраки или бизнес-ужины, на которых продолжается обсуждение вопросов деловой программы.



туроператоров, занимающихся MICE профессионально, как полноценных участников ассоциации. Отсюда вытекают и задачи. Если туроператоры войдут в ассоциацию, нам будет легче организовать совместную работу с MICE-агентствами, обращаясь к нам как к поставщикам услуг, регламентировать общие правила, разграничивать ответственность перед прямым клиентом и бороться с недобросовестными и непрофессиональными MICE-организациями, а также совместно участвовать при создании законопроектов, касающихся нашего бизнеса», – говорит Людмила Кириллова. «И старая и новая ассоциации пока не очень заметны на рынке. Безусловно, есть немало задач, которые они могли бы решать в интересах всех игроков, но на практике эта работа пока не дает нужного эффекта, в том числе и по причине узкого круга участников этих ассоциаций. На одной

из встреч руководителей MICE и business travel компаний мы высказывали готовность стать членами ассоциации, но пока не получили вразумительного ответа», – говорит Сергей Шаньгин.

Роман Горохов призывает дождаться хотя бы первого полугодия существования организации. Тогда уже можно будет судить по реальным результатам работы.

«Если ассоциация активно будет лоббировать интересы нашего бизнеса и в конечном итоге достигнет до наших законодворцев, то польза от этой структуры очевидна – приведение законодательной базы в соответствие с особенностями индустрии бизнес-туризма. Кроме того, создание данной ассоциации – одна из немногих серьезных попыток консолидировать основных игроков на рынке корпоративного делового туризма. Что уже само по себе можно расценивать как положительный сдвиг

в условиях жесткой, а иногда и жестокой конкуренции на этом рынке. Важно, чтобы ассоциация не превратилась в некий закрытый клуб компаний, которые решают свои локальные задачи. Сейчас мы рассматриваем возможность вступления в ассоциацию», – отметила Светлана Безродная.

«ВТАА будет полезна, если она своей целью поставит «отчленение» MICE-компаний от «чистых туристов», т.е. если рынок делового туризма и рынок туризма будут жить независимо друг от друга, и законодатели будут различать нас при принятии тех или иных актов, регулирующих данные рынки», – считает генеральный директор компании «Бизнес Ивент» **Ирина Травкина**.

Впрочем, учредители Ассоциации уверены, что рынку ее работа принесет большую пользу.

«Мы являемся одними из учредителей Ассоциации и, соответственно, разделяем и поддерживаем ее цели и задачи. Для рынка это будет означать более профессиональное обслуживание, совместное решение проблемных ситуаций и задач, включая законодательные», – подчеркивает Ирина Карнаухова.

«Мы ожидаем, что ее появление должно привести к созданию четких, однозначных и прозрачных, понятных всем участникам рынка и государству, правилам работы.

Исторически рынок деловых поездок воспринимается как часть рынка туристических услуг без учета особенностей нашего бизнеса. В результате очень различные по сути виды деятельности регулируются одними и теми же законами и правилами, что создает много белых пятен, на которые необходимо создавать ответы, актуальные именно для этого сектора и позволяющие всем участникам рынка, как клиентам, так и поставщикам работать в условиях, учитывающих эту специфику. Ценность ассоциации в том, что это орган, действия которого направлены на решение общих вопросов и защиту общих интересов, на взаимодействие с государственными органами и отраслевыми структурами», – говорит Анна Кузнецова.

Станислав Костяшкин считает, что «одно из преимуществ данной ассоциации – это возможность обмениваться вопросами и мнениями, где компании, не боясь фактора конкурентности, могут обмениваться нейтральными, с точки зрения конкурентов, но важными, с точки зрения бизнеса, профессиональными вопросами».

Встретимся в сети

Представить себе сегодня работу любого серьезного агентства без использования интернет-технологий довольно сложно. Все компании имеют хорошие и информативные интернет-сайты, у многих работает система онлайн-бронирования, если не всего комплекса услуг, то многих его составных частей. Ряд компаний успешно внедряют технологию «личного кабинета» для клиентов, что помогает им оперативно взаимодействовать.





ТРАНСАЭРО ТУР

Один из лидеров корпоративного туризма



- Организация всех видов деловых мероприятий: конгрессы, конференции, семинары, экспедиции, научные туры, тимбилдинг и др.
- Работа с группами любой численности
- Бронирование отелей по всему миру
- Прямые контракты с ведущими авиакомпаниями и отельными цепочками
- Разработка персонального маршрута «под ключ»
- Заказ индивидуального чартерного рейса для больших групп
- Организация культурных и спортивных мероприятий: рыбалка, рафтинг, верховая езда, сафари, полеты на воздушном шаре и др.
- Нестандартные объекты размещения: отели-бутики, дизайнерские отели, эко-отели на деревьях, ледяные гостиницы, отели в пещерах, кораблях и замках и т. д.
- Обширная география: неизведанная Африка, экзотические острова, уютная Европа, яркая и непредсказуемая Азия, далекая и заманчивая Австралия, свободная и многоликая Америка, великая Россия
- Многолетний успешный опыт и высокий профессионализм сотрудников
- Конкурентоспособные цены и гибкая система скидок

Ваше требование – индивидуальный подход?

Мы любим нестандартные решения. Единственный стандарт – стандарт качества!

Ваша компания объездила весь мир?

Мы готовы открыть известные страны с новой стороны!

www.transaerotoor.com

hotels@transaerotoor.com

kirillova@transaerotoor.com

Тел: +7 (495) 921-12-00 (156, 166)

Факс: +7 (495) 69-74-118

Не секрет, что с развитием интернет-технологий стало расти и количество самостоятельных бронирований среди обычных путешественников. Однако это никак не угрожает работе агентств делового туризма. Во всяком случае в этом уверены эксперты рынка.

Светлана Безродная полагает, что многие и, как правило, крупные корпоративные клиенты понимают важность и необходимость работы с профессиональными travel-агентствами, так как это не только снижает их издержки на travel-услуги, но и дает им больше возможностей. Рост самостоятельных онлайн-бронирований скорее характерен для небольших компаний, а они не играют значительной роли на рынке.

Галина Барыкина также считает, что крупным ТМС рост самостоятельных бронирований не угрожает, поскольку основная услуга ТМС – консалтинг на основе аналитики и отчетности travel-расходов клиента. Для ТМС распространение онлайн – это технологический вызов. «Крупные компании-клиенты переходят на самостоятельное бронирование услуг через корпоративные онлайн-системы агентств, снижая таким образом стоимость транзакции для агентства и стоимость обслуживания для себя.

В отличие от ТМС, агентства, обслуживающие преимущественно компании с небольшим travel-объемом, которым не нужна аналитическая отчетность, более уязвимы».

«На мой взгляд, все очень просто, – говорит Юлия Мануйлова. Пока бизнес-трэвел агентства будут иметь больше необходимых клиенту опций и конкурентных преимуществ по сравнению с онлайн-сервисами, если бизнес-трэвел агентства предоставят возможность того же онлайн-бронирования на своем корпоративном сайте, но с дополнительным набором простых, понятных и необходимых функций, то клиент примет решение в пользу агентства».

Руководитель пресс-службы группы компаний UTS **Владимир Демин** отмечает, что такая тенденция существует, но это должно угрожать тем, кто не хочет подстраиваться под современные реалии нашего бизнеса. «Мы постоянно ищем новые инструменты и технологии для дифференциации наших услуг», подчеркнул эксперт. Безусловной приметой нашего времени можно считать активное развитие социальных сетей. Если еще несколько лет назад они считались баловством и подростковой забавой, то сейчас превратились в сильный маркетинговый инструмент. Лайки, чекины и перепосты могут принести как серьезные прибыли, так и немаленькие убытки. Если польза социальных сетей для сегмента B2C очевидна, то насколько они подходят бизнес-трэвел-агентствам? Многие уже имеют там виртуальные представительства, кто-то только присматривается к этому сегменту, а кто-то пока не видит для компании пользы от работы в социальных сетях.

«В своей работе, сотрудничая с корпоративными клиентами, мы следуем указаниям и принимаем сторону руководства компании – ссылки на процедуры, политики поездок и т. д. При этом не всегда имеем возможность учитывать поже-

С вступлением России в ВТО не исключен приход в Россию крупных и успешных зарубежных MICE-компаний

ления самого пассажира. Мы некий мостик – посредник между Сотрудником и Компанией. Оперативное общение в социальных сетях отчасти позволяет исправить эту ситуацию и выстроить правильную коммуникацию с нашими пассажирами и конечными потребителями услуг. Их мнение для нас исключительно важно. Стратегия развития нашей компании на ближайшие пять лет, делает особый акцент на этот пункт», – отмечает Андрей Сафрыгин.

«Это дополнительный канал коммуникации с нашими клиентами и партнёрами. Мы открыты для разных стилей общения, – говорит Елена Мельникова. – Мы экспериментируем с разными вариантами с конца весны прошлого года. На данный момент уверены в Facebook, пробуем и другие варианты размещения, а есть и такие каналы, от которых решили отказаться».

JTB RUSSIA
Your A to Z MICE service provider

TEAM BUILDING

MEET PEOPLE

ADVENTURES

CONFERENCES

+7 (495) 916-5480 | events@jtbrussia.com | www.jtbrussia.com

Светлана Безродная считает социальные сети больше имиджевым проектом, ими хорошо пользоваться для повышения узнаваемости бренда, полагает она.

«Наверное, работа в социальных сетях имеет свои плюсы, но в нашей компании их использование в рабочих целях не принято», – поясняет Ирина Карнаухова.

Галина Барыкина отмечает, что пока эффективность социальных сетей для сегмента B2B неочевидна, и планирует подождать нового витка развития социальных сетей, ориентированных на бизнес. Тем не менее сейчас компания представлена в Facebook, Livejournal, Вконтакте, на онлайн-портале Поездка.ру.

Сергей Шаньгин подчеркивает, что этот инструмент маркетинга требует «постоянного внимания, инвестиций и выработанной программы развития». «Мы начали заниматься социальными сетями недавно, и представлены пока только на Facebook. Проводим там различные акции, размещаем различные новостные и обзорные статьи. Собрали 260 «лайков». Конечно, мы будем и дальше использовать этот инструмент для продвижения наших проектов».

Людмила Кириллова уверена в эффективности работы в социальных сетях. «Многие задачи компании могут быть решены при грамотной поставленной работе здесь, например: нишевый брендинг, стимуляция продаж, создание социально-ориентиро-

ванного имиджа, увеличение упоминаемости в интернет-СМИ, создание сообщества лояльных пользователей, налаживание эффективной обратной связи с аудиторией, привлечение целевого трафика, распространение новостей в Интернете».

Подводя итоги...

Российский рынок MICE эксперты оценивают позитивно. «Рынок MICE в России активно развивается во всех направлениях. В России увеличивается количество выставок. Российские бизнесмены в свою очередь осваивают новые выставочные площадки по всему миру. Активно обсуждаются вопросы развития конгрессного туризма в России» – считает Ирина Карнаухова.

«Рынок корпоративных мероприятий в 2012 году испытывает ощутимый подъем. Это обусловлено прежде всего прошедшими президентскими выборами. Руководством страны поставлены новые экономические задачи, которые требуют качественно нового подхода не только к бизнесу, но и к кадрам. В связи с этим каждый третий запрос, поступающий к нам от корпоративных клиентов, предполагает обязательное включение в ин센сивную или конференционную программу командобразующих составляющих», – говорит Екатерина Никитина.

Стабильным рынок считает и Светлана Безродная: «Поздно стартовал, до известного кризиса 2008–2009 гг. развитие MICE в России шло



FCm Travel Solutions признана лучшей ТМС в мире

Наши люди – гарантия наших успехов

FCm TRAVEL SOLUTIONS

www.fcm.travel
Better travel ideas. Greater savings.



БИЗНЕС ИВЕНТ

В работе, в гонке за лидерством, приоритетом для нашей компании является отношение к Клиенту и качество услуг — именно это делает компанию «Бизнес Ивент» востребованной и популярной у корпоративных клиентов!

Наши специалисты помогут вам организовать деловое корпоративное мероприятие, сделать его интересным и легким для сотрудников компании и приглашенных гостей. Атмосфера будет соответствовать рангу и целям мероприятия.

ДЕЛОВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ

- БЕЗУПРЕЧНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
- ЭКОНОМИЯ ВРЕМЕНИ
- ОПТИМИЗАЦИЯ РАСХОДОВ
- ОПЫТ И КАЧЕСТВО
- ЛОЯЛЬНОСТЬ

109012, г. Москва, ул. Никольская, дом 10/2, стр. 2Б, офис 304

(495) 789-49-45
www.b-eventrus.ru

Новые продукты и технологии

■ Андрей САФРЫГИН,

Carlson Wagonlit Travel/ООО «КВТ РУСС»

Приложение CWT To Go – средство эффективной информационной поддержки пассажиров во время путешествия. Этот продукт мы запустили первыми, и он пока что вне конкуренции. Недавно CWT To Go получил приз «Инновация года» от международной ассоциации бизнес-туризма GBTA.

CWT предлагает своим клиентам быстрый и удобный способ коммуникации через единую точку доступа CWT Portal.

Через него пассажир получает доступ к информационным ресурсам, оффлайн или онлайн-бронированию, отчетности и т.д.

Недавно мы включили еще одну опцию, которая доступна на единой точке доступа к информации и онлайн-продуктам CWT – CWT Portal – CWT Meeting Optimazer. Этот новый продукт помогает event-организаторам определить и спланировать наиболее оптимальный вариант проведения будущего мероприятия.

Осенью 2012 года мы также запускаем новый продукт CWT Public Telepresence, который уже получил признание на Западе.

Базируясь на эффекте «телепортации» продукт позволяет проводить различные мероприятия (совещания, круглые столы, тренинги, собеседования и т.д.) в режиме виртуального времени, экономя при этом денежные средства и время.

■ Юлия МАНУЙЛОВА, CITY TRAVEL

Буквально через несколько месяцев мы вводим в эксплуатацию новый внутренний продукт, направленный на повышение производительности труда оператора по первичной документации. Ручной труд будет полностью исключен, что позволит нам сократить производственный цикл и увеличить производительность труда.

В тестовом режиме, мы начали передачу электронных счетов-фактур по защищенному интернет

каналу. Уверена, что многие компании давно ждут эту возможность, и мы нацелены как можно быстрее ввести этот функционал в эксплуатацию.

■ Светлана БЕЗРОДНАЯ, JTB Russia

Наша компания, как часть европейского холдинга, уделяет большое внимание социальным проектам, и разрабатывает специальные социальные командные мероприятия и акции в их рамках. Это может быть и благотворительный концерт, и высадка деревьев или цветов, и уборка мусора или работа волонтерами для уличных кухонь. Мы можем предложить много вариантов провести время весело, необычно и при этом сделать доброе дело и поддержать авторитет собственной фирмы. Среди наших дополнительных услуг: брендинг различных мероприятий и использование технических новинок, чтобы сделать их более зрелищными, уникальными и, как следствие, результативными.

■ Екатерина НИКИТИНА,

«КУОНИ-Мегаполис-турс»

Бронирование авиа- и железнодорожных билетов, гостиниц и дополнительных тревел-сервисов по конкурентным ценам, в сравнении с другими крупными подобными системами бронирования, но с круглосуточной поддержкой туристов по телефону и реальными, а не виртуальными офисами продаж.

■ Елена МЕЛЬНИКОВА,

ООО «МАКСИМАЙС»/MaxiMICE

«WOW-сервис» – за годы работы мы пришли к выводу, что уникальность может заключаться исключительно в превосходном сервисе, на каждом этапе работы, оказываемом любым сотрудником. Поэтому сейчас мы уделяем особое внимание развитию персонала. На рынке происходят различные перемены, мы стали получать больше ивент-заказов, заявок на различные маркетинговые мероприятия, как в российских, так и в зарубежных проектах, – и во всем этом упор должен быть именно на сервисность.

заявок на различные маркетинговые мероприятия, как в российских, так и в зарубежных проектах, – и во всем этом упор должен быть именно на сервисность.

■ Галина БАРЫКИНА, FCM Travel Solutions

На портале Pоеzdka.ru добавлен новый сервис – оформление страхового полиса для путешественника, на выбор предлагаются пять программ

и тарифов страхования – минимальный, эконом, эконом + активный отдых, бизнес, бизнес и активный отдых. Все условия и отличия прописаны компактно и очень понятно. Основное преимущество – оплатить страховку можно банковской картой и распечатать самостоятельно, так же как и электронный билет.

■ Сергей ШАНЬГИН,

ЗАО «Рашн Корпорейт Сервис»

(RCS – Russian Corporate Services)

Новый продукт RCS – это интернет-проект WWW.MICEDISCOUNT.RU.

Это единая площадка, которая аккумулирует все спецпредложения и акции поставщиков MICE-услуг на российском рынке. Здесь собраны все возможные услуги, которые могут быть необходимы при организации корпоративных мероприятий, а именно: размещение групп и конференц-услуги отелей и пансионатов, конференц и конгресс-центров, программ по тренингам и командообразованию. Удобная поисковая система позволяет быстро отобрать по дате, региону и виду услуг все имеющиеся в базе спецпредложения и на их основе сформировать программу мероприятия.

■ Ирина КАРНАУХОВА, «Демлинк»

Личный кабинет Demlink online – это система работы корпоративных клиентов в личном кабинете. Это собственная разработка IT-отдела компании «Демлинк». По сути, это автоматизация многих процессов, связанных с обработкой заявок, оплатой, администрированием и аналитикой, которые в стандартном формате работы занимают большое количество рабочего времени. Здесь автоматическое получение ответов и статистики в режиме реального времени, быстрое бронирование и получение информации по оплате счетов, базы данных деловых путешественников и доставки. Также система позволяет настроить функционал под специфику клиента. Если вы хотите работать в «завтрашнем дне», подключайтесь к Demlink online.

Мы предоставляем корпоративным клиентам возможность получать актуальную информацию о событиях и новых продуктах на туристическом рынке. Девиз нашего сотрудничества с корпоративными клиентами – «Развитие в партнерстве». Это и обучающие семинары для тревел-координаторов и еженедельные новости, деловые встречи и ознакомительные поездки.

Также любой сотрудник корпорации может заказать в нашей компании огромный комплекс услуг, как для деловой поездки, так и для себя лично. Удобство круглосуточного обслуживания подчеркивает незаменимость нашего сервиса.





Крапива

MaxiMICE, студия идей Крапива:
+7 (495) 739-33-58
krapiva@maximice.ru
new.business@maximice.ru

Студия идей Крапива
представляет вашему вниманию
новый новый год

Звёзды первого эшелона
по вменяемым ценам
со специальной агентской скидкой

Никаких стандартных концепций –
все проекты с нуля по брифу клиента

Развивающие и интересные
интерактивные развлечения

Цель любого корпоративного
мероприятия сводится к повышению
эффективности, а значит –
благополучия компании заказчика



значительными темпами. Прошедшие полтора года стабильного восстановления рынка MICE дают основания верить в хорошие перспективы MICE-рынка в России».

Владимир Демин также отмечает, что «зрелость российской MICE-индустрии подчеркивает и то, что руководители компаний больше не рассматривают участие в MICE-мероприятиях как «пустые расходы», а наоборот, видят в этом стратегический вклад в формирование корпоративных брендов, развитие про-

фессионализма персонала, обмен опытом с коллегами».

Об ослаблении визового режима с Россией как о факторе, влияющем на рост популярности страны у любых туристов, говорится много. Это в полной мере можно отнести и к сектору MICE. «Рынок растет по мере того как люди осознают потенциал возможностей, который предоставляет Россия. Успех рынка MICE во многом будет зависеть от того, насколько легко гостям нашей страны будет попасть в Рос-

сию, также от развития бизнес-туризма и сопутствующих услуг в этой сфере», – подчеркивает менеджер по маркетингу и связям с общественностью компании «Русские Просторы» **Григорий Григорьев**.

Рынок MICE неразрывно связан с бизнес-сферой в целом, поэтому его рост и развитие неотделимы от компаний-клиентов, полагает Юлия Мануйлова: «Рынок MICE будет расти пропорционально росту бизнеса в целом. Несмотря на кризисные явления, предприятия продол-

жают развивать и открывать для себя новые направления, выходить на новые рынки, разрабатывать новые продукты.

Это влечет за собой необходимость проведения разного рода мероприятий, направленных на усиление корпоративного духа и создание более эффективной и сплоченной команды».

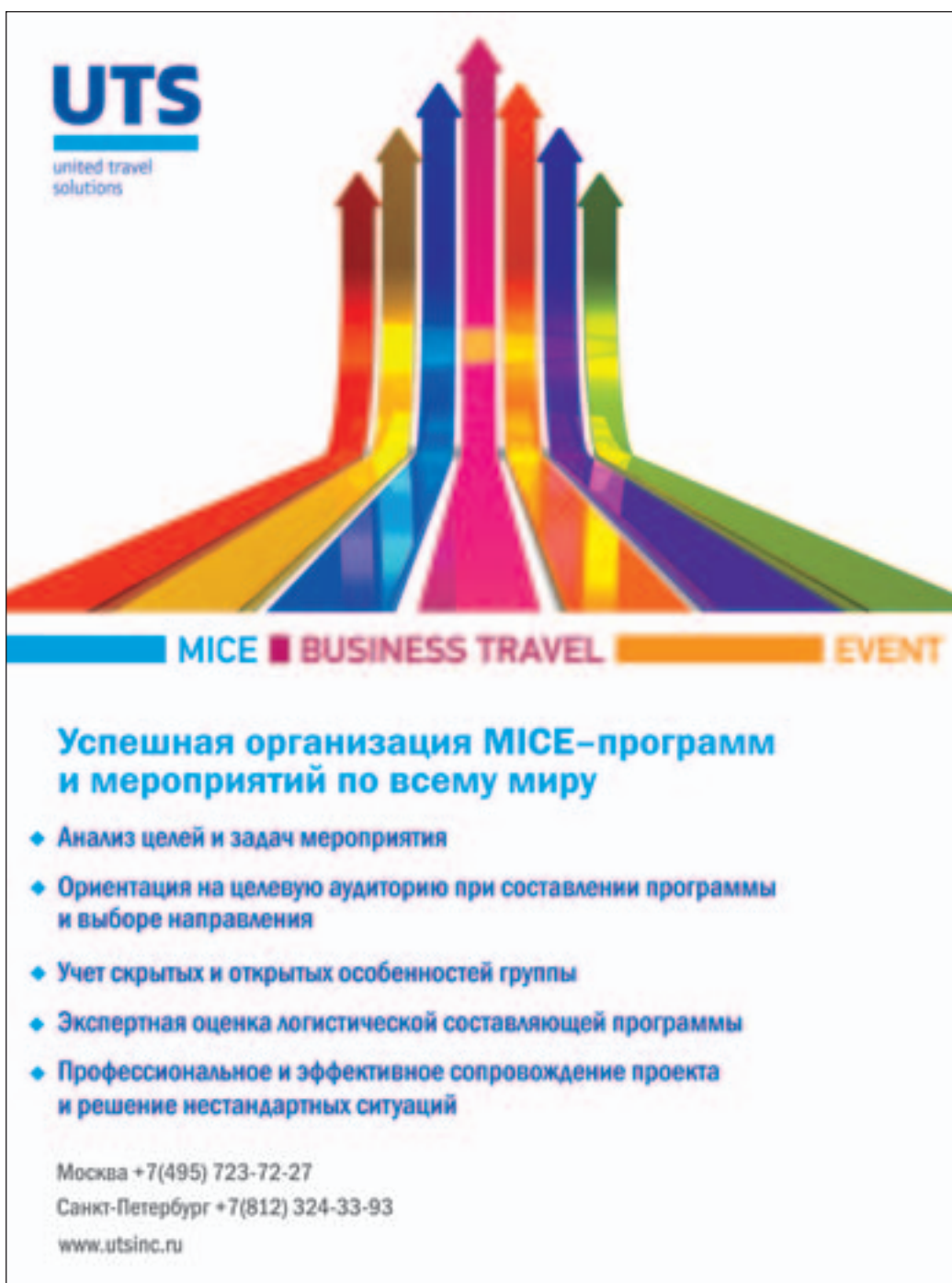
«Нам видится развитие во вполне положительном ключе, – говорит Елена Мельникова.

«Сейчас происходит смещение выбираемых направлений для мероприятий в регионы. Остаются популярными Казань, Екатеринбург, Ростов-на-Дону, интересны области ближайшие к Московской (например, много проектов в Суздале, в Туле), как и само Подмосковье, появляются новые – республики Коми и Карелия, Башкирия, Владивосток, Пермь, не перестает вдохновлять Санкт-Петербург. Акцент постепенно сдвигается в сторону эвент-проектов».

«Для агентств-участников БТАА более характерна организация бизнес-мероприятий, являющихся лишь одной из составляющих MICE-индустрии. Кардинальных изменений на рынке MICE в России по сравнению с 2011 годом не произошло.

Согласно данным опрошенных агентств по количеству мероприятий большая часть проводится в России (60–80%), меньшая – за рубежом (20–40%). Стоит отметить, что на рынке началось выделение специализации агентств по составляющим MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Events), сейчас в России наиболее выражено выделение event-агентств в отдельную группу», отмечает директор НП «БТАА» **Елена Лебедева**.

Однако есть у игроков рынка и некоторые опасения. «В случае дальнейшего ужесточения законодательного регулирования туристической отрасли в России, количество узкоспециализированных небольших MICE-компаний может сократиться. С вступлением России в ВТО не исключен приход в Россию крупных и успешных зарубежных MICE-компаний через покупку российских агентств или открытие своих представительств», – отмечает Сергей Шаньгин.



UTS
united travel solutions

MICE ■ BUSINESS TRAVEL ■ EVENT

Успешная организация MICE-программ и мероприятий по всему миру

- ◆ Анализ целей и задач мероприятия
- ◆ Ориентация на целевую аудиторию при составлении программы и выборе направления
- ◆ Учет скрытых и открытых особенностей группы
- ◆ Экспертная оценка логистической составляющей программы
- ◆ Профессиональное и эффективное сопровождение проекта и решение нестандартных ситуаций

Москва +7(495) 723-72-27
Санкт-Петербург +7(812) 324-33-93
www.utsinc.ru

Примеры интересных мероприятий

■ Андрей САФРЫГИН, Carlson Wagonlit Travel/OOO «КВТ РУСС»

Организация цикловой конференции в Доминиканской республике для крупной фармацевтической компании на 600 человек.

Отличные конференц-возможности данного региона, наличие великолепно оснащенного конгресс-центра, качество сервиса в гостинице и системы «все включено», позволили исключить все возможные проблемы и сконцентрироваться на логистике и построении креативной программы для клиента.

■ Юлия МАНУЙЛОВА, CITY TRAVEL

В моей практике был интересный пример, сочетающий инициативу агента и восприимчивость клиента. Однажды в самолете, где я летела, обнаружилась неисправность системы кондиционирования. Командир обещал быстро это устранить, однако два пассажира захотели отказаться от полета. Нужно было изъять их багаж из самолета, а для этого всем пассажирам нужно было выйти из него и снова пройти процедуру регистрации. Старший бортпроводник объявил об этом столь неуверенно, что в самолете началась паника, грозившая перерасти в большой скандал. Кроме того, большинство транзитных пассажиров теряли стыковки. Еще пару минут, и экипаж потерял бы контроль над происходящим, как вдруг среди пассажиров нашлся человек, сумевший взять ситуацию под контроль. Он говорил негромко, короткими фразами, и сразу стало понятно, что он владеет техникой воздействия и влияния на большие группы. Впоследствии мы познакомились, и оказалось, что он работает консультантом и тренером в крупной консалтинговой компании. Он получил образование психолога-криминалиста в Оксфорде, и имеет 10-летнюю практику работы тренером по массовым коммуникациям. Вскоре к нам поступила заявка на организацию тренинга для крупного продуктового ретейлера, я порекомендовала этого специалиста, и заказчик остался очень доволен.

■ Светлана БЕЗРОДНАЯ, JTB Russia

Презентация нового продукта одного из ведущих автомобилестроительных концернов на площадке комплекса в Сколково, где мы применили все возможные технические новинки. Пришлось сочетать не сочетаемое, смешивать жанры и стили, но в итоге получилось яркое зрелищное представление.

Пример другого мероприятия: поездка сотрудников одной из ведущих международных компаний в Чехию весной этого года. Участники поездки прокатились на старинных трамваях, где были кондукторы в униформе 20-х годов прошлого века, песни под аккордеон и можно было отведать местные домашние настойки на травах и ягодах. Менедже-

рам пришлось поработать мастерами по плетению корзин из лозы или изготовлению декоративных свечей, поучаствовать в сельских праздниках с хороводами, веселыми песнями и домашним пивом.

■ Екатерина НИКИТИНА, «KUONI-Мегаполис-турс»

Организация поездок в Лондон на Олимпийские игры победителей акции международной платежной системы VISA. Отправка фотожурналистов в 21 страну мира, для подготовки материалов фотовыставки, в преддверии встречи стран-участников АТЭС во Владивостоке. Поездка в Ниццу симфонических оркестров России, для участия в летнем конкурсе симфонической музыки.

■ Елена МЕЛЬНИКОВА, ООО «МАКСИМАЙС»/MaxiMICE

Мы делаем 200–250 проектов в месяц и в России, и за рубежом, с разной численностью участников, разные и типы самих мероприятий – например, «строгая конференция» с идеально выполненной сложной логистикой или же «местный» фееричный корпоратив. С некоторыми интересными проектами можно ознакомиться в разделе портфолио на нашем сайте, ещё лучше – пригласить нас в гости для проведения презентации.

■ Галина БАРЫКИНА, FCm Travel Solutions

Инсентивный тур для топ-менеджмента автомобильной компании, насыщенная программа в ЮАР и Замбии. Все сегменты мероприятия были на «поражение» искушенного клиента – международный перелет на частном самолете, сафари, вертолетные экскурсии, поездки на мотоциклах Харли Дэвидсон по набережным Кейптауна с головокруглыми видами на океан и Столовую гору, дегустация блюд африканской кухни.

Ежегодный форум для алкогольной компании, в Исландии. Здесь площадки для конференций и вечеринок, настолько уникальные, что часто не требовали даже дополнительных декораций, сделали каждый из четырех дней Форума неповторимым и запоминающимся. Мероприятие потребовало большой предварительной подготовки, и было очень сложным по логистике на месте из-за большого количества разнообразных площадок.

■ Сергей ШАНЬГИН, ЗАО «Рашн Корпорейт Сервис» (RCS – Russian Corporate Services)

RCS провела серию удачных ивент-мероприятий для корпоративных клиентов из разных областей бизнеса. Это были и яркие новогодние праздники с числом участников до 1200 человек и спортивно-развлекательные программы с вовлечением детей

сотрудников общим числом до 2000 человек.

Из инсентивных программ – выезд группы из 250 человек на Гран-при Формулы-1 в Монако. Из логистически сложных конференц-программ, «сделанных под ключ», – выезд 500 человек на Канарские острова, несколько больших групп от 250 до 450 человек в Турцию, 700 человек в Грецию, 600 человек в Испанию.

■ Ирина КАРНАУХОВА, «Демлинк»

Цикловая конференция для фармацевтической компании на 110 чел. во Владимирской области, в клубе отдыха «Велес». Для занятий использовалось 15 залов. Для банкета был изготовлен торт в виде карты Москвы с разделением по округам. В соответствии с ним делалась рассадка.

Тимбилдинг в Суздале «Ключи истории» для банка, на 100 человек. Это был ряд соревновательных заданий с историческим подтекстом. Конференция и экскурсия для IT компании из 20 человек на озере Тургояк в Челябинской области. Там же была экскурсия на квадроциклах на г. Лысая. Инсентив-тур в Куала-Лумпур с тимбилдингом на моторных лодках, наблюдением за животными и птицами и спортивными соревнованиями. Стратегическая сессия и тимбилдинг-квест для группы СММ из 25 человек по острову Санторини.

■ Марина ВАСИЛЬЕВА, Группа компаний «Конкорд»

Российский нефтяной конгресс, Бизнес-форум в Испании, Форум ректоров в Риме, экспозиции и деловые программы на выставках «Оптика» (Москва), Aula (Мадрид), Форум молодежи «Содружества», Общероссийский семинар ГИБДД, стажировки специалистов РОСНАНО.

■ Людмила КИРИЛЛОВА, ООО «ТРАНСАЭРО ТУРС ЦЕНТР»

«Уездная конференция» в Италии для 80 человек, состоящая из конференции и тимбилдинга: сбор винограда, выдавливание виноградного сока ногами, изготовление вазочек в керамической мастерской и участие в мастер-классе по кулинарному искусству. Капитанами трех команд стали представители команды КВН «Уездный город». В финале – объявление победителя, гала-ужин, концерт от КВНщиков.

«Воздушная феерия» в Турции. Конференция и тимбилдинг: путешествие на воздушных шарах для группы 150 человек.

«Кубинский вояж» для группы 86 человек, конференция и event-мероприятие с использованием ретро-автомобилей.

Самым большим стал фестиваль, организованный для группы численностью 1000 человек. ■

Alpha Travel Consultants GmbH

Путешествия класса люкс по Германии



Ведущий немецкий туроператор Alpha Travel Consultants GmbH разработал бренд Alpha Travel Diamond, ориентированный в первую очередь на компании, работающие в VIP-сегменте. Главная цель нового проекта – показать Германию под новым, свежим ракурсом, который был бы интересен клиентам, предъявляющим особые требования к поездкам в Германию. Alpha Travel Diamond – это трансферы на лимузинах, вертолетные прогулки, эксклюзивные винные дегустации, спа-программы и многие другие предложения, в которых предусмотрен учет индивидуальных пожеланий заказчика. Компания планирует регулярно обновлять и дополнять свои предложения свежими креативными идеями, рассчитанными как на индивидуальных путешественников, так и на группы. Важным преимуществом для уверенного старта Alpha Travel Diamond является то, что Alpha Travel Consultants как авторитетный принимающий оператор с большим опытом работы имеет доступ к наилучшим ценам и выгодным условиям сотрудничества. К примеру, недавно были заключены эксклюзивные договоры на размещение в номерах категории сьют практически во всех ведущих отелях на территории Германии.

Компания Alpha Travel Consultants основана в 1995 г. За минувшие годы она выросла в крупнейшего немецкого туроператора, дольше и успешнее других работающего на российском направлении. В ее собственную систему онлайн-бронирования включены порядка 1500 отелей, наземные услуги, медицинские и оздоровительные программы, гарантированные групповые автобусные туры. Только в отделе продаж Alpha Travel трудятся более 30 человек разных национальностей. Представительства компании открыты в Бразилии, Индии, странах Персидского залива. www.alpha-travel-diamond.de



UTS

«Живи полной жизнью!»



В подмосковном природном курорте «Яхонты» 15 июля 2012 года состоялось корпоративное мероприятие группы компаний UTS «Живи полной жизнью».

В выездной квест-программе приняли участие сотрудники московского и Санкт-Петербургского офисов группы компаний UTS.

Мероприятие стартовало с приключенческого соревнования «Живи полной жизнью». Участники были поделены на команды, которым предстояло вместе пройти этапы самой настоящей «бойскаутской» игры в неординарных условиях, при том, что разные конкурсы состязания проходили по всей территории комплекса «Яхонты». А она, поверьте, огромна!

Победителем по итогам всех туров стала команда «4+1» во главе с капитаном Евгенией Сергеевой – менеджером отдела бронирования наземных услуг по России и СНГ.

После игры всех участников ждал заслуженный фуршет, во время которого в рамках конкурса «Ярмарка талантов UTS» все сотрудники компании могли поделиться своими уникальными умениями и способностями. Так, наконец, был раскрыт секрет приготовления крющона.

Крющон – в переводе с французского означает «кувшинчик». Это холодные напитки, приготовляемые из смеси различных вин с добавлением свежих или консервированных фруктов или ягод. Подают напиток охлажденным в хрустальных вазах (крющонницах) или кувшинах емкостью 2,5–3 литра. На стол ставят фужеры или вазочки (креманки) и салатник с пищевым льдом. Разливают крющон специальной ложкой.

Многие представители Санкт-Петербургского представительства UTS, объединившись со своими московскими коллегами, в едином порыве приняли участие в приготовлении этого замечательного напитка.

Но самым главным итогом выезда стало, безусловно, общение. В неформальной обстановке получили возможность познакомиться ближе сотрудники разных департаментов UTS. Хотелось бы выразить благодарность департаменту event-проектов и его руководителю Бухариной Алине за блестяще организованный праздник!

MaxiMICE

Новый год как бизнес-ивент



Компания MaxiMICE совместно с Corinthia Hotel St. Petersburg провела мероприятие для клиентов. Бизнес-завтрак был накрыт 28 августа в московском яхт-клубе/ресторане Shore House. Он был посвящен организации корпоративных новогодних праздников.

Хорошо известные подмосковные объекты дают возможность сменить обстановку и в то же время сэкономить на транспортных затратах: парк «Яхрома», скк «Волен», горнолыжный клуб Леонида Тягачева, горнолыжный курорт «Сорочаны».

Среди гостиничных «анонсов года»: East Gate 4* в Балашихе, «Конаково Ривер Клуб» 4* на берегу Ивановского водохранилища, Prometey City в Дорохово, Four Elements Borodino Club Hotel 5* в 12 км от Можайска.

Северной столице тоже есть, чем порадовать корпоративных гостей. Так, Corinthia Hotel St. Petersburg, расположенная на Невском проспекте, имеет 15 конференц-комнат на одном этаже и бальный зал «Невский» площадью 534 кв. м. Максимальная вместимость залов – 1200 человек. Мультифункциональное фойе можно переоборудовать под нужды клиента. Оснащение – суперсовременное, бесплатный Wi-Fi.

В этом году цепочке Corinthia исполняется 50 лет. Спецпредложение Corinthia Hotel St Petersburg под названием «1/5» – расходы по проживанию и участию в конференции каждого пятого делегата отель берет на себя – действует до 31 декабря 2012 года и распространяется на мероприятия, проведенные до 31 марта 2013 года. Для крупных мероприятий действует ограничение по числу участников акции (не более 20).

MaxiMICE в содружестве со студией идей «Крapiва» и продюсерской группой Perfectum предложила корпоративным заказчикам несколько свежих концепций, как, и главное, с кем, встретить 2013 год.

Сегодня актуальна концепция Share Party. Объединив бюджеты с другими компаниями, можно получить масштабное торжество с самыми трендовыми event-фишками Европы и России, с современным мультимедийным освоением площадки, эффектной программой, «звездами», ведущими и диджеями «первого эшелона».

Carlson Wagonlit Travel

Carlson Wagonlit Travel – «Дети солнца» в стиле хиппи



Корпоративный дух особенно важен в такой динамично развивающейся индустрии, как деловой туризм. Стратегические партнеры Carlson Wagonlit Travel в России и мире – компании Sabre Holdings, United Airlines, Marriott Int. – поддерживают все инициативы CWT в области поощрения своих сотрудников. Участие в неформальных общих творческих проектах помогает лучшему пониманию и выстраиванию команды партнеров-профессионалов.

В жаркие июльские дни CWT собрал на музыкальный хиппи-фестиваль своих сотрудников и друзей-партнеров из разных городов. Идея и формат мероприятия, навеянные духом легендарного Вудстока, как нельзя лучше способствовали неформальному общению людей, творчеству, раскрытию необыкновенных талантов, которыми владеют сотрудники и о которых, порой, не подозреваешь.

В результате футбольное поле одного из подмосковных отелей на целый уикенд превратилось в стоянку хиппи и площадку для музыкального фестиваля с разрисованной вручную сценой, разбросанными по полю шатрами, стогами сена из скошенных полевых цветов для плетения венков. С самого утра на поле происходили все главные события: занятия йогой на траве, боди-арт в стиле «мехенди», акция «Раскрась футболку друга», раскрашивание шестиметрового макета автобуса «Фольксваген» неоновыми красками из баллончиков. Явными находками фестиваля стали интерактивный квест «Идеальная цепочка», разработанный на базе i-технологий партнером CWT – гостиничной цепочкой Marriott совместно с компанией EventPlatform, в результате которого на поляне выросли раскрашенные гостиничные комплексы из картона и подручных материалов, и незабываемый барабанный круг от «Ритмосферы», когда, выбивая ритмы на африканских барабанах, бубнах и других этнических инструментах, сотрудники учились слышать друг друга, поддерживать общую тему, чтобы в конце взорвать воздух кульминационным единым «ура!».

Вечер был наполнен ритмами Вудстока, регги, хитами 60-х и 80-х годов, дискотекой на траве. Полет фантазии в одежде и костюмах никто не ограничивал. Участники полностью погружались в образ: яркие юбки, клешы, фенечки, дреды, бусы и повязки на волосах. «Под конец вечера мы воплотили в жизнь нашу давнюю задумку – общий танцевальный флешмоб, который придумали сами. Создав обучающий ролик, репетировали по кабинетам, группами в разных городах и, наконец, сделали это – красиво, с поднятием флага CWT и запуском ярких шаров в небо!» – рассказала начальник отдела маркетинга и развития продаж Мила Сидорина. Это был замечательный хиппи-фестиваль с правильным настроением, энергетикой, когда все, включая артистов, партнеров, организаторов и зрителей, были на одной волне, когда сорван голос и отбиты руки. Чувства выражали только горящие глаза и бесконечное желание творить вместе снова и снова. И слово «ВМЕСТЕ» здесь самое главное!

«Альбатрос-Тревел»

Новые отели Украины

Уже прошло немало времени после проведения чемпионата Европы по футболу на Украине, а гостиничный бизнес здесь продолжает активно развиваться. Так, 14 августа в Лондоне компания Marriott International официально объявила об открытии своей первой гостиницы на Украине – Renaissance Kiev Hotel на 173 номера. Открытие ожидается в середине 2013 г. после полной реконструкции существующего исторического здания, известного ранее как ресторан «Лейпциг».

В Киеве принял гостей первый украинский Holiday Inn. Отель построен напротив католического костела Св. Николая и насчитывает больше 200 номеров. Активно развивается сеть отелей группы компаний The Rezidor Hotel Group. Так, в Донецке открыл двери отель Park Inn на 170 номеров, на очереди открытие Radisson Blu на Подоле в Киеве, а также реконструкция отеля «Спорт», который будет работать под брендом Park Inn.

Изюминкой сезона от The Rezidor Hotel Group станет официальное открытие на популярном курорте Буковель пятизвездника Radisson Blu Resort Bukovel. Отель расположен на территории самого популярного горнолыжного курорта «Буковель», на склоне горы. Отель предлагает 252 номера, конференц-зал площадью 1400 кв. м, оснащенный самым современным оборудованием, позволяющий проводить деловые и развлекательные мероприятия для 450 человек. И самое главное – в отеле есть спа-комплекс площадью 2000 кв. м, предлагающий широчайший спектр спа-процедур, который способен удовлетворить запросы самых взыскательных гостей. Новый отель международной сети Radisson Blu в Буковеле является идеальным местом для зимнего отдыха и разнообразного летнего досуга!

Надеемся, на этом отельеры не остановятся.

ALBATROS
ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ

ИНЦЕНТИВ
Киев

Львов
Старый Закарпатье

ОДЕССА
Жемчужина у моря

КРЫМ
Закарпатье и Закарпатье

ДОНЕЦК
Горы

ХАРЬКОВ
Первая столица Украины

ТВОЙ НАДЕЖНЫЙ ПАРТНЕР В УКРАИНЕ

В Киеве
www.albatros.travel
ул. Горького, 23Б
Киев 01004, Украина
+38 044 495 36 70

Персональный контакт
Сергей Курчинов
serg@albatros.travel
Директор по развитию
делового туризма

В Одессе
www.odessahotels.com.ua
ул. Жуковского, 2
Одесса 65014, Украина
+38 048 784 11 31



В рамках серии публикаций, посвященных двадцатилетнему юбилею «Демлинк», мы предлагаем вашему вниманию отзывы клиентов о компании.

«ЭкоНива Техника Холдинг»

Выражаем вам свою благодарность за то, что вы уже 10 с лишним лет работаете с нами и вносите огромный вклад в развитие и процветание в нашу группу компаний «ЭкоНива»! Благодаря высокому уровню вашего профессионализма нам совместно удалось выполнять такую важную миссию – вносить свой вклад в успешное существование наших фирм. В день вашего 20-летия желаем неиссякаемой творческой энергии, свершения всех начинаний и планов, успехов, крепкого здоровья, радости и счастья!

JAFRA Cosmetics International

Сотрудничая с компанией «Демлинк» с 2008 г., мы всегда получали быстрые ответы на запросы, моментальное бронирование авиабилетов, гостиниц и решение многих вопросов буквально по телефону из разных уголков страны в течение 24 часов даже в выходные. Всё это, безусловно, создает положительное отношение к компании. Хотелось подчеркнуть достоинства паспортно-визового департамента: квалификация, понимание своего дела и активная помощь, а главное – всё вовремя, очень ценные качества в работе.

«М.Видео»

Компания «М.Видео» уже более двух лет успешно и плодотворно сотрудничает с компанией «Демлинк». За этот период «Демлинк» выполняла свои обязательства в соответствии с оговоренными сроками и тарифами, а также проявляла гибкость и оперативность, разрабатывая по мере необходимости нестандартные схемы работы. Нашим специалистам всегда приятно обращаться в «Демлинк»: обслуживание всегда на высоком уровне, все работы выполняются в срок. Особенно хочется отметить, что «Демлинк» обеспечивает поддержку сотрудников «М.Видео» в круглосуточном режиме. Выражаем благодарность нашему надежному и высокопрофессиональному партнеру и желаем дальнейших успехов в бизнесе!

Amway Corporation

Искренне поздравляем компанию «Демлинк» с 20-летним юбилеем активной работы на рынке корпоративных туристических услуг. Amway, являясь крупной международной компанией, ставила перед поставщиками туристических услуг весьма высокие требования к качеству и стоимости обслуживания, и нам приятно было обрести в 2011 г. в лице «Демлинк» партнера, полностью удовлетворяющего заявленному уровню сервиса оказываемых услуг по всему спектру наших потребностей. Желаем компании «Демлинк» дальнейших успехов в работе с корпоративными клиентами, внедрения новых высокотехнологичных решений по управлению бизнес-проектами и надеемся на продолжение нашего двустороннего взаимодействия в будущем.

«МегаФон»

ОАО «МегаФон» сотрудничает с корпоративной туристической компанией «Демлинк» с 2011 г. Качество обслуживания и скорость обработки заказов соответствует требованиям нашей компании. Технологические возможности и круглосуточное обслуживание, которые обеспечивает компания «Демлинк», позволили централизовать все филиалы компании «МегаФон» и обеспечить предоставление полного комплекса услуг в едином имплант-офисе. Опыт сотрудничества с «Демлинк» позволяет рекомендовать эту компанию в качестве надежного партнера в области организации деловых поездок и мероприятий.

ГК «Русский Алкоголь»

Наше успешное сотрудничество с корпоративным туристическим агентством «Демлинк» продолжается в течение нескольких лет. За это время с помощью «Демлинк» мы эффективно решали и продолжаем решать сложные, срочные и важные вопросы, связанные с организацией командировок сотрудников компании «Русский Алкоголь». Надо отметить высокое качество, надежность работы персонала компании «Демлинк», огромное желание решать сложные задачи, которые продиктованы требованиями бизнеса. Мы ценим нашего партнера и дорожим длительной историей наших взаимоотношений. С огромным удовольствием поздравляем компанию «Демлинк» с юбилеем, желаем процветания и стабильного развития в партнерстве со всеми клиентами, которые работают или только планируют начать сотрудничество.

ilUKA Ltd (www.iluka.co.uk)

Хотим выразить благодарность сотрудникам компании за качественную работу, оказанные поддержку и понимание на проекте компании «МегаФон» «Олимпиада в Лондоне». Огромная благодарность за качественно проделанную работу и выпуску билетов по России и в Лондон, а также за подбор оптимальных стыковок между рейсами. Все билеты были заказаны в срок, согласно требованиям компании «МегаФон» и личным пожеланиям гостей Олимпийских и Паралимпийских игр. Принимая во внимание важность, масштаб данного мероприятия и количество приглашенных VIP-гостей, индивидуальный подход к каждому гостю трудно переоценить.

Messe Frankfurt

ООО «Мессе Франкфурт РУС» свидетельствует, что сотрудничает с ООО «Демлинк» на основе корпоративного договора, на базе имплант-офиса, организованного на территории «Мессе Франкфурт РУС» с 2007 г. Сотрудникам нашей компании необходимо ежедневно получать в онлайн-режиме поддержку в оформлении виз для выезжающих за рубеж граждан Российской Федерации, приглашений для иностранных граждан, а также бронированию билетов и гостиниц для участников выставок. С этими задачами успешно справляется имплант-менеджер, круг полномочий которого также включает всестороннюю консультацию и предоставление полного спектра услуг, предлагаемого компанией «Демлинк». ООО «Мессе Франкфурт РУС» заверяет все заинтересованные стороны в удобстве и целесообразности подобного сотрудничества с «Демлинк».

Группа IBS

Группа компаний IBS сотрудничает с туристической компанией «Демлинк» с 2009 г. Компания демонстрирует высокое качество обслуживания, внимание к нестандартным запросам, надежность, способность решать сложные задачи в кратчайшие сроки. Заявки обрабатываются оперативно, четко и качественно, персональные менеджеры готовы помочь в любом вопросе и подсказать правильное решение. Отчеты и аналитика предоставляются в электронном виде, пригодном для автоматизированной загрузки в наши учетные системы, что позволяет экономить время служб и избавляет от ошибок. Работая с компанией «Демлинк» на протяжении уже более трех лет, мы стабильно получаем результат, полностью удовлетворяющий нашим требованиям: ни разу за все это время мы не столкнулись с задачей, ответа на которую не нашлось бы у нашего партнера.

«Натусана»

На протяжении двух лет мы успешно работаем с компанией «Демлинк» и с уверенностью можем сказать о надежности компании, отличном качестве обслуживания и лояльности к клиентам. «Демлинк» предоставляет полный спектр необходимых нам услуг на каждом из направлений (авиа- и жд перевозки, визовый отдел, MICE-отдел). В компании работают высокопрофессиональные менеджеры. Надежные партнерские взаимоотношения с компанией «Демлинк» способствуют успехам нашей компании!



В следующем выпуске — интервью с генеральным директором Олегом ШАБУЦКИМ. Высылайте вопросы по адресу info@demlink.ru.
WWW.DEMLINK.RU +7 (495) 797-64-00, 661-05-61



«Инфосистемы Джет»

Компания ЗАО «Инфосистемы Джет» на протяжении шести лет имеет договорные отношения с компанией «Демлинк» по комплексному обслуживанию в области организации бизнес-поездки сотрудников. Благодаря высокому профессионализму, наличию хорошей материальной базы, высокому качеству обслуживания компания «Демлинк» качественно и оперативно выполняет все взятые на себя обязательства, постоянно совершенствует и расширяет свои возможности на рынке бизнес-трэвел услуг. Четко отлаженные службы авиа- и железнодорожных перевозок, визовой поддержки, бронирования гостиниц позволяют оперативно в реальном режиме времени выполнять задания по комплексному обслуживанию. Сотрудники компании «Демлинк» отличают профессионализм, ответственность за конечный результат своей работы.

ГК «Росгосстрах»

ГК «Росгосстрах» сотрудничает с компанией «Демлинк» в области делового туризма с 2009 г. За эти годы мы убедились в высоком уровне обслуживания, компетентности и профессиональных качествах сотрудников, их способности выполнять практически все требования клиента. Сотрудничество между нашими компаниями продолжается, и мы можем уверенно сказать, что «Демлинк» — надежный партнер, имеющий высококвалифицированных специалистов. Опыт сотрудничества ГК «Росгосстрах» с «Демлинк» позволяет нам рекомендовать компанию в качестве партнера по обеспечению деловых поездок. Выражаем надежду на продолжение совместной деятельности на благо наших общих интересов и на дальнейшее увеличение достигнутых показателей.

Стройтрансгаз

Уважаемые партнеры! Выражаем нашу благодарность и глубокую признательность за плодотворное сотрудничество. За долгие годы работы с вами мы видели рядом надежного, добросовестного партнера. Спасибо за налаженные рабочие контакты между нашими компаниями. Отдельно хотелось бы отметить и поблагодарить компетентный и профессиональный персонал вашей фирмы. Мы верим в сохранение сложившихся деловых и дружеских отношений, надеемся на дальнейшее взаимовыгодное сотрудничество. Желаем успешного развития и достижения новых вершин в бизнесе.

Газпром энергохолдинг

От имени ООО «Газпром энергохолдинг» выражаем вам искреннюю благодарность за профессионализм и качество работы компании «Демлинк». За время нашей совместной деятельности сотрудники «Демлинк» проявляли максимум понимания к потребностям ООО «Газпром энергохолдинг», практиковали индивидуальный подход к клиентам, быстро и четко выполняли поставленные задачи и находили нестандартные решения в сложных ситуациях. Выражаем надежду на дальнейшее плодотворное сотрудничество.

North Caspian Production Operations Company

Мы давно работаем с компанией «Демлинк» и очень довольны качеством оказываемых услуг, сотрудничество с этой компанией можно рекомендовать любым клиентам. Компания «Демлинк» предлагает широкий спектр услуг по всей России: это и билетный сервис, и размещение в отелях, и помощь в организации мероприятий. Приятно работать с прекрасными специалистами, которыми являются все сотрудники компании «Демлинк». Все финансовые отчеты всегда предоставляются вовремя. Сотрудники компании готовы всегда пойти навстречу, всегда вежливы и дружелюбны.

British Gas International Limited (Казахстан)

Мы очень благодарны компании «Демлинк» за помощь в организации поездок в Москву или через Москву. Команда компании «Демлинк» работает очень профессионально, оказывая услуги по организации встреч, трансферов, размещению в гостиницах и получению виз. Искренне желаем компании «Демлинк» успехов во всем и дальнейшего процветания.

ProfMedia Business Solutions

Хотелось бы особенно выделить стиль работы всех сотрудников компании «Демлинк» — мы всегда уверены в том, что любая заявка будет оперативно обработана и выполнена. Качество предоставляемых услуг всегда соответствует запросам заказчика, иногда даже их превосходит. Отдельно стоит выделить систему «Демлинк-онлайн». Она очень проста и удобна в использовании и на данный момент является нашим основным инструментом взаимодействия с компанией «Демлинк».

Johnson Controls Power Solutions EMEA

С компанией «Демлинк» мы сотрудничаем с 2008 г. как в сфере организации командировок сотрудников, так и в разработке и проведении инсентив-туров для наших клиентов. Изначально мы сделали свой выбор в пользу «Демлинк», основываясь на положительных рекомендациях и богатом опыте работы этой компании. Теперь уже мы сами с удовольствием рекомендуем «Демлинк» как проверенного партнера. В 2012 г. мы организовали совместно с «Демлинк» три инсентив-тура для наших клиентов: в Корею, Испанию и Германию. Менеджеры «Демлинк» — настоящие профессионалы, которым мы можем доверить организацию мероприятий любого уровня.

Brother Russia

ООО «Бразер» работает с компанией «Демлинк» с 2009 г. Мы пользуемся услугами компании по приобретению авиа- и ж/д билетов, размещению наших сотрудников в гостиницах, помощи в оформлении виз. За время сотрудничества компания показала себя как ответственный и добросовестный партнер. Хотелось бы отметить оперативность в решении поставленных задач, лояльность по отношению к клиентам и высокий профессионализм сотрудников компании. Наш положительный опыт сотрудничества позволяет рекомендовать «Демлинк» в качестве надежного поставщика туристических услуг.

Dr. Reddy's Laboratories Ltd.

В феврале 2008 года компания «Демлинк» была выбрана для оказания услуг в сфере организации групповых мероприятий и корпоративных поездок. Высокий уровень организации, профессионализм, креативный подход и ответственность позволяют высоко оценить наше сотрудничество. Менеджеры компании «Демлинк» качественно выполняют свою работу во время подготовки и непосредственно во время проведения мероприятий. Положительный опыт сотрудничества с «Демлинк» позволяет рекомендовать эту компанию в качестве надежного и проверенного партнера.

Объединенная металлургическая компания (ОМК)

Примите наши поздравления со знаменательной датой — 20-летием вашей компании! Один из главных секретов устойчивого и успешного развития компании «Демлинк» — то, что она объединила в своих рядах настоящих профессионалов, людей, сочетающих в себе замечательные человеческие и деловые качества. ОМК дорожит крепкими партнерскими отношениями, сложившимися между нашими компаниями. Благодарим вашу команду профессионалов за долготное плодотворное сотрудничество в области делового туризма. Ценим вашу надежность в повседневной работе, гибкость в принятии решений, оперативность оказания услуг, четкость в соблюдении договорных обязательств. Желаем дальнейшего всестороннего развития, благополучия и успехов всему коллективу «Демлинк»!



Все на Мальту. Мы уже здесь

Мальту знают все. Этот остров, чья история оставила глубочайший след в мировой цивилизации, превратился в самое притягательное направление для современного корпоративного туризма и отдыха.

Наш адрес – Мальта. Мы живем и работаем на Мальте. Мы напрямую отвечаем за каждый шаг по планированию и проведению мероприятий для наших клиентов и контролируем все процессы, находясь в центре событий.

Будучи специалистом по MICE, базирующимся непосредственно на острове, наша компания имеет возможность организовывать для своих клиентов мероприятия любого масштаба и по любому сценарию. Работая с нами, вы получаете двойную поддержку: дома, планируя путешествие, и здесь, на Мальте. У вас не возникнет трудностей перевода – мы сделаем всё, чтобы ваше мероприятие прошло на высшем уровне.

Почему Мальта?

Почему Lufthansa и Deutsche Bank, Novartis и Sony Ericsson, Porsche AG и Barclay's Investments, Oriflame и Bayer Vital проводят свои корпоративы, презентации и инсентивы на Мальте? Почему именно этот маленький остров как магнит притягивает сотни компаний со всего мира? Почему к нам устремляются фирмы самого разного масштаба, от малого бизнеса до крупнейших корпораций? Потому что Мальта – идеальное направление для делового туризма самого высокого стандарта на сегодняшний день. На острове имеются все составляющие для яркого и полезного отдыха. Итак, Мальта – это:

- 300 солнечных дней в году, мягкий климат, изумрудная вода Средиземного моря, песчаные пляжи, чистейший воздух, красивейшие пейзажи;
- первое место в списке лучших побережий с самой чистой водой в Европе, по данным Европейского агентства по окружающей среде;
- все виды морского отдыха, от парусных регат до подводного путешествия к затонувшим шхунам, от охоты на барракуду до плавания с дельфинами, туры на яхтах и гулетах и наземные развлечения – от сафари до винных дегустаций;
- Европа и Британия в одном флаконе: членство в ЕС, евровалюта, шенгенская визовая зона; итальянская кухня и сицилийские продукты, английский язык и английский порядок;
- знаменитое гостеприимство местных жителей и теплый южный характер – здесь всегда рады гостям;
- история, которая началась за шесть тысяч лет до прихода рыцарей, невероятное количество уникальных мест, которые стоит увидеть (но задача облегчается, ведь длина острова от севера до юга всего 30 км, забудьте о потерях времени на дорогу, на Мальте всё близко);
- богатая инфраструктура: более чем 14 тыс. номеров в люксовых отелях, морские курорты, спа- или городские отели-бутики. Можно остановиться в «Хилтоне» на побережье, а можно выбрать дворец «Шара» в древней столице – он входит в десятку лучших замковых отелей мира.

Почему MICE?

Потому что здесь идеально сочетаются бизнес и отдых. Мальта – это одновременно курорт и деловой центр. Это высокоразвитая европейская страна с современной инфраструктурой, расположившаяся в самом сердце Средиземноморья. Прекрасный климат и замечательные виды превратят самое серьезное мероприятие в незабываемое приключение.

Что выбрать – деловую атмосферу люксовых конференц-залов пятизвездочных отелей или исторические своды Священного лазарета ордена Святого Иоанна Иерусалимского, ставшего домом для Средиземноморского конференц-центра?

Идет ли речь о деловых переговорах, презентациях, годовых собраниях или выставках, Мальта предоставит лучшие условия. Масштаб мероприятия – не вопрос: остров привычно принимает многотысячные конференции. И делегатам не придется тратить много времени на дорогу из отелей, чтобы собраться вместе.

Весь сопутствующий сервис от нашей команды в mice.malta2u.com всегда будет на высоте – от трансфера (на наших автобусах ездила команда «Манчестер Юнайтед») до кейтеринга (предоставляется компаниями, которые обслуживали визит королевы и государственные приемы).

К услугам гостей десятки конференц-залов и бизнес-центров самого разного масштаба, от переговорных комнат на двоих до банкетных комплексов на десять тысяч человек. Местные эксперты возьмут на себя все заботы по логистике и сопровождению: их опыт накапливался десятилетиями, список их клиентов включает ведущие мировые бренды. А самое главное – мы здесь, мы говорим по-русски, работаем с компаниями из России и стран СНГ и знаем потребности наших клиентов.

Отдых

Оставим деловые заботы в стенах конференц-залов. Пришло время отдохнуть, и Мальта для этого – уникальное место. Здесь никогда не будет скучно и однообразно. И нет в мире других курортов, у которых была бы столь богатая и интересная история. Где еще можно побывать в музее Караваджо – в комнатах, которые видели великого мастера за работой, а уже через полчаса наслаждаться коктейлем на песчаном пляже?

Мегалитические храмы, пережившие пять тысячелетий, и гроты, давшие укрытие апостолу Павлу, архитектурное наследие рыцарей и улицы, по которым ходили Наполеон, Вальтер Скотт и Байрон. И в то же время – бесконечный список уникальных развлечений. С чего начать? Пожалуй, с гастрономии, поскольку какой отдых без хорошей еды?!

Мальтийская кухня вобрала сицилийские, средиземноморские и африканские вкусы. Мальтийцы любят поесть и делают это стильно. На четыреста тысяч человек здесь более тысячи ресторанов! А ведь есть еще и мальтийское вино, которое здесь так любят, что лишь малое число бутылок остается для продажи на экспорт. А еще – свежая рыба из кристально чистых вод и выращенные под южным солнцем продукты, пиццерии и суши-бары, стейк-хаусы и рыбные рестораны, где поджарят выловленную по соседству барракуду. Как мы говорили, на Мальте ни в чем нет однообразия.

А какое мероприятие без хорошего банкета? Мальтийский климат означает, что не нужно запарить себя в стенах ресторана. На ваш выбор – более интересные варианты. Ужин на борту турецкой шхуны в изумрудных водах Голубой лагуны. Или в садах Верхней Барраки в Валлетте, над водами Большой гавани с ее неповторимым пейзажем. Или в сени виноградников под стенами исторического дворца британских аристократов, дегустируя лучшие образцы мальтийского вина. И почему бы не отсалютовать своим достижениям и успехам из столетних пушек настоящей Салютующей батареи? Подайте нашей кейтеринговой компании любую кулинарную идею – и для вас будет накрыт банкетный стол, о котором все будут вспоминать целый год, до следующего визита.

Развлекательная программа? Почему бы не устроить тематический вечер с рыцарским турниром? Или предпочтете восточных танцовщиц? Или концерт со звездами под звездным небом? В любом случае – почему бы не сопроводить это фейерверком, лазерным шоу и проекцией логотипа вашей компании на неприступные стены великих крепостных сооружений?

Welcome. Merhaba. Добро пожаловать на волшебную Мальту!

Откройте ее вместе с mice.malta2u.com



Web: mice.malta2u.com

E-mail: mice@malta2u.com

Россия

РФ, 119021, Москва,
ул. Льва Толстого, 19/2
Тел.: +7 495 979 99 05
Факс: +7 499 246 44 46

Украина

Украина, 01001, Киев,
ул. Эспланадная, 20
Тел.: +38 044 227 30 32

Мальта

Qui Si Sana Court 6,
Ix-Xatt Ta' Qui-Si-Sana,
Sliema, Malta
Tel.: +356 99672419

MICE/MALTA2U

Главное — системный подход

О том, как строятся системные принципы работы в сегменте b2b, о роли и месте социальных сетей в работе MICE-компаний и о работе таких компаний в Интернете в принципе рассказывает генеральный менеджер компании CITY TRAVEL Юлия МАНУЙЛОВА.



■ Расскажите, пожалуйста, о системных принципах работы в сегменте b2b.

Безусловно, системный принцип в работе — это одна из главных составляющих современной успешной организации. Добиться успеха невозможно, не имея цели и стратегии, а любая успешная стратегия невозможна без системного подхода.

Работая в сегменте b2b, я прекрасно понимаю, что любая организация должна представлять собой совокупность внутренне взаимосвязанных частей, формирующих единое целое. Эффективная организационная структура, под которой мы понимаем наличие департаментов и отделов с их структурой подчиненности и внутреннего взаимодействия, — лишь одна из основных частей системы. Процесс принятия решений, описание внутренних регламентов, процедур и правил, работа с персоналом, взаимодействие с заказчиками и поставщиками и многое другое являются составляющими системного подхода.

Огромную роль в построении системных принципов работы играют сотрудники компании. Именно люди являются системообразующим звеном. От них зависит эффективность использования всех остальных ресурсов.

Что касается современного руководителя, то, на мой взгляд, он должен обладать системным мышлением. Менеджер должен видеть за деревьями лес, за частным — общее, подняться над повседневностью и осознать, какое место его организация занимает во внешней среде, как она взаимодействует с другой, большей системой, частью которой является.

На практике, конечно же, не всегда получается абсолютное внедрение системного подхода в операционную деятельность, но все же удачного опыта намного больше. Мы построили с нуля департамент продаж, который подчинен единым системным принципам и полностью интегрирован в производственные процессы. Мы четко описали стандарты продаж и все их регламенты. Менеджеры были обучены технологии, а бизнес-процессы продаж автоматизированы.

В результате компания занимает лидирующие позиции на рынке, точно знает куда, как и зачем она идет, цели, поставленные компанией, достигаются с минимальными затратами.

■ Пользуется ли ваша компания социальными сетями как инструментом маркетинга?

Да, мы используем социальные сети как инструмент в работе, ведь в нашем современном, быстро развивающемся мире невозможно не идти в ногу со временем, если хочешь быть успешной компанией. После создания социальных сетей было понятно, что перед компаниями открывается новая площадка для продвижения продукции. Согласно статистике, 80% всех компаний используют социальные сети для поиска кадров. Как говорил американский писатель Эрик Куалман: «Перед нами не стоит выбор того, стоит ли заниматься социальными сетями или нет, вопрос в том, как хорошо мы ими будем заниматься». В Великобритании 50% всего интернет-трафика приходится на пользователей Facebook. Подумайте, что это означает в плане негативных потребительских отзывов! Поэтому социальные сети для нас, безусловно, являются очень важным маркетинговым инструментом в бизнесе. С другой стороны, мы прекрасно понимаем, что использование социальных сетей в сфере b2b еще не приобрело такого масштабного значения, в отличие от сегмента b2c. Организации, которые являются корпоративными клиентами, пока менее активны, чем физические лица. Именно это не позволяет социальным сетям занять лидирующее место как инструмент маркетинга в сегменте b2b. Но это абсолютно не означает, что мы не планируем расширяться в этом сегменте, скорее наоборот. Для того чтобы быть более успешными, мы присматриваемся к опыту зарубежных компаний, которые используют социальные сети для привлечения новых клиентов куда более интенсивнее, чем российские. Возникают некоторые сложности, которые являются барьером в привлечении крупных клиентов. Одним из таких барьеров является недооценка многими руководителями важности социальных сетей как инструмента маркетинга. Это происходит потому, что в нашу страну социальная сеть «ВКонтакте» пришла намного позже, чем в мир пришел Facebook, и многие главы компаний в России не успели как следует адаптироваться к новому инструменту продвижения. Это значит, что только следующее поколение сможет выжать из данных площадок «все соки».

Единственная несомненная возможность использования социальных сетей — это рекрутинг, и эту возможность мы используем.

■ Насколько востребована система бронирования мероприятий и поездок через Интернет?

Компания, называющая себя business travel company, просто обязана обладать данным инструментом. Другой вопрос, насколько российские клиенты готовы к самостоятельному бронированию. Однако мы не ставим под сомнение перспективу, которая ожидает данный продукт. Одним из главных факторов, влияющих на формирование потребительского настроения в работе с онлайн-системами, является их функциональность, т.е. насколько компоненты системы удовлетворяют потребность заказчика. Система, которой заказчик захочет пользоваться, должна обладать не только онлайн-возможностями, но и системой учета заказов, наличием бухгалтерских документов, простой и понятной навигацией, возможностью формирования акта сверки и многими другими функциями, которые сделают работу с агентом более эффективной. Система должна создавать добавленную стоимость, что положительно влияет на приверженность заказчика.

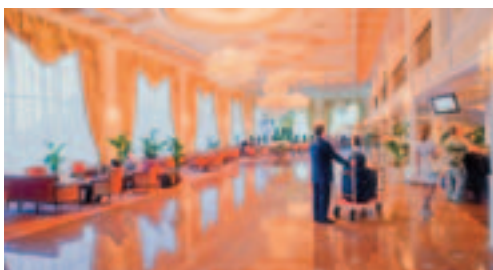
■ Популярны ли регионы России как место проведения инсентивов и тимбилдингов?

С августа 2008 года во всем мире настало время глобального пересмотра формирования затрат на производственную деятельность. Если до этого времени рынок развивался и компании рассматривали затраты, например, на деловые поездки, как неотъемлемую часть развития бизнеса, то после августа 2008 года сокращение затрат стало приоритетом, а бюджет на деловые поездки в большинстве случаев сократился. С другой стороны, компании осознают, что инсентив-поездки и тимбилдинги продолжают оставаться важным инструментом мотивации персонала и построения команды и отказываться от этого неразумно. Проведение инсентива в российском регионе не всегда обходится дешевле, чем за рубежом, но, к сожалению, российские руководители в некоторых случаях убеждены в обратном. На мой взгляд, чтобы сделать мероприятие эффективным и неповторимым, нужно найти такое место, где сочетались бы цена, качество и неповторимый колорит.

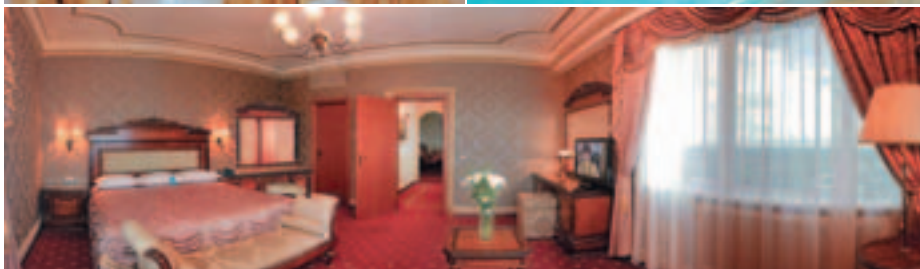
Любое мероприятие должно обладать продуманной интересной программой, и только в этом случае мы сможем сделать акцент на качестве продукта независимо от места его проведения. ■



ТМК «ГРИНН» – центр делового туризма



302010, РФ, Орел, Кромское шоссе, д. 4
Тел.: +7 (4862) 495 314, 440 194
Факс: +7 (4862) 440 193
E-mail: info@mko.grinn-corp.ru
www.tmk-grinn.ru, www.hotelgrinn.ru



Уникальный туристический многофункциональный комплекс «ГРИНН» расположен в Орле. Он занимает территорию площадью 20 га, где созданы все условия как для проведения мероприятий федерального и международного уровня – от семинаров до масштабных форумов, так и для полноценного отдыха с развлечениями.

В состав комплекса входят три гостиницы (гостиница 5*, гостиница бизнес-класса, VIP-отель «Орловское поместье») с общим номерным фондом 291 номер, которые способны принять до 600 гостей. Бизнес-центр с семью современными конференц-залами, оборудован в соответствии с требованиями для проведения международных бизнес-мероприятий, вместимостью до 700 участников. Для проведения крупных мероприятий предусмотрен «ГРИНН Центр» – концертно-зрелищный центр с залом-трансформером вместимостью до 3500 персон, рассчитанный на проведение семинаров, форумов, конференций, концертов, фестивалей и спортивных соревнований. К услугам гостей комплекса также торговый центр, оздоровительный комплекс «ГРИНН СПА» с восемью банями мира и 25-метровым бассейном, сеть ресторанов с различными кухнями мира и собственной пивоварней, многозальный кинотеатр, ледовая арена, межрегиональный ночной клуб «Часы» вместимостью до 2500 гостей, детский игровой центр, боулинг-клуб, спортивный центр. Атмосфера гостеприимства и европейского комфорта царит на всей территории комплекса. Изысканный дизайн интерьера, эксклюзивные элементы декора, роскошная мебель и внимательное отношение персонала к гостям создают комфортную и респектабельную обстановку для проведения мероприятия любого уровня.

В октябре 2012 года в составе туристического комплекса откроется конгресс-холл общей площадью 16 000 кв. м, который не имеет аналогов в России по уровню трансформации помещений и техническому оснащению. Проект состоит из двух функциональных частей:

1. Зона деловых мероприятий, в которой будет предусмотрен основной трансформируемый зал, оснащенный выдвижными телескопическими трибунами, вмещающий 2000 участников в режиме пленарных заседаний, и восемь трансформируемых залов для работы по секциям, пресс-центр, информационно-сервисный центр для СМИ. За счет электротрансформируемых перегородок Конгресс-холл может буквально за полчаса преобразоваться в выставочный центр.

2. Развлекательная зона, которая включает двухзальный караоке-клуб, бильярдный клуб на 20 столов в основном зале и два стола в двух VIP-залах.

В дальнейшем ТМК «ГРИНН» будет уверенно укреплять свои позиции на международной арене, как центр делового туризма и место проведения крупных конгрессных мероприятий. ■



©Jumeirah International, LLC

Бальный зал Mardakan Jumeirah Bilgah Beach Hotel

Суперсовременные технологии, национальный колорит и роскошь – таковы новые отели Баку. Теперь в столице Азербайджана огромный выбор площадок для проведения представительных деловых встреч. Приятные дополнения к таким мероприятиям – отдых в шикарных спа-центрах, которые также теперь в изобилии представлены в отелях города, и, разумеется, знакомство с самим Баку. Музейные кварталы Старого города – памятника ЮНЕСКО – и современные небоскребы не могут не произвести впечатления на гостей.

Подготовила Элеонора АРЕФЬЕВА

Баку: бизнес на фоне роскоши

Лухигу-новички

В преддверии состоявшегося в Баку конкурса «Евровидение-2012» в городе открылось несколько отелей класса люкс. Впрочем, успеть к конкурсу – это была лишь локальная задача отельеров. Бурное развитие рынка гостиниц верхнего сегмента диктовалось потребностями города. О них красноречиво говорят цены на гостиничное размещение в Баку. До недавнего времени гостиницы города были одними из самых дорогих в Европе, в странах постсоветского пространства по дороговизне они уступали лишь московским отелям. Теперь, особенно в сегменте luxury, под натиском нового предложения цены на размещение стали несколько ниже. С вводом отелей, которые в ближайшие месяцы вступят в эксплуатацию в Баку, тенденция к снижению цен усилится. За последний год гостиничный рынок столицы Азербайджана пополнили пять пятизвездников: Kempinski Badamdar, Hilton Baku, Sheraton Baku Airport, JW Marriott Absheron Baku, Four Seasons Hotel Baku.

Отель Kempinski Badamdar Baku отличают европейский стиль и высокие стандарты сервиса, при этом особое внимание уделено азербайджанским традициям и культуре, которые проявляются как в дизайне номеров, так и в стиле общения с гостями. 14-этажное здание отеля располагает 283 просторными и роскошно украшенными номерами и люксами, из которых открывается панорамный

вид на достопримечательности Баку. Дорога от аэропорта до отеля составляет считанные минуты. Конференц-центр, созданный по последним мировым стандартам, включает Большой бальный зал, который может принять до 600 гостей во время гала-вечеров, приемов, свадеб или частных праздников. Также к услугам гостей 14 комнат для переговоров разной площади, 36 современных залов для заседаний и конференц-зал на 450 человек. Достоинством нового отеля стал уникальный для Азербайджана спа-центр площадью 2500 кв. м, где представлен большой спектр услуг: крытый бассейн и бар, сауна и хамам, зона отдыха, фитнес-студия, массажные кабинеты. К услугам гостей – многочисленные рестораны и бары.

Отель Hilton Baku (открылся в октябре 2011 г.) построен с применением самых высоких технологий и оборудован интеллектуальной системой управления. Гостиница расположена в центре города, рядом с Приморским парком. В Hilton Baku 25 этажей и 309 номеров, отель располагает четырьмя ресторанами, тремя барами, конференц- и выставочными салонами, самый крупный из которых – на 750 мест. В инфраструктуру гостиницы входят также пять банкетных залов. К услугам гостей спа-центр. Последний, 25-й этаж отеля, очень примечательное место. Здесь расположен «Рууф Бар», который поворачивается вокруг своей оси на 360 градусов, что позволяет гостям насладиться панорамой Баку.

Sheraton Baku Airport расположен непосредственно у международного аэропорта имени Гейдара Алиева. К услугам гостей 207 номеров, включая 14 сьютов, а также рестораны, несколько залов для проведения деловых мероприятий и банкетов.

Открывшийся этим летом отель JW Marriott Absheron Baku расположен в самом центре Баку. В гостинице 243 номера, включая 15 люксов и президентские апартаменты, из окон которых открываются великолепные виды на Каспийское море. Номера отделаны натуральными материалами и выдержаны в цветовой гамме, отражающей природный ландшафт Азербайджана. Гостиница располагает бизнес-центром. Конференц-залы свободной конфигурации площадью 3200 кв. м дополняет великолепный бальный зал с панорамными видами. Это идеальное место для проведения банкетов и гала-ужинов. Идиллический спа-центр с видом на море представляет собой прекрасное место для отдыха и восстановления сил. На крыше расположен закрытый бассейн. К услугам гостей – четыре ресторана, в которых можно отведать кулинарные изыски азербайджанской, турецкой, иранской и индийской кухни. OroNero Bar & Ristorante предлагают попробовать превосходные блюда кухни северной Италии. А также бар Razzmatazz Cocktail Bar & Lounge и кафе Delicatessen Zest Lifestyle Cafe, которое работает круглые сутки.

Отель Four Seasons Baku расположен в Старом городе. Он предлагает гостям размещение в 171 комфортабельном номере, в числе которых 29 апартаментов. Конференц-залы гостиницы имеют общую площадь более 1865 кв. м (включая большой и малый банкетные залы и пять залов для встреч и переговоров). К услугам гостей – итальянский ресторан Zafferrano, ресторан Kaspiя, который специализируется на блюдах из морепродуктов. Отель также располагает спа-центром.

Еще одна гостиница класса люкс открывается во Flame Towers – это три высотных здания, включающие, помимо отеля, квартиры и офисы. Полная площадь застройки составит 227 тыс. кв. м. Flame Towers – амбициозный и красивейший архитектурный проект. Три «пламенные» башни – современный символ столицы Azerbaijan.

Вскоре отель в Баку открывает и турецкая гостиничная сеть Dedeman Hotels&Resorts. В настоящий момент строительство пятизвездной гостиницы практически завершено. Услуги спа-центра, конференц-залы – всё это предложит своим гостям отель Dedeman.

И еще одно громкое гостиничное открытие должно состояться в Баку. Оператор Jumeirah Group откроет Jumeirah Bilgah Beach Hotel. Отель построен на берегу Каспийского моря на востоке столицы Azerbaijan, в 15 км от аэропорта и 30 минутах езды от исторического центра и деловых районов города. 18-этажный отель предложит гостям 176 номеров и 14 коттеджей. К услугам гостей 300-метровый частный пляж. На территории комплекса находятся восемь ресторанов, аквапарк, площадка для баскетбола, теннисные корты, крытый и открытый бассейны, тренажерный зал, спа-салон, боулинг-клуб и залы для проведения торжеств и конференций.

Парад гостиничных брендов

Помимо перечисленных новейших гостиниц в Баку есть объекты и других крупнейших международных гостиничных операторов.

В столице Azerbaijan работают отели The Rezidor Hotel Group – «Park Inn by Radisson, Azerbaijan» и «Radisson Blu Plaza Hotel, Баку».

«Park Inn by Radisson, Azerbaijan» расположен в самом центре Баку, вблизи бухты Каспийского моря. В отеле 248 номеров, оборудованных системой индивидуального климат-контроля и беспроводным выходом в Интернет.

В инфраструктуру отеля входит бизнес-центр, который включает пять конференц-залов, банкетный зал с просторным фойе, бар, клуб и ресторан, тренажерный зал. В гостинице работают ресторан Glory, бар Victor's.

«Radisson Blu Plaza Hotel, Баку» – это отличное место для деловых путешественников и туристов, ценящих международный уровень сервиса и индивидуальный подход к каждому гостю. Пятизвездный отель на 40 сьютов располагается на площади Фонтанов на последнем этаже бизнес-центра ISR Plaza. К услугам гостей – ресторан Azza Fuyjin Restaurant, бар Azza Bar, кафе Azza Cafe, а также фитнес-центр, бассейн и сауна. Современная конференц-зона общей площадью 108 кв. м оснащена всем необходимым для проведения деловых встреч и вмещает до 100 гостей. Рестораны и кафе Radisson Blu Plaza славились своими гастрономическими изысками.

Два отеля группы Hyatt Hotels составляют своего рода отдельный комплекс Park Hyatt Baku, который расположен на улице Измир, рядом со Старым городом и деловыми кварталами. Отель включает 159 номеров различных категорий.

Hyatt Regency Baku располагает номерным фондом в 182 единицы, категории номеров также варьируются. Отель находится на улице Бакиханова. Два отеля находятся в шаговой доступности друг от друга. В состав Hyatt Regency Baku входит и Международный центр Hyatt – одна из крупнейших конгрессных площадок в Баку. Здесь шестнадцать залов общей площадью 1032 кв. м, в них могут разместиться 820 участников деловых встреч. Рядом с отелем находится и Выставочный центр Баку.



Лобби отеля JW Marriott Absheron Baku

© Marriott International, LLC

Из крупных городских отелей следует также отметить «Гранд Отель Европа» на 96 номеров, его конференц-зал рассчитан на прием 300 делегатов.

Из гостиниц международных операторов объектов среднеценовой категории в Баку пока немного. Помимо Park Inn к ним относится и Holiday Inn Baku Airport. В этой гостинице 207 номеров, есть крытый бассейн, сауна, тренажерный зал, два ресторана, кафе, два бара. В инфраструктуру отеля входят комнаты для переговоров и два конференц-зала.

Баку сегодня позиционирует себя как город статусного бизнес-туризма, но власти Azerbaijan на отмечают большую потребность города и в отелях mid-market и готовы поощрять инвесторов таких проектов. ■



Sheraton Baku Airport расположен непосредственно у международного аэропорта им. Гейдара Алиева



Ресторан отеля Sheraton Baku Airport

© Starwood Hotels & Resorts Worldwide

Этой весной в Петербурге появилась новая особенная площадка для проведения мероприятий. Она уже успела заинтересовать тех, кто устал от классических и скучных залов и ищет свежие форматы для реализации идей. Эта площадка – новый пятизвёздочный отель Domina Prestige St. Petersburg, распахнувший свои двери в самом центре Петербурга, на набережной реки Мойки, д. 99.



Domina Prestige St. Petersburg – НОВЫЙ бизнес-отель города

Гостиница легко и непринуждённо сочетает в себе все преимущества центрально расположенного бизнес-отеля, с ярким и современным дизайном, комфортом и уникальной концепцией сервиса.

В Domina Prestige St. Petersburg к услугам гостей 109 номеров категорий «Мансарда», «Супериор», «Лайфстайл», «Полулюкс» и «Люкс». Все номера прекрасно оборудованы, в том числе чайно-кофейными станциями, которые, кстати, входят в стоимость номера. В номерах повышенной категории установлены кофейные машины. А чтобы гостю было чем занять себя, не выходя из номера – множество международных телеканалов и библиотека на нескольких языках. Как и во всём отеле, в номерах работает бесплатный беспроводной доступ в интернет.

Ресторан отеля находится на первом этаже и называется Arcobaleno, в переводе с итальянского это слово означает «радуга». Ресторан действительно выполнен в ярких и сочных тонах – красном, оранжевом, голубом, лиловом. По утрам здесь накрывают завтрак-буфет. В такой обстановке он заряжает положительными эмоциями и энергией на весь день. Днём в красочном ресторане проходят деловые обеды. Вечером пространство преобразуется к ужину.

Здесь же, на первом этаже Domina Prestige St. Petersburg, рядом с лобби находится бар Nove – излюбленное место гостей, которые хотят приятно провести вечер после насыщенного дня. У этого бара сразу несколько «изюминок». Во-первых, здесь работает один из лучших барменеджеров города Дмитрий Суворов. Он разработал эксклюзивную карту напитков, наполненную авторскими коктейлями – это и абсолютно новые необычные сочетания вкусов, и собственная трактовка клас-

сических коктейлей, и откровенно смелые эксперименты с ингредиентами. Во-вторых, над дизайном бара, как и всего отеля, поработал итальянец Джанмарко Каванино. В интерьере господствуют глубокий чёрный и яркие оранжевые оттенки – такое видение пространства родилось у дизайнера после посещения Янтарной Комнаты в Екатерининском дворце. Третья составляющая успеха бара Nove – это качественная и современная музыка, которая звучит здесь в исполнении модных DJ Петербурга. Всё вместе делает бар прекрасным местом для проведения приветственных коктейлей, дружеских вечеринок и after-party. Пространство для бизнеса и мероприятий в отеле Domina Prestige St. Petersburg такое же яркое, необычное и удивительно комфортное, как и всё остальное. Здесь два конференц-зала: Atelier 99 и Office 99. Названия были выбраны в свойственной творческому и энергичному коллективу манере.

Atelier 99 – большой конференц-зал отеля, вмещает до 65 гостей при театральной рассадке. Здесь есть всё необходимое оборудование, но главное его преимущество – не частое для петербургских конференц-залов дневное освещение. Большие окна выходят прямо на набережную реки Мойки и наполняют пространство не только естественным светом, но и совершенно уникальной атмосферой. Atelier в переводе с французского означает «мастерская, студия художника». В отеле Domina Prestige каждый гость и клиент погружается в обстановку, в которой он сможет выйти за привычные границы, творить и работать особенно продуктивно.

Office 99 – небольшой бизнес-лаундж рядом с конференц-залом. Переговорная комната вмещает до 10 гостей

и идеально подходит для встреч в узком кругу, мозговых штурмов и обсуждения стратегических вопросов.

При проведении деловых мероприятий в отеле Domina Prestige очень сложно отказаться от питания – кофебрейков, обедов или ужинов. Отличный выбор, безупречное качество и вкус блюд, а также гибкость, чуткость и индивидуальный подход к каждому клиенту – всё это здорово упрощает вопрос выбора и организации питания для участников мероприятия.

Отель Domina Prestige St. Petersburg расположен в самом центре города, в двух шагах от Исаакиевской площади, но проблема с парковкой была решена разными способами. Во-первых, гости всегда могут оставить свои автомобили около фасада отеля на набережной реки Мойки. Кроме того, ресторан отеля обладает отдельным входом с Большой Морской улицы – здесь тоже можно оставить автомобиль и войти в отель через ресторан.

Domina Prestige St. Petersburg – отличное место для проведения небольших мероприятий. Яркий современный дизайн, приветливый персонал, комфортное размещение – прекрасная почва для проведения тимбилдингов, обучающих мероприятий и реализации любых творческих идей.

Отель Domina Prestige St. Petersburg

190000, Санкт-Петербург,
набережная реки Мойки, д. 99

Тел.: +7 812 385 9900

Факс +7 812 385 1290

E-mail: welcome@dominarussia.com

www.dominarussia.com



Ищете новые контакты и
важные деловые
мероприятия?

definitely

Благодаря стратегическому положению, располагающей деловой атмосфере и инфраструктуре мирового класса Дубай привлекает и международные корпорации, и предприимчивых инвесторов со всего мира. Упрощенное прохождение административных процедур, эффективная инфраструктура, четкие и простые правила лицензирования создали присущую только Дубаю деловую культуру, которая обеспечила городу положение ведущего коммерческого центра региона. Без сомнения, для каждого дальновидного предпринимателя Дубай - это бизнес.

www.definitelydubai.com



Департамент Туризма и Коммерческого Маркетинга **Тел.:** +7 495 980 07 17, **Факс:** +7 495 980 07 18.

Website: <http://dubaitourism.ae> **e-mail:** dcm_cis@dubaitourism.ae



Отель Corinthia Hotel St. Petersburg – один из самых популярных конгрессных отелей Санкт-Петербурга

К берегам Невы

Что ни говори, а поездка в Петербург – это всегда приятно. Архитектурные красоты города и окрестностей, знаменитые музеи и театры создают поводы для визита миллионам туристов со всего мира. Знакомство с ними украсит и деловое путешествие в город на Неве. Гостиничная инфраструктура Петербурга обладает всеми возможностями для проведения бизнес-форумов самого разного формата.

Подготовила Элеонора АРЕФЬЕВА

Недостатка в гостиницах нет

На конец первого полугодия в Северной столице функционировали, по данным экспертов GVA Sawyer, 83 современные гостиницы категории три, четыре и пять звезд с общим номерным фондом более 15,6 тыс. номеров. Около 1,5 тыс. гостиничных номеров будет введено в Санкт-Петербурге к концу года, тем самым общий объем качественного номерного фонда к концу года составит порядка 17 тыс. единиц. Загрузка гостиниц Петербурга во втором квартале этого года возросла по сравнению с аналогичным периодом 2011 года и составила для трехзвездных гостиниц 75–80%, а для четырех- и пятизвездных отелей 70–75%. По итогам года эксперты GVA Sawyer прогнозируют незначительный рост среднегодового уровня загрузки на 1–2% за счет увеличения турпотока.

В то же время они отмечают тенденцию к снижению стоимости проживания в стандартном номере гостиниц уровня четыре и пять звезд, однако указывают на рост цен в отелях уровня три звезды. Так, средняя стоимость проживания в последних выросла на 8% – до 5,07 тыс. рублей, в четырех- и пятизвездных снизилась на 7%, составив 8,12 и 16,47 тыс. рублей соответственно. В городе на Неве работают гостиницы под управлением гостиничных операторов: The Rezidor Hotels Group, Kempinski Hotels, Marriott International, Accor Hospitality, Starwood Hotels&Resorts, Sokos Hotels, Four Seasons, Domina Hotels Group, Rocco Forte Collection, InterContinental Hotels Group. Отели международных операторов в Петербурге отвечают всем запросам бизнес-туристов, как индивидуальных, так и групповых. Выбор услуг для делового путешественника богат.

Покоряют статусом

Самым крупным залом из петербургских пятизвездников располагает отель «Corinthia Невский палас» (285 номеров). Парадный зал «Невский» площадью 534 кв. м при стандартной конференц-рассадке вмещает до 550 человек. «Невский» – зал-трансформер, он может быть разделен на три площадки. Corinthia Hotel St. Petersburg обладает и другими конференц-площадками, всего к услугам гостей отеля 15 залов.

Крупными конференц-площадками обладают и другие статусные отели Санкт-Петербурга. Еще один отель верхнего сегмента – «Балтийская звезда», расположенный в Стрельне, в непосредственной близости от Константиновского дворца, с момента открытия прославился тем, что именно на его площадках проходил саммит «Россия – ЕС». В отеле шесть конференц-залов с различными возможностями, самый крупный из них принимает мероприятия с участием 280 делегатов. В гостинице 106 номеров разных категорий. «Европа Гранд Отель» с номерным фондом в 301 единицу также богат конференц-возможностями. В гостинице восемь конференц-залов, самый крупный рассчитан на прием 280 гостей. В знаменитой «Астории», которая сейчас входит в сеть Rocco Forte Collection, два крупных зала – на 170 и 250 мест. Номерной фонд – 210 комнат. Не менее знаковый отель «Англетер» имеет два зала для проведения деловых встреч – на 100 и 200 участников. К их услугам 193 номера. Обращают на себя внимание и конференц-возможности нового бизнес-отеля Crowne Plaza

ЭКОНОМИТЬ ЛЕГКО!

HRS.COM – ВЕДУЩИЙ ЕВРОПЕЙСКИЙ ПОРТАЛ БРОНИРОВАНИЯ ОТЕЛЕЙ

 <p>250 000 ОТЕЛЕЙ</p>	 <p>180 СТРАН</p>	 <p>32 ЯЗЫКА</p>	 <p>ГАРАНТИЯ ЛУЧШЕЙ ЦЕНЫ</p>
<p>БОЛЬШОЙ ВЫБОР ЦЕН НА ОТЕЛИ И ПАКЕТНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ</p>	<p>ГРУППОВЫЕ БРОНИРОВАНИЯ И ЗАКАЗ КОНФЕРЕНЦ- УСЛУГ ОН-ЛАЙН</p>	<p>БОЛЕЕ 2 МИЛЛИОНОВ ОТЗЫВОВ КЛИЕНТОВ</p>	

- Более 250 000 отелей в 180 странах мира
- Эксклюзивные скидки до 30%
- Прямое бронирование в режиме реального времени
- Возможность бронирования без кредитной карты
- Бесплатная отмена до 18:00 дня заезда

Узнайте больше о корпоративных программах:

+7 499 277 7887

8 800 555 7887

(звонок бесплатный из всех регионов России)

HRS DACH & MECKLE
Хотел Резервирование Дачен РСХ
Ул. Островский, д.1,
119071, Москва
SalesRU@hrs.com, www.hrs.com



The Hotel Portal

St. Petersburg Airport, он расположен рядом с международным аэропортом Пулково-2, в отеле 294 номера. Конференц-площадь составляет 1124 кв. м и состоит из 11 многофункциональных залов (общей вместимостью 1000 человек), располагающихся на первом и втором этажах отеля. Все залы – с дневным освещением, оборудованы экранами и проекторами, флипчартами и микрофонами.

Апарт-отель Staybridge Suites – обладатель конгресс-холла на 100 участников, в нем 15 конференц-залов, два банкетных зала. В отеле 183 номера, предназначенных проживания гостей.

Богатый выбор для заказчиков деловых мероприятий предлагают петербургские отели сети Sokos. Четырехзвездник Sokos Hotel Olympic Garden задуман и спроектирован специально для гостей из деловой среды. Под нужды биз-

нес-туристов приспособлены номера отеля, он предлагает полный спектр услуг, который востребован деловыми путешественниками.

В Sokos Hotel Olympic Garden 13 конференц-залов, в которых можно проводить деловые встречи разных форматов. Самый крупный зал «Америка» готов принять 350 участников.

Пятизвездник сети Sokos Hotel Palace Bridge также предлагает солидные возможности для проведения различных деловых мероприятий, для этого предназначены семь площадок различных размеров, самый большой зал рассчитан на 200 человек, в отеле 319 номеров.

Примечательно, что при проведении масштабных форумов можно воспользоваться номерным фондом расположенного по соседству, на Васильевском острове, отеля «Sokos Васильевский» (255 номеров). С учетом того, что эта

гостиница относится к классу 4*, при проведении более бюджетных мероприятий можно разместить участников в ней и арендовать конференц-залы пятизвездника.

Популярны среди участников деловых мероприятий и петербургские отели Marriott International, особенно это относится к «Courtyard Marriott Пушкин», который предлагает для групповых бизнес-туристов девять конференц-залов, рассчитанных на прием от 30 до 300 человек, и 273 номера. «Renaissance Санкт-Петербург Балтик» имеет в своем арсенале один зал на 100 участников и 102 номера.

Из отелей верхнего ценового сегмента стоит отметить солидные конференц-возможности отеля «Kempinski Мойка, 22»: в нем шесть конференц-залов, возможность приема – до 200 человек, номерной фонд гостиницы – 197 единиц.

«Novotel Санкт-Петербург Центр» располагает семью конференц-залами, самый крупный – на 120 человек, в отеле 233 номера различных категорий.

Отель Radisson Royal имеет восемь различных площадок для проведения деловых мероприятий, организует деловые форумы с участием 100 делегатов, номерной фонд – 164 комнаты.

Единственный открытый в этом году в Петербурге пятизвездник – Domina Prestige St. Petersburg, в нем 109 номеров, конференц-зал вмещает 65 человек, подходит для проведения небольших, но статусных деловых встреч.

Петербургские отели верхнего сегмента популярны как места проведения деловых мероприятий. Ирина Ерошевич, директор отдела продаж Corinthia Hotel St. Petersburg, отмечает, что проведение MICE-мероприятий приносит гостинице 35–40% дохода.

Спрос на эти услуги растет, но растет и конкуренция. Причем если несколько лет назад борьбу за делового группового туриста вели между собой отели 4–5*, то теперь их прежние клиенты нередко отдадут предпочтение гостиницам сегмента mid-market, отмечает г-жа Ерошевич.

Это объясняется и стремлением клиентов к оптимизации расходов на мероприятия, и возросшим предложением со стороны отелей средне-ценовой категории.

На конгресс – в «три звезды»

Самые крупные конгрессные отели Северной столицы относятся к среднеценовому сегменту. «Park Inn Прибалтийская» (1200 номеров) – обладатель самого масштабного среди гостиниц города конгресс-холла. Он располагает 26 конференц-залами, самый большой может принять 1500 участников. «Park Inn Пулковская» с номерным фондом в 840 комнат имеет 21 зал, самый большой рассчитан на обслуживание 600 человек. Конференц-залы этих отелей недавно были реновированы, их оснащение отвечает самым современным требованиям.

Генеральный директор Starwood Hotels & Resorts, Inc. Фриц ван Паасшен и владелица отеля Aloft St. Petersburg Людмила Кудрявцева



В Санкт-Петербурге появится дебютный отель бренда Aloft

Компания Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc. анонсировала планы по развитию компании в России и странах СНГ. В ближайшие 3 года Starwood планирует вдвое увеличить присутствие в данном регионе, открыв в России 7 новых отелей, одним из которых станет Aloft St. Petersburg – дебютный отель бренда Aloft в России. Отель Aloft St. Petersburg, принадлежащий компании ООО «Ремстройинтур» и Людмиле Кудрявцевой, расположится в развивающемся деловом квартале, в непосредственной близости от многочисленных галерей, ресторанов и парков и предложит гостям города совершенно новый подход к оказанию гостиничных услуг в Санкт-Петербурге. В отеле Aloft St. Petersburg, который расположится в северной части города на Неве, будет 200 номеров, выполненных в типичном для этого бренда стиле лофт с высокими потолками, большими окнами и чрезвычайно удобными кроватями, а также просторными душевыми кабинами и принадлежностями для ванной от Bliss Spa(r). Гости отеля смогут зарядиться энергией в фитнес-центре и восстановить силы в ресторане – уникальной круглосуточной кейтеринговой зоне быстрого обслуживания, предлагающей посетителям здоровую еду, напитки и закуски. Отель также будет располагать двумя оборудованными по последнему слову техники конференц-залами, предлагающими гостям новейшее аудиовизуальное оборудование для проведения встреч, тренингов и презентаций.

Еще один крупный отель города также относится к группе mid-market. Это «Азимут Отель Санкт-Петербург». После присоединения к российской сети отелей Azimut Hotels в нем была проведена масштабная реконструкция и открыт один из самых больших конференц-залов города, который принимает 1100 делегатов. Всего в отеле девять площадок для проведения деловых мероприятий, к услугам гостей 897 номеров.

Конференц-залы есть и в новых гостиницах экономического сегмента. Например, «Ibis Санкт-Петербург Центр» располагает четырьмя залами, самый крупный из которых рассчитан на прием 100 участников.

Плюсы и минусы

Уже сейчас представители департаментов продаж деловых отелей города отмечают рост конкуренции. Раньше наибольшей популярностью для проведения деловых форумов пользовались отели уровня 4*, сейчас все чаще их гостей «перехватывают» гостиницы более низкой ценовой категории. Сократилась и глубина продаж. «Есть заказы, которые возникают за две-три недели, — отмечает Ирина Ерошевич, — тогда как несколько лет назад крайним сроком для бронирования делового форума был месяц».

С открытием новых средств размещения, которое, как уже отмечалось, ожидается в Петербурге в самое ближайшее время, конкуренция еще больше усилится.

Но то, что пугает отельеров, будет на руку деловым гостям города: тенденция к падению цен на размещение, которая уже налицо, очевидно, станет усиливаться.

Специалисты гостиничного рынка города отмечают потребность привлекать в Петербург больше деловых форумов. Лиана Арутюнян, коммерческий директор отелей «Renaissance Санкт-Петербург Балтик» и «Courtyard Marriott Васильевский», подчеркивает необходимость более активной работы по продвижению Северной столицы как центра делового туризма.

В городе строится международный конгрессно-выставочный комплекс, который должен стать одной из самых современных площадок в Европе. С вводом в эксплуатацию этого объекта, по мнению многих экспертов, Петербург должен стать одним из крупнейших в Старом Свете центров конгрессного туризма.

Первая очередь конгрессно-выставочного комплекса должна быть введена в эксплуатацию в будущем году. Бесспорно, такая площадка привлечет новых гостей в город.

Слабым местом Петербурга при этом остается аэропорт. Г-жа Арутюнян отмечает, что он с трудом справляется даже с существующим пассажиропотоком в летние месяцы.

Многие эксперты сетуют на нецелесообразность проведения Петербургского экономического форума в июне, в период пикового туристического спроса на размещение в городе.

Они ссылаются на опыт других стран, которые проводят деловые форумы как раз во время низкого сезона. Это способствует лучшей загрузке отелей и дает возможность деловым туристам осмотреть достопримечательности без излишней суеты, которая всегда сопровождает периоды ажиотажного спроса. ■



Социальные сети в ивент-индустрии

Социальные сети плотно вошли в нашу жизнь. Многие уже и дня не могут прожить, не отметившись в Facebook и не запостив пару фотографий в «Инстаграме». Если на заре своего появления социальные сети были для многих просто развлечением, то сейчас они всё чаще используются как маркетинговый инструмент. В том числе и в MICE-индустрии, по крайней мере в отношении организации мероприятий. Однако, как и любым инструментом, ими нужно уметь правильно пользоваться, чтобы не нанести вред репутации своей компании.

Компания amiano провела исследования и выяснила, какие именно социальные сети наиболее популярны у организаторов деловых мероприятий и почему, а также как именно нужно освещать свою работу в тех или иных социальных сетях.

Подготовила Александра ЗАГЕР

Цифры и факты

Через восемь лет после своего появления сеть Facebook собрала более 900 млн пользователей, ежемесячно к ним добавляются всё новые и новые люди.

Ежедневно отправляется порядка 170 млн твитов, а платформа Google+, начавшая работать всего год назад, собрала уже 170 млн пользователей.

Опрос проводился среди 1000 компаний – организаторов мероприятий. При этом 60% респондентов – мужчины в возрасте от 30 до 50 лет. Если говорить о географической принадлежности, то 60% опрошенных – из Германии, Австрии и Швейцарии, 10% – из остальных частей Европы, 10% – из Северной и Южной Америки и 20% – из других стран.

По видам деятельности репрезентативность распределилась так: 22% занимаются в основном организацией конгрессов и конференций, 22% – организацией семинаров и тренингов, 13% специализируются на корпоративных мероприятиях, 11% организуют различные культурные события (фестивали, концерты и вечеринки) и, наконец, 32% занимаются организацией встреч и выставок.

Собственно исследование делится на две основные части.

В первой – выясняется, как именно и какие сети используют в работе профессионалы делового туризма, что им это дает и что останавливает развитие. Во второй части даются практические рекомендации по использованию различных социальных сетей для продвижения мероприятий.

Интересные ответы на важные вопросы

Первый и главный вопрос исследования – насколько важны социальные сети в индустрии MICE?

Ответ получился недвусмысленным: 72% респондентов посчитали социальные сети очень важным маркетинговым инструментом, 37% – достаточно важным, 18% посчитали, что социальные сети не важнее, но и не хуже других инструментов, и только 10% не воспринимают их всерьез.

Что касается названий конкретных сетей, которые используются в работе, то тут лидирует Facebook (84%), следом за ним идет микроблоговый сервис Twitter (61%), на третьем месте малоизвестная в России сеть XING (46%). Примерно одинаковое количество голосов набрали Youtube (42%), LinkedIn (41%). Google+ пока на шестом месте с 36% голосов. Блоги в работе использует 31% опрошенных, а совсем никакими социальными сетями не пользуются 4% респондентов. Как правило, выбор социальной сети зависит от целевой аудитории той или иной компании. И крайне редко бывает, чтобы компания ограничивалась какой-то одной площадкой.

Исследования также показали, что наибольший интерес у профессионалов делового туризма вызывают Google+ (о нем больше хотели бы узнать 40% опрошенных), Facebook (38%) и Twitter (37%). Интерес к платформе Google+ понятен, ведь ресурс работает относительно недавно, что касается Facebook и Twitter, то они являются крупнейшими социал-медиа-площадками, и неудивительно, что интерес к ним не остывает.

Подавляющее большинство респондентов – 78% – собираются увеличивать свое присутствие в социальных сетях, 21% – оставят все на прежнем уровне, и только 1% опрошенных будет сокращать в них свою активность. Интересно, что в прошлом году увеличивать свое присутствие в социальных сетях собирались 81% опрошенных, а 17% не планировали никаких изменений. Видимо, те, кто



Основные итоги исследования работы в социальных сетях

- ✓ Социальные медиа были и остаются важным маркетинговым инструментом для профессионалов делового туризма. Самыми популярными сетями являются Facebook, Twitter и XING.
- ✓ Самой главной целью использования социальных сетей является повышение узнаваемости бренда в целом и конкретных мероприятий в частности. Более половины опрошенных признали, что добились этих целей с помощью социальных медиа.
- ✓ Высокий потенциал социальных сетей отметили почти три четверти опрошенных, не случайно подавляющее большинство собирается развивать свое присутствие в них.
- ✓ Основной проблемой работы в социальных сетях является нехватка времени и людей. Если компании и пользуются программами мониторинга эффективности социальных сетей, то предпочитают бесплатные программы. Следовательно, компании пока не готовы серьезно инвестировать в работу в социальных сетях.

хотели как-то увеличить свое присутствие в соцсетях в прошлом году, в этом успешно его увеличили и менять пока больше ничего не хотят.

Судя по этим цифрам, организаторы деловых мероприятий высоко оценивают потенциал социальных сетей в качестве рабочего инструмента. Данные опроса показывают, что организаторы мероприятий публикуют в среднем от одного до десяти постов. Их количество колеблется в зави-

симости от дня недели, от того, насколько близко дата мероприятия и т.д. Это необходимо учитывать, если вы хотите, чтобы информация дошла до целевой аудитории.

Пожалуй, один из самых интересных вопросов в исследовании: каковы ваши цели работы в социальных сетях? 70% респондентов ответили, что работа в социальных сетях позволяет им повысить узнаваемость бренда и популярность

Мобильное приложение Carlson Wagonlit Travel выбрано лучшим приложением 2012 года.



У клиентов CWT теперь есть еще одно преимущество: новое мобильное приложение CWT To Go™ всегда под рукой, позволяет быть в курсе, путешествовать с комфортом и сделать поездку еще более продуктивной!

CWT To Go™, мобильное приложение Carlson Wagonlit Travel (CWT) получило премию Всемирной Ассоциации Бизнес-туризма (GBTA) за Инновацию года в категории «Выдающиеся Приложения.»

Эта категория включает приложения, которые помогают пассажирам наиболее эффективно использовать свое время на протяжении всего путешествия.

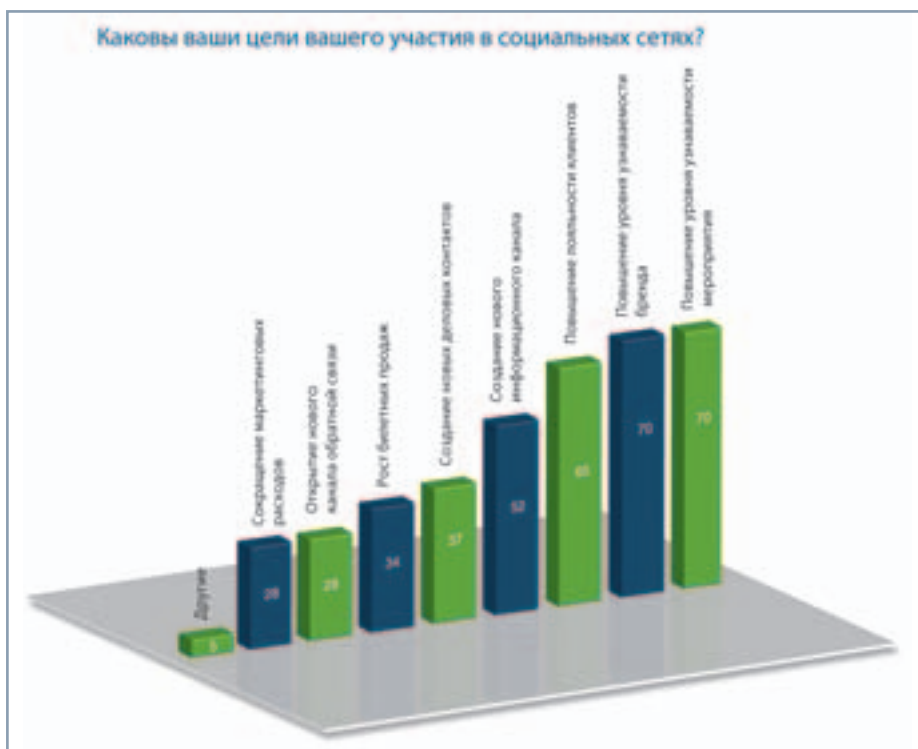
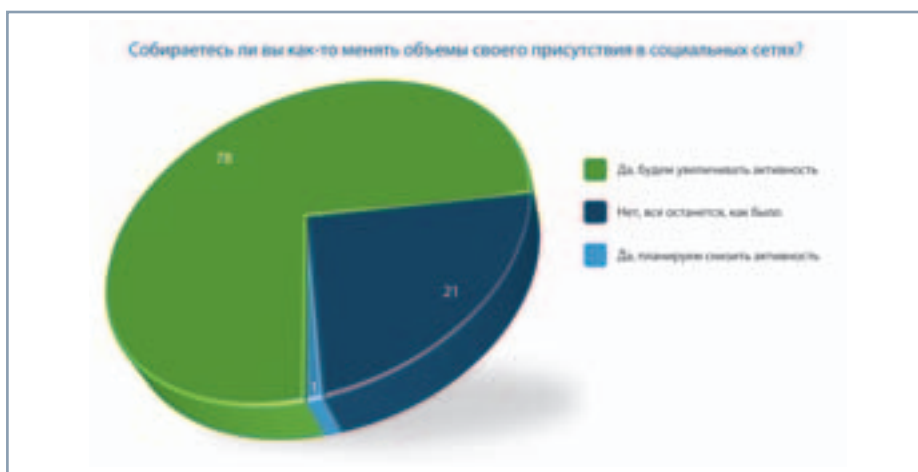
Из 11 номинантов пользователи, голосовавшие за свои любимые продукты, выбрали приложение CWT To Go™. Приложение работает на платформах Android, BlackBerry и iPhone, обеспечивает автоматическую синхронизацию офлайн- и онлайн- бронирований CWT. С помощью приложения пассажир получает доступ к связанной с поездкой информации – маршруту, срочным уведомлениям авиакомпаний, расписанию, прогнозу погоды, мобильной регистрации, картам и др. Приложение является бесплатным для всех клиентов CWT.

Подробнее на сайте www.carlsonwagonlit.ru



Мила СИДОРОВА

Начальник отдела маркетинга и развития продаж CWT Россия



каждого конкретного мероприятия. Кроме того, для 65% опрошенных это еще и возможность усилить лояльность клиентов по отношению к бренду, а для 52% – дополнительный канал обратной связи. Удивительно, но только треть участников опроса используют социальные сети для продажи билетов на свои мероприятия.

Интересно, что примерно половина опрошенных – 53 и 51% соответственно – уже добились и популяризации мероприятий, и узнаваемости бренда в социальных сетях. У 41% опрошенных увеличился уровень лояльности клиентов, а 32% получили новый канал обратной связи.

По большому счету важно ведь не только количество «лайков», но и то, насколько качественно вы охватываете свою целевую аудиторию. От этого зависит и эффективность размещенной в социальных сетях информации.

На вопрос о том, что препятствует развитию компании в социальных сетях, 54% опрошенных ответили, что нехватка времени, 33% – нехватка персонала и только 12% боятся нечаянно нанести компании урон, поэтому стараются не очень активно работать в социальных сетях. Судя по препятствиям, мешающим увеличить свою активность в социальных медиа, MICE-индустрия, хоть и считает их полноценным инструментом маркетинга, выделять специальные ресурсы для работы в них пока не готова.

Несмотря на то, что уже разработаны инструменты мониторинга активности в социальных сетях, ими пользуются только 39% респондентов, половина опрошенных этим не пользуется или не знает о существовании таких инструментов, а 11% не уверены, что в компании ими пользуются.

Те, кто все же этими инструментами пользуются, предпочитают бесплатные варианты (74%).

Как себя вести в сети

Подготовительный процесс

Прежде всего нужно выделить сотрудников, которые будут заниматься продвижением мероприятий в социальных сетях, и составить медиаплан, где будет отражено, что, как и когда будет публиковаться на вашей странице. Это позволит спланировать наполняемость странички и быть уверенным, что, с одной стороны, она не будет выглядеть заброшенной, а с другой – не будет слишком надоедать «френдам» бесконечными обновлениями. Кроме того, медиаплан должен быть соотнесен с планом ваших мероприятий и не должен быть слишком жестким. Если попалась какая-то интересная статья, не стоит ждать окна в плане слишком долго, лучше сразу ею поделиться.

Прежде чем начать активную деятельность в социальной сети, стоит ответить себе на несколько вопросов: кто моя целевая аудитория, как я хочу представить компанию, как реагировать на критику и агрессивные выпады?

Также стоит обратить внимание на инструменты мониторинга эффективности работы в социаль-

Как пользоваться социальными сетями при продвижении мероприятия

Название сети	Что делать до мероприятия	Что делать во время мероприятия	Что делать после мероприятия
Facebook	Создать страницу мероприятия и привязать ее к карте в городе – так, чтобы участники потом смогли там отмечаться	Разместить план и вывешивать свои впечатления по ходу мероприятия. Благодаря функции отложенной публикации постов их можно вывешивать в то время, когда большая часть аудитории будет в сети	Разместить фото и видео с мероприятия и пометить на них участников, чтобы привлечь их и их друзей к комментированию и обсуждению. Опираясь на количество «лайков», можно проанализировать, какая часть мероприятия понравилась больше всего
Twitter	Создать твиттер-аккаунт под данное мероприятие, распространить хэштег (ключевое слово или название мероприятия) и встроить его на страницы других социальных сетей. Благодаря хэштегу легко будет потом посчитать количество упоминаний в сети	Регулярно постить в ленте твиты и фото с мероприятия. Нужно создать т.н. Twtterwall, где будут собраны все твитты, касающиеся мероприятия. Это важно, поскольку вы сможете оперативно реагировать на все пожелания гостей и клиентов.	Инициировать обсуждение мероприятия, публиковать оставшиеся фото- и видеоматериалы
Foursquare	Создать страничку события и привязать его к карте	Пригласить гостей регистрироваться в месте проведения мероприятия	Удалить страничку
Youtube	Создать канал мероприятия, вывесить клипы-тизеры и короткие интервью с ключевыми спикерами	Вывешивать «живые» видеосюжеты по ходу мероприятия	Вывесить смонтированные видеосюжеты о мероприятии и подготовке к нему. Также можно создать рекламные ролики о следующих мероприятиях

ной сети. Они есть как бесплатные, такие как Socialmention, TweetDeck, Wildfire, Klout, так и платные – Meltwater Buzz, HootSuite Pro, Trackur. В зависимости от специфики бизнеса можно выбрать наиболее подходящую модель мониторинга.

Содержание и наполнение

Для того чтобы удерживать постоянное внимание аудитории, нужно иметь интересный, разноплановый и хорошо таргетированный контент. Это могут быть интересные посты по вашей те-

матике или описывающие какие-то общемировые тренды, новости компании или отрасли в целом, анонсы будущих мероприятий и пострелизы прошедших, фотографии, даже «иконки» – всё в рамках интересов целевой аудитории.

Страницы в социальных сетях должны обновляться регулярно и оперативно, но так, чтобы не повторять содержимого страниц конкурентов или свести это повторение к минимуму. Понятно, что если появится интересная статья, обзор или аналитика по вашей теме, ею поделит-

ся большинство отраслевых компаний, желательно, чтобы таких совпадений с конкурентами было немного.

На странице нужно постоянно поддерживать диалог с посетителями, но так, чтобы не перегружать их лишней информацией и не выглядеть слишком навязчиво.

Повышению лояльности клиентов по отношению к компании способствует и размещение неофициальных фотографий из жизни компании или того или иного мероприятия. ■

conference.ru

уникальная интернет-система
поиска и бронирования залов



- конференц-залы
- банкетные залы
- MICE за рубежом
- конференц-услуги

www.conference.ru
+7 (495) 684-89-78



Техника для встреч

В наши дни трудно представить, что конференция может пройти без микрофонов, что во время презентации не будет использован проектор или даже интерактивная доска. Мы решили выяснить, какие технические устройства используют организаторы деловых мероприятий, как они относятся к технологиям ноу-хау и почему предпочитают то или иное оборудование.

Подготовила Полина БОЙЦОВА

Сегодня созданы сотни разных технических средств, которые можно использовать для проведения деловых мероприятий. Какие же из них наиболее популярны у профессионалов? По мнению PR-менеджера компании MaxiMICE **Екатерины Гусар**, существует достаточно стандартный набор: экраны, проекторы, микрофоны (радио, петлички), различные звукоусилители, разумеется, плазмы, кликер, синхронный перевод, а также свитчер (другие названия этого устройства – скаллер или матрикс) для разделения изображения на разные экраны. Руководитель отдела деловых мероприятий BtG Event Solutions DMC & PCO **Галина Грухина** пояснила, что всю используемую для конференций, симпозиумов, семинаров и других встреч технику можно разделить на проекционное и интерактивное оборудование (имеются в виду разные проекторы, экраны, плазменные панели, презентационные компьютеры, DVD, Blu-ray, модерационные доски); оборудование для усиления звука и аудиотрансляции (речь идет о всевозможных акустических системах, различных мик-

рофонах); видеоборудование для записи и трансляции; решения по организации электронной регистратуры (для этого используются вебсайты, специальное программное обеспечение, в том числе электронные бейджи); системы для синхронного перевода (это необходимо для иностранных проектов); системы интерактивного голосования и оборудование для организации теле- и видеоконференцсвязи.

По словам директора отдела корпоративных мероприятий компании «Континент Экспресс»

Ольги Гулибиной, большим спросом пользуется оборудование для конференц-холлов, как аудио, так и видео, и в большом проценте случаев из-за технических требований приходится обеспечивать выделенный интернет-канал.

«Специализация нашей компании – международные деловые мероприятия разного уровня, – говорит директор филиала в городе Сочи компании ООО «СинхроТел» **Денис Белослюдов**, – поэтому мы используем разное оборудование для синхронного перевода речи, проекционную технику для выведения презентаций, докладов,

видеороликов, фильмов на различные типы экранов, проекционных стен, плазменных панелей. Если же приходится заниматься всероссийскими съездами, форумами, конференциями, техническим обеспечением выставок, то исходя из специфики мероприятия для каждого типа делового события подбирается свой набор технических средств. Так, для оснащения конгресс-площадок строятся сложные временные инженерные сети, используются километры коммутаций различных типов и стандартов».

Кастинг для оборудования

Чтобы определить, какие технические средства необходимы для того или иного мероприятия, **Денис Белослюдов** из ООО «СинхроТел» рекомендует обратить внимание на характеристики и ограничения места проведения. С этим согласна и **Екатерина Гусар** из компании MaxiMICE: «Во многом решение не использовать определенное оборудование обусловлено возможностями площадки: важны вопросы освещения, размеры помещений (ведь в некоторых случаях

требуется достаточно много места для воплощения технических шедевров). Немалую роль играет и бюджет проекта – то, что относится к категории ноу-хау, и стоит соответственно». Принимать во внимание условия конкретного места советует и руководитель по развитию бизнеса MICE-отдела компании FCm Travel Solutions **Наталья Сидельникова**: «Если речь идет о демонстрации видео или презентаций, то лучше предусмотреть плазменный экран (один или несколько). Наиболее частая ошибка – использование проекционных экранов в местах, где невозможно регулировать свет, например, в аудиториях с большими окнами или на открытых площадках».

Еще один из факторов, влияющих на выбор оборудования, – состав участников. Мероприятия могут быть разными, например, рассчитанными на гостей из российской глубинки, на пожилых людей или на лиц с ограниченными физическими возможностями – пожелания всех этих групп следует учитывать. При работе с первыми двумя, вероятно, стоит отказаться от некоторых сложных технических средств: приглашенные могут быть с ними незнакомы, и им непросто будет быстро освоить новое оборудование. Если средний возраст участников более 40 лет, то

нужно позаботиться, чтобы аппаратура позволяла демонстрировать изображения ярко и крупно. «Уровень технических средств зависит от уровня мероприятия, – полагает директор по развитию компании «Демлинк» **Ирина Карнаухова**, – для российской и русскоговорящей аудитории достаточно обычных микрофонов, LCD-проекторов или компьютеров для презентаций, естественно, нужны и экраны – всё это входит в стандартный конференц-пакет. Сложнее, если аудитория международная. Здесь требуется специальное оборудование, особенно для переводов на несколько языков. В таком случае есть два варианта: использовать площадку, уже специально оборудованную, либо воспользоваться привлечением сторонней компании. Оба варианта хорошо работают и могут отличаться только по цене». **Ольга Гулибина** из компании «Континент Экспресс» считает, что синхронный перевод с наушниками – вещь достаточно дорогостоящая, и прибегают к нему чаще всего на статусных мероприятиях. «Наушники для перевода нужны всегда, когда присутствует иностранный спикер или гости», – высказывает мнение Наталья Сидельникова из FCm Travel Solutions. Она также отметила и еще один немаловажный фак-

тор – число гостей тоже имеет значение. «Если количество участников превышает 25–30 человек, то лучше заказать хотя бы минимальную систему звукоусиления, ведь, когда спикера плохо слышно, впечатление от происходящего резко портится!» – утверждает Наталья.

Разумная экономия

Среди многих критериев, по которым выбирается оборудование для деловых мероприятий, на одном из первых мест стоит цена вопроса. По мнению Галины Грухиной из BtG Event Solutions DMC & PCO, отказ от того или иного оборудования, как правило, происходит из-за отсутствия бюджета клиента.

Стоит ли фирмам экономить на посредниках и проводить мероприятия без сторонней помощи? Если одни компании предпочитают полностью довериться профессионалам, то другие нередко стремятся организовать деловые встречи своими силами. Чем же хорош каждый из этих вариантов? Обычно представители профильной компании способны довольно быстро подобрать оптимальное для вас решение, посоветовать определенное оборудование на основе своего опыта. Специалисты всегда знают множество

Модный iPad

Среди разных технических приспособлений самое неоднозначное отношение вызывает, пожалуй, применение планшетных компьютеров. В последнее время стремящиеся выглядеть современно заказчики нередко обсуждают с организаторами мероприятий возможность использования iPad или его аналогов. О том, зачем они нужны, рассказала директор отдела корпоративных мероприятий компании «Континент Экспресс» **Ольга Гулибина**: «Планшетные компьютеры раздаются участникам. В них изначально «прошита» программа мероприятия. Соответственно, есть общий экран, на котором во время деловой части конференции транслируются все презентации (стратегически ничего не меняется), но участник конференции на планшете имеет возможность следить за всем происходящим, интерактивно задавать вопросы. Безусловно, важно сделать оговорку, что если группа большая, то планшетников должно быть много – это вопрос, который необходимо решать заранее, поскольку не все провайдеры технически оснащены таким количеством планшетных компьютеров». Но, по мнению руководителя отдела деловых мероприятий BtG Event Solutions DMC & PCO Галины Грухиной, в реальности планшетики используются достаточно редко, в основном для презентационных проектов. «Спрос на iPad есть, – считает директор по развитию «Демлинк» **Ирина Карнаухова**, – но только если запланирована и разработана специальная программа для делегатов. Зачастую нам самим приходится разрабатывать такие программы. Однозначно, это очень оживляет аудиторию, как любой интерактивный элемент. Отзывы всегда положительные. При этом для небольших семинаров и круглых столов используются и обычные флипчарты: понятно, привычно, наглядно и позволяет отражать сам процесс обсуждения».

Иногда организаторы дают участникам возможность использовать собственные компьютеры. У нас такая практика встречается нечасто, тогда как за границей это довольно распространенное явление. **Ольга Гулибина** поясняет, какие трудности возникают при таком варианте: «Учитывая, что планшетник должен быть «запрограммирован» заранее, использование своей техники – более сложный процесс, но технически это возможно». Впрочем, есть и другой вариант: на зарубежных мероприятиях в последнее время принято заводить аккаунт события в социальных сетях Facebook или Twitter. Там в режиме реального времени ведется онлайн-трансляция выступлений докладчиков, слушатели могут высказывать свои мнения и задавать вопросы, на которые выступающий сразу отвечает. Учитывая, что в зале не бывает ни единого человека без собственного ноутбука, планшетника или хотя бы смартфона с возможностью выхода в Интернет, то организаторы должны позаботиться лишь о хорошо работающей сети Wi-Fi.



Новые гаджеты для деловых мероприятий

Наши эксперты упоминали немало технических новинок. Вам знакомо все это оборудование?**PoliVizor**

Еще совсем недавно подобный прибор можно было увидеть только в фантастических фильмах о далеком будущем, и вот вам уже предлагают им воспользоваться! PoliVizor – это особая разновидность видеопроектора. Он создает объемное изображение в пространстве, транслируя его на имеющиеся в воздухе частицы влаги. Прибор мобилен, его можно быстро установить в любом помещении. Стоит учесть, что некоторые ограничения у этого гаджета все-таки есть: на улице его рекомендуется использовать только безветренными вечерами, он не любит яркий солнечный свет, сквозняки, низкие температуры.

Туманный экран (дымовой экран)

Очень хорошо привлечь внимание к любому изображению может туманный экран. Это устройство создает плоскую поверхность из мельчайших капелек воды, на ней можно демонстрировать любые ролики. Главное достоинство дымового экрана – посетители мероприятия могут проходить сквозь него.

Интерактивный пол

Презентация или доклад впечатлит зрителей гораздо больше, если вы используете интерактивный пол – цветную интерактивную проекцию высокого качества на полу, реагирующую на изменение положения ног. Находясь на таком «ковре», человек, двигаясь, управляет изображением и звуком. Главное ограничение – пол в помещении не должен быть слишком темным, иначе на него придется наклеить особое покрытие.

Медиа стол

Это устройство со специальной горизонтальной поверхностью, на которую, как на экран, вы можете вывести любой мультимедийный контент. Управлять медиа столом можно с помощью технологии тач-скрин – прикасаясь к нему рукой. Устройство удобно использовать для встреч, презентаций, переговоров с небольшим количеством участников. Среди недостатков этого устройства обычно упоминают, что оно довольно дорогое и хрупкое, а так как им будут пользоваться сразу несколько человек, вероятность повредить его довольно велика.

Интерактивная доска

По сути, большой сенсорный экран – это тот же медиа стол, только расположенный вертикально. Интерактивной доской можно управлять с компьютера, однако докладчику удобнее делать это касанием руки или стилуса. На сегодняшний день существует очень много разновидностей интерактивных досок: одни необходимо подключать к компьютеру, другие же могут работать автономно.



Интерактивная доска

Консервативный подход

Интересны ли отечественным компаниям последние технологии и самое современное оборудование или до России все новинки доходят с опозданием? Как рассказали собеседники, внедрение ноу-хау в нашей стране в основном происходит очень медленно. Директор отдела «Континент Экспресс» Ольга Гулибина поведала, что в целом, с точки зрения проведения деловых мероприятий, техническая сторона вопроса остается довольно консервативной. Как правило, деловые мероприятия очень формальны по сути, и поэтому, в отличие от ивента, где внедрение новых технологий идет семимильными шагами, эта сфера пока еще не очень ориентирована на технологические новинки. Руководитель отдела FCm Travel Solutions Наталья Сидельникова отметила, что до сих пор чаще заказывают флипчарты и маркеры, а не iPad, но главное при выборе технического обеспечения – чтобы и организаторам, и участникам работать было привычно и удобно.

Более откровенно о нелюбви к ноу-хау заявляют представители непрофильных компаний, которым приходится время от времени организовывать разные мероприятия, и они занимаются этим сами, не прибегая к услугам посредников-профессионалов. В основном эти комментаторы высказывались очень резко, но предпочитали оставаться «за кадром». Они признавались, что даже если им нужно подготовить какое-то событие высокого уровня, они будут трудиться по старинке, потому что не доверяют новой аппаратуре и не верят, что она будет бесперебойно работать, а когда им рекомендуют попробовать «последнее слово техники», воспринимают такое предложение как попытку вытянуть побольше денег. Так, просившая не сообщать ее имя сотрудница крупной компании, регулярно занимающаяся организацией различных международных дискуссий, сказала, что об использовании новинок речи вообще не идет, потому что, во-первых, несмотря на то, что их организация старается сотрудничать только с солидными поставщиками оборудования, постоянно приходится сталкиваться

нюансов и порекомендуют, на чем можно сэкономить. «Разные мероприятия требуют различного комплекта оборудования, – делится секретами директор филиала ООО «СинхроТел», – и в зависимости от бюджета встречи и статусности гостей практически одни и те же функции с небольшими и почти незаметными ограничениями можно реализовать разными комплектами оборудования. Например, цифровой комплект конференц-системы и синхронного перевода Bosch с возможностью отображения видеоматериалов в FullHD-качестве при более скромном бюджете можно заменить на конференц-систему и синхрон Brahler и видеопульттовую, работающую на VGA-стандарте».

Второй («самодельный») вариант организации встреч чаще выбирают те, кто стремится сократить расходы и готов пожертвовать сложными техническими решениями ради экономии. Такие «самостоятельные» фирмы, чтобы не переплачивать посредникам, напрямую выходят на поставщиков оборудования. Этот подход оправдывает себя, если есть постоянная необходимость проводить однотипные мероприятия, для которых требуется стандартная несложная аппаратура, а занимающиеся организацией люди хоть немного имеют представление о рынке. Однако стоит понимать, что у сотрудников, скорее всего, много прочих должностных обязанностей, они попросту не в состоянии следить за полезными новинками.

Собирать аппаратуру с миру по нитке, выбирая наиболее дешевое, неправильно, когда вы проводите заметное мероприятие и приглашаете на него много высокопоставленных гостей. Солидный уровень деловой встречи предполагает серьезное техническое обеспечение: все средства должны работать в одной системе. Как разъяснил Денис Белослюдов, форумы и конгрессы нужно оснащать несколькими комплексами оборудования – взаимосвязанными между собой, включающими системы звукоусиления для залов, отображения информации для участников, телевизионной, онлайн-трансляции происходящего во время мероприятия, синхронного перевода, технической регистрации и протоколирования мероприятий, электронного голосования, освещения площадок, регистрации делегатов и участников, интерактивных информационных киосков. В процессе технической подготовки к форуму предпочтительно использовать единые технические решения. Например, оборудование Bosch позволяет с единого пульта управлять системой синхронного перевода, системой микрофонов круглого стола, купольными камерами. Системы видеотображения информации, помимо видимых всем экранов, оснащаются сложными видеопульттовыми, позволяющими работать с видеоконтентом в различном ритме, синхронизировать выдачу материалов в удобном для докладчика темпе, не создавая ограничений для сценария выступления.

с разными техническими накладками. Если проектор работает – то это уже большой праздник, об экспериментах речь вообще не идет. Лучше самим взять напрокат два примитивных прибора (второй – на случай форсмажора), чем заплатить больше за высокотехнологичный агрегат, который подведет в самый неподходящий момент. У так называемых технических специалистов, которых присылают для обслуживания сложного оборудования, очень низкий уровень знаний. Любая немного нестандартная поломка превращается в катастрофу, устранить неполадки быстро не удастся. «Нужно сначала научиться работать с тем, что есть, а потом уж можно будет говорить о переходе на новую технику». – заключил представитель компании.

Эволюция неизбежна

Однако как бы заказчики ни противились прогрессу, как бы негативно ни относились к конкретным гаджетам, но в целом постепенный переход на новую технику неизбежен. Денис Белослюдов рассказал, как идет процесс: «Мы закупаем и используем разное оборудование, следим за рынком, регулярно получаем информацию с профильных выставок и сами в них участвуем, а в прошлом году вступили в CRN – Congress Rental Network – всемирную организацию, созданную именно для обмена опытом и освоения новинок, которые приходят на конгрессный рынок. Мы плавно эволюционируем, докупая оборудование, которое дополняло бы нашу проверенную технику, и постепенно следуем за прогрессом, потому что деловые мероприятия всегда должны соответствовать времени, они не могут проводиться с использованием морально устаревшего оборудования».

Чтобы определить, какие технические средства необходимы для мероприятия, нужно обратить внимание на характеристики и ограничения места проведения.

Какие же технические ноу-хау используют профильные компании? Наталья Сидельникова делает вывод, что кардинальных новинок, к сожалению, пока нет, за исключением разве что системы видеоконференций, позволяющей осуществлять прямую видеосвязь с эффектом присутствия. Решение это недешевое, оно требует определенных технических условий, поэтому на данный момент используется редко. Если же говорить в целом о технологиях и спросе на них, то, конечно, всё чаще используют iPad вместо привычных ноутбуков, интерактивные доски вместо планшетов с бумагой и светодиодные экраны вместо проекторов. Но каждое мероприятие настолько уникально, что говорить о массовом переходе на современные технологии пока еще рано.



Использование технологии PolyVizor на открытии автосалона Mazda

© MaxMICE

Из наиболее интересных новинок Ольга Гулибина из компании «Континент Экспресс» вспомнила прозрачные экраны, на которые проецируется изображение и возникает эффект голограммы, системы интерактивной регистрации и голосования, как пультовые, так и работающие при помощи бейджей и инфракрасных сканеров, информационные интерактивные доски (они удобны, если проводится мультиконтентное мероприятие), iPad и другие планшетные компьютеры, позволяющие в режиме реального времени следить за презентацией, получать информацию о спикере, делать заметки.

Галина Грухина вспомнила еще об одном ноу-хау: «Для крупных мероприятий довольно часто предлагается smart conference IT tools – создание вебсайта, который позволяет автоматизировать и заменить «энное» количество людей на этапе подготовки, реализации и закрытия делового мероприятия. Несмотря на то, что такая услуга стоит около 2 тысяч евро плюс 5–10 евро за каждого участника, в последнее время клиенты, поняв все преимущества, заказывают данную услугу все чаще и чаще».

По словам Екатерины Гусар, постоянно появляются какие-то новые высокотехнологичные диковинки, с которыми с удовольствием знакомятся специалисты компании, посещая специальные выставки, тестируют и используют их в дальнейшем на бизнес-звантах клиентов. К недавним примерам можно отнести 3D-маппинг (это проекция видео или иллюстраций на поверхности любого масштаба с созданием иллюзии движения демонстрируемых объектов), туманный экран (иначе «дымовый экран» – создание из микроскопических капелек воды изображения, через которое возможно пройти), PolyVizor (объемная проекция в воздухе, которую удастся «потрогать»). Также можно упомянуть про интерактивный пол и рекламных роботов, хотя они существуют уже давно, а также о медиастоле с поверхностью с тач-скрином, работающим аналогично планшетным компьютерам.

«Надо понимать, что мы не всегда предлагаем абсолютно всё. Использование того или иного оборудования зависит от различных факторов. Так, 3D-маппинг, туманный экран и PolyVizor требуют в первую очередь правильного светового решения – поразжающие воображение технологии могут вызвать разочарование при невозможности достичь необходимого уровня контрастности. А вот интерактивный пол, различные тач-поверхности и роботы всегда вызывают восторг (в случае развлекательной паузы между деловыми сессиями) и повышают концентрацию внимания, помогают управлять необходимой переключаемостью (при непосредственном использовании в бизнес-программе)» – подчеркнула Екатерина Гусар.

Своими наблюдениями поделился и Денис Белослюдов: «Нередко запросы заказчиков ставят перед нами очень интересные задачи, для решения которых мы используем последние новинки. Всё чаще для обеспечения комфорта гостей применяются беспроводные технологии, начиная от индивидуальных приемников синхронного перевода речи, микрофонов конгресс-систем, пультов для электронного голосования и заканчивая организацией мобильной пресс-зоны с возможностью дистанционной печати с мобильных индивидуальных устройств. Используется много уникального программного обеспечения. Начали все чаще задействовать системы внутреннего телевидения, трансляции из залов проведения мероприятий. Таким образом создается единое информационное пространство либо внутри конгрессной территории, либо организуется возможность наблюдать происходящее онлайн. Также распространяются прочие онлайн-сервисы, всё больше совещаний бизнес-партнеры посещают не лично, а довольствуются виртуальным присутствием с помощью видеоконференцсвязи. Проекционное, видеооборудование и прочие системы отображения информации на мероприятиях тоже эволюционируют. Формат передачи изображения VGA понемногу вытесняется HDMI для трансляции видеосигнала в FullHD-качестве, всё больше мероприятий оснащается именно таким оборудованием. ■



Праздник как тема для инcentива

Подготовил Александр ПОПОВ

Формируя программу MICE-поездки, интересно подгадать ее под какой-либо праздник или фестиваль там, куда намечено путешествие. Особенно удобным местом для этого может стать Мальта. Эта маленькая страна по количеству ежегодных праздников и фестивалей занимает, пожалуй, первое место в Европе.

Здесь особый стиль жизни. Множество поводов повеселиться подарила богатая история страны, особенно победы, одержанные легендарными мальтийскими рыцарями: в течение года здесь проводится около ста светских праздничных мероприятий. Огромную роль играет и религиозность мальтийцев. Дни своих святых покровителей отмечают более 150 городов и деревень Мальты.

Праздничный календарь года открывает карнавальная неделя, которая начинается в Валлетте перед Великим постом. Шутки, веселье, музыка, песни, конкурс танцев под открытым небом, костюмированные шествия, потрясающие фейерверки. Первая известная дата карнавала относится к 1535 г.

Фесты

Летом, когда начинается сезон фест (так здесь называют праздники), они устраиваются почти каждый выходной. Нередко несколько в один день. Особенно шумно фесты проходят в Меллихе, Нашшаре, Мосте и Виктории: гремят залпы фейерверков, звучат оркестры, несется музыка из автомобилей. Причем молодежь нередко усили-

вает звуковую мощь своих авто с помощью усилителей и колонок, которые выставляются на крышах или в кузовах машин (на Мальте, кстати, более 260 тыс. автомобилей при населении около 400 тыс. человек).

Одна из важнейших частей праздника – торжественная процессия. Во время религиозной фесты кульминацией становится вынос статуи святого из церкви и торжественное шествие с ней под музыку оркестра. В дни фесты церковь и примыкающие улицы украшают разноцветными полотнищами, флагами, цветами, электрическими гирляндами.

Одни фесты отмечаются только в рамках церковного прихода, другие – в общемальтийском масштабе. К таким событиям относится, например, Праздник тела Христова, который отмечается в июне во всех городах и деревнях с центром в приходе св. Доминика в Валлетте.

Феста, посвященная кораблекрушению судна св. Павла в 60 г. н.э. – один из крупнейших праздников начала года – проходит в Валлетте в первой декаде февраля. Корабль, на котором апостола везли в Рим на суд, тогда потерпел крушение у берегов острова. Апостол и вся команда, как известно, счастливо спаслись. Так на Мальту пришла вера. Когда статую святого выносят из церкви, в воздух выпускают множество голубей. Праздник отмечается всенародно с красочными фейерверками, украшением улиц и домов, а также оркестровым парадом. Этот день на Мальте выходной.

Имнарья (от лат. *luminaria* – освещение, иллюминация) – феста, посвященная свв. Петру и Павлу, фольклору и земледелию. Празднование начинается 29 июня в парке Бускет-Гарденс и продолжается двое суток. В программе – песни, танцы, скачки и, конечно, традиционный мальтийский ужин и огни фейерверков.

День Вознесения Девы Марии одновременно проходит в восьми городах Мальты 15 августа. Большинство фест устраивается по воскресеньям, но у этого праздника фиксированная дата. Одновременно отмечается и День Конвоя Св. Марии. Так совпало, что именно 15 августа 1942 г., прорвав блокаду, на Мальту прибыл танкер *Ohaio*, входивший в состав Конвоя Св. Марии из 14 судов, которые шли на помощь мальтийскому гарнизону с грузом продовольствия, топлива и вооружения. Танкер подвергся жестоким атакам с воздуха, одна из бомб взорвалась в машинном отделении, а на его палубу обрушился подбитый бомбардировщик.

Феста Девы Марии Победительницы, которая отмечается 8 сентября в Валлетте, Сенглее, Нашшаре и Меллихе на Мальте и в Шара на Гозо, посвящена одновременно победе над турками в Великой Осаде 1565 г., капитуляции французов в 1800 г. и окончанию бомбардировок Мальты во Второй мировой войне в 1943 г. В Валлетте в этот день проходит традиционная лодочная регата в Большой гавани. В ней участвуют разноцветные мальтийские лодки дайса.

Незабываемое зрелище разыгрывается на фоне крепостных стен. К праздничным событиям можно отнести и Международный джазовый фестиваль, который с 1990 г. ежегодно проводится каждый третий уикенд июля на набережной Та'Лиесс (Ta'Liess) в Большой гавани у подножия крепости. В списке приезжих знаменитостей фестиваля немало имен всемирного значения. Это Al de Meola, Chick Corea, Joe Zawinul, Tuck & Patti, Diana Krall, Betty Jackson, Bill Evans, Ellowjackets... Многие из них выступали на Мальте не раз. Знаменитый Chick Corea сказал: «Мальта – одно из лучших мест для фестивалей на открытом воздухе».

Особенно любят на Мальте Рождество и Новый год. Причем Рождество – это даже не праздник, а целый христианский фестиваль. Главные действующие лица – дети. Почти в каждом городе и деревне проходят их шествия со статуями младенца Иисуса, сопровождающиеся пением рождественских колядок. В приходских церквях служат полночную мессу, во время которой проповедь читает ребенок, одетый церковным служкой.

Театрализованные представления

Специально для туристов уже более 40 лет в форте Св. Эльмона на плацу Piazza d'Armu более двадцати раз в год разыгрывается костюмированное представление на рыцарские темы – InGuardia. История парадов уходит в глубокое прошлое, во времена расцвета Мальтийского ордена. В основе сюжета лежит «инспекторская проверка» боеготовности гарнизона форта.

В спектакле участвуют около ста человек в костюмах и с вооружением конца XVI – нач. XVII вв., все участники – актеры-любители, что видно и по их выправке. Солдаты маршируют, фехтуют, стреляют из мушкетов и пушек, под конец, развернув знамена, проходят торжественным маршем. Через громкоговорящую сеть идет комментарий на нескольких языках, правда, кроме русского. Лучше всего за «инспекцией» наблюдать с балконов второ-

го этажа окружающих плац казарм. После окончания спектакля его участники, включая командора, фотографируются со зрителями. Это красочное зрелище собирает до 1500 гостей.

В форте Сент-Эльмо можно также посмотреть аналогичный спектакль-реконструкцию Alarmel, посвященный противостоянию мальтийцев и французов в 1798–1800 гг. В сценарии отражены все этапы событий: оккупация острова, восстание маль-

тийцев, блокада французских гарнизонов, капитуляция оккупантов.

Мальта – небольшая страна, расстояния всюду маленькие, а праздников много. Для того чтобы не пропустить ничего интересного, нужно всего лишь знать календарь событий.

Познакомиться с подробным календарем культурных событий на Мальте можно на сайте www.visitmalta.com. ■

МАЛЬТА
По делу и на отдых...

www.visitmalta.com/business-travel
Email: mice@malta.ru

airmalta.com

МАЛЬТА
MALTA GOZO COMINO

МАЛЬТИЙСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПО ТУРИЗМУ Отдел MICE

Тел.: + 00356 2291 5204/6

Контакт: г-жа Надин Бринкат

E-mail: nadine.brincat@visitmalta.com

[www.visitmalta.com/
business-travel](http://www.visitmalta.com/business-travel)



Стамбул предлагает множество вариантов разных ин센тивов. Город с уникальной историей и культурой, где смешались европейская и восточная культуры, привлекателен и для деловых туристов.

Стамбул давно полюбился деловым путешественникам из России. Удобное географическое положение – меньше трех часов лета от Москвы, развитая деловая и гостиничная инфраструктура, приветливый, опытный и расторопный персонал, множество возможностей отдохнуть после тяжелых переговоров или напряженного дня на выставке – всё это делает Стамбул одной из деловых столиц Востока.

Подготовила Александра ЗАГЕР

Восточная сказка

В путь – дорогу

Российское представительство глобальной швейцарской корпорации KUONI компания «KUONI-Мегаполиус-турс» совместно с деловыми партнерами: Turkish Airlines, сетью отелей Marriott International и компанией Aquamisce организовали корпоративный выезд в Стамбул для того, чтобы показать новые возможности по организации выездных корпоративных и ин센тивных мероприятий для крупнейших корпоративных клиентов компании.

Благодаря компании Turkish Airlines поездка в Стамбул теперь комфортна и безопасна, рейсов – множество, всегда можно выбрать подходящий и спокойно отдохнуть в полете. Из Москвы выполняются рейсы в Стамбул, Анкару и Анталию.

Авиакомпания располагает самым молодым авиапарком (185 самолетов семейства Boeing и Airbus) в Европе, который будет увеличен в течение ближайших пяти лет до 250 самолетов.

Turkish Airlines – первая европейская авиакомпания, получившая по итогам 2007 г. статус четырехзвездной авиакомпании от престижного мирового лидера SkyTrax, специализирующегося на изучении качества услуг, предоставляемых авиакомпаниями. В 2011 и 2012 гг. SkyTrax присвоила авиакомпании награду в номинациях

«Лучшая авиакомпания Европы», «Лучшее кресло в премиум- и экономклассе» и «Лучшее питание в экономклассе».

В настоящее время регулярные рейсы через Стамбул из аэропорта Ататюрка осуществляются более чем по 200 направлениям. Ежедневно из Москвы в Турцию компания выполняет 40 рейсов: из терминала А аэропорта Внуково – четыре рейса в Стамбул и по одному рейсу в Анкару и Анталию.

У авиакомпании – три класса обслуживания: бизнес, комфорт и экономический. Бизнес и экономический классы есть на всех рейсах, класс комфорт появляется только на дальнемагистральных. Все самолеты авиакомпании оснащены системой развлечений, поэтому в течение полета можно посмотреть фильм, послушать музыку, поиграть в игры, проследить за прохождением полета по интерактивной карте. Кроме того, обязательно надо отдать должное бортовой кухне – по своим качествам бортовое питание Turkish Airlines не уступает иным ресторанам.

На обратном пути участники фам-трипа имели возможность ознакомиться с работой бизнес-зала Turkish Airlines, где к услугам пассажиров кинозал, игровой зал, ресторан шведский стол, библиотека, бильярдный стол и многое другое. Инте-

ресно, что для удобства и спокойствия пассажиров в зале нет никаких объявлений по громкой связи. Вся информация о полетах – только на табло, впрочем, они расположены во многих точках бизнес-зала, и узнать информацию о своем рейсе не составляет труда.

Стамбул благодаря его географическому положению часто называют центром международного трансфера. В связи с этим авиакомпания Turkish Airlines предложила тем своим пассажирам, у которых время ожидания между рейсами составляет от 7 до 10 часов в зависимости от класса полета воспользоваться тем или иным бесплатным туром по историческим и культурным местам Стамбула. Вместо того чтобы терять целый день в аэропорту, можно погулять по древнему городу, соединяющему Европу и Азию. Входные билеты в музеи и обед также предоставляются бесплатно.

Дворцовая роскошь, домашний уют

Отели цепочки Marriott International представлены в Стамбуле достаточно широко и обладают прекрасными возможностями для проведения мероприятий самого разного уровня и размера. Так, отель **The Ritz Carlton Istanbul** расположен в престижном районе Долмабахче, примерно в получасе езды от международного аэропорта

Мнение эксперта

Ферхад САДАЙ, исполнительный директор компании Aquamisce

Стамбул, получивший титул Культурной столицы Европы в 2010 г., становится всё более популярным у туристов со всего мира, включая Россию. Город с уникальной историей и культурой, где смешались европейская и восточная культуры, привлекателен и для деловых туристов. Впрочем, помимо культурно-исторических ценностей Стамбул привлекателен и с точки зрения удобства проведения мероприятий. Его номерной фонд равен 150 000 мест, и эта цифра постоянно растет. Развиваются также и площадки для проведения мероприятий. Таким образом, сегодня в Стамбуле можно найти отель и площадку, удовлетворяющие практически любые требования заказчика.

Кроме того, Стамбул можно называть одним из самых популярных центров конгрессного туризма. Это связано с тем, что в городе есть прямые рейсы практически из всех городов Европы и Азии и визовый режим со многими этими странами или упрощен, или вовсе отсутствует. Здесь есть всё необходимое – от отелей до конференц-центров, чтобы провести мероприятие практически любой сложности, а в свободное от заседаний время делегаты смогут насладиться бесценным культурным наследием города.

Если говорить о Турции в целом, то для крупных российских групп самым популярным и востребованным направлением остается Анталия. Это связано с большим количеством относительно дешевых чартерных рейсов и огромной отельной базой региона. Причем многие отели имеют прекрасные конгрессные возможности.

Однако наша компания старается преодолеть стереотип об Анталии как о единственном месте, интересном для MICE-групп из России. В Турции таких направлений гораздо больше, и одно из них – Стамбул. Здесь можно организовать интересные тимбилдинги и инсентивы. Цены на проведение мероприятий в Стамбуле вполне разумны и сбалансированы. Однако стоит учитывать, что в пик сезона, а в Стамбуле это весна и осень, цены обычно более высокие, чем в другие периоды.

Ататюрк, недалеко от площади Таксим и торговых улиц. В отеле 244 номера различных категорий, практически все они имеют боковой или фронтальный вид на Босфор. Под конференц-залы здесь отведен целый этаж, где можно провести и небольшую встречу, и крупную конференцию. Общая площадь всех конференц-площадок отеля составляет 2403 кв. м.

Самое крупное помещение – бальный зал, его площадь равна 750 кв. м, он может вместить порядка 650 человек одновременно. Также на этом этаже расположены еще восемь конференц-залов разной вместимости, где можно провести пресс-конференцию, деловой завтрак, презентацию или заседание. Также к услугам гостей скоростной беспроводной Интернет, бизнес-центр, хорошее техническое оснащение и умелый, квалифицированный персонал. Кроме того, на втором этаже отеля работает открытая



Turkish Airlines выполняет еженедельно 40 рейсов из Москвы в Турцию

Мнение эксперта

Екатерина ЖИТКОВА, специалист отдела маркетинга компании Turkish Airlines

Специально для наших корпоративных клиентов была создана программа Turkish Corporate Club. Членом Turkish Corporate Club России может стать любая общественная или частная компания, которая осуществляет свою деятельность в России, и любая некоммерческая организация России. Туристические компании и авиакомпании членами клуба быть не могут. Для того чтобы стать членом клуба, компания должна иметь более 10 000 евро бюджета для расходов на путешествия. Подать заявку на членство можно, просто заполнив регистрационную форму на сайте <http://www.turkishairlines.com/ru-ru>.

Вступление в клуб дает ряд таких привилегий, как эксклюзивные скидки на полеты из России в бизнес-, комфорт- и экономическом классах для компаний сразу после того, как они подпишут договор об участии в корпоративном клубе. Скидки будут определены на основе предполагаемых годовых объемов продаж участника программы. Компании должны сообщить нам о туристических агентствах – членах IATA, с которыми они работают или будут работать. Затем тарифы с корпоративными скидками будут загружены в системы бронирования этих туристических агентств. После этого туристические агентства будут уполномочены осуществить бронирование и оформление билетов для компаний – членов программы с учетом скидок. Участники программы не должны будут оплачивать штрафные санкции за перебронирование, изменение маршрута или возврат билетов. Участникам предлагается премиальная схема, на основе которой по достижении определенного объема годовых билетных продаж авиакомпания предоставляет бонусные билеты. В зависимости от объема продаж компания – участница программы может получить право на увеличение нормы провоза багажа до 10 кг. Кроме того, каждая компания-участница получает определенное количество карт корпоративного клуба, которая дает возможность пользоваться VIP-залами ожидания в аэропортах, стойками регистрации на рейс для пассажиров бизнес-класса на все международные рейсы Turkish Airlines, вылетающие из России.

площадка с бассейном, которая отлично подойдет для небольших презентаций и конференций. Большинство залов отеля имеет прекрасный вид на Босфор.

Участники фам-трипа получили уникальную возможность посетить только что открывшийся **Renaissance Istanbul Bosphorus Hotel**. Это крупный бизнес-отель, расположенный в европейской части Стамбула между районами Таксим и Левент, в нескольких минутах ходьбы от главной шлюпочной гавани Босфора. В отеле 212 номеров разных категорий с прекрасным панорамным видом на Босфор и город.

Все номера оборудованы с учетом потребностей деловых клиентов. Отель также обладает и прекрасными конгрессными возможностями: здесь есть 12 полностью технически оснащенных переговорных комнат, а также бальный зал-трансформер общей площадью 425 кв. м. При необхо-

димости его можно разделить на три части. Зал может вместить до 350 человек одновременно. Кроме того, в отеле есть вместительный ресторан и бар на крыше, откуда открывается потрясающий вид на город и Босфор.

Гостиница **Edition Hotel** поражает воображение дизайном и технической оснащенностью. Все номера здесь сделаны в концепции «умного дома» и управляются с помощью пультов. Здесь есть конференц-залы трансформеры и шикарный бальный зал на последнем этаже, общая площадь конференц-площадок отеля – 2131 кв. м. Помимо стандартных залов и переговорных комнат здесь имеется и зал в истинно восточном стиле – с диванами и подушками вместо стульев. Отель расположен в европейской части города, недалеко от метро и крупных торговых центров. При отеле работают знаменитый итальянский ресторан Cipriani и ночной клуб Billionaire.

Мнение эксперта

Анна СИДОРЕНКО, старший менеджер по продажам глобального офиса Marriott International в России

Мы знаем, что эффективные мероприятия начинаются с успешного планирования, поэтому мы создали программу поощрения организаторов, которые могут накапливать бонусные очки или мили, проводя мероприятия и размещая группы в отелях, участвующих в программе брендов Marriott International. Это своего рода продолжение программы лояльности Marriott Rewards, и баллы здесь накапливаются по тому же принципу.

Элитный статус программы можно получить, проведя лишь одно мероприятие в календарном году. Тем самым вы уже заработаете 10 элитных ночей, которые позволят, в свою очередь, получить «Серебряный статус» Marriott Reward. При бронировании в отелях сети по всему миру от 10 номеров хотя бы на одну ночь можно получить до 50 000 очков или до 15 000 бонусных миль. 50 000 очков – это две бесплатные ночи проживания в отеле категории пять звезд. Впрочем, способов потратить очки множество – 250, если быть точной. Это может быть бесплатный отпуск в 3600 отелях Marriott International по всему миру, гольф- и спа-пакеты, бонусные мили в 34 авиакомпаниях или кредиты на будущие мероприятия. Стоит учитывать также, что программа Marriott Rewards не имеет «закрытых дат», тратить свои бонусы можно в любое удобное время.

Более подробную информацию о бонусах для деловых и частных клиентов можно получить по адресу www.marriottrewards.com.

Город контрастов...

Компания Aquatise организовала для участников фам-трипа прекрасную культурно-познавательную программу.

История Стамбула настолько богата и разнообразна, что любая экскурсия по нему будет полна впечатлений. Стамбул, как известно, называли Вторым Римом. Впрочем, тогда его официальное название было Константинополь, и был он оплотом могущественной Византийской империи. А символом «золотого века» Византии был патриарший собор Св. Софии, ныне имеющий официальное название Музей Ая-София. Собор стоит в центре города, рядом с султанским дворцом, в районе Султанахмет, прямо напротив не менее знаменитой Голубой мечети. Больше тысячи лет этот собор считался самым большим христианским храмом в мире. Построил его византийский император Константин и назвал не в честь какой-

то конкретной святой или женщины, а в честь мудрости (софия по-гречески – «мудрость»). Как и многие древние храмы, храм Св. Софии много раз горел и перестраивался. Интересно, что строительный материал привозили из древних античных храмов, показывая тем самым, что античность осталась в далеком прошлом, а единственная возможная религия – христианство. Собор поражал великолепием, и по городу разошелся слух, что в его строительстве принимали участие божественные силы. Надо сказать, что даже сейчас, по прошествии стольких лет, собор-музей не утратил своего величия. В середине XV в. Константинополь был завоеван мусульманами, а христианский собор Св. Софии превратился в мечеть Ая-София. К нему пристроили четыре минарета, а алтарь переделали в михраб и переориентировали с востока на юго-восток, на Мекку. Многие фрески уцелели благодаря тому, что были просто

замазаны штукатуркой. Теперь архангел Михаил мирно соседствует с надписями из Корана.

С 1935 г. в соответствии с декретом Ататюрка собор-мечеть – музей. Занятно, что на перилах верхней части собора сохранились рунические надписи, начертанные, предположительно, воинами-наемниками средневековых византийских императоров.

Дворцовый комплекс Топкапы (Торкарі) – место, где можно почувствовать колорит настоящих восточных правителей. Несколько столетий подряд это место было родовым гнездом для правителей великой Османской империи. Здесь жила и плела интриги ставшая почти легендарной Роксолана. Кстати, она была первой женщиной, которой удалось заключить официальный брак с султаном. Отсюда отправлялся в свои смертоносные походы Сулейман Великолепный. Сейчас это музей и парк. Он устроен по принципу четырех дворов. Главные ворота ведут в первый двор с подсобными и служебными помещениями. В следующем дворе была расположена казна и канцелярия, в третьем дворе – гарем и внутренние покои, а также школа подготовки будущих дворцовых работников, а в последнем – покои султана, павильоны Реван, Софа и Меджидие, башня Башлала. Представить восточный город без базара невозможно, поэтому быть в Стамбуле и не посетить, хотя бы с познавательными целями, Гранд Базар – преступление. Это один из самых крупных крытых рынков в мире. Базар расположен в старой части города и занимает огромную площадь, там несколько десятков улиц и порядка 4000 магазинов. Здесь можно купить буквально всё что угодно: от сувениров и ювелирных украшений до ковров и дизайнерских сумок. Рынок был построен в XV в. и с тех пор только расширялся. Интересно, что многие улицы названы по тому же принципу, по



Символ «золотого века» Византии – патриарший собор св. Софии

которому названы улицы в центре Москвы, по названию товаров, которые на них продавались.

Одной из уникальных достопримечательностей Стамбула является цистерна Базилика – одно из древних византийских подземных водохранилищ. Собственно, в переводе с греческого цистерна и есть водохранилище. Сейчас под Стамбулом, в буквальном смысле «под», найдено порядка сорока таких цистерн, но эта – одна из самых крупных и древних. Цистерна представляет собой подземелье со сводчатым потолком, поддерживаемым колоннами, заполненное пресной водой. Вода сюда поступала по акведукам, один из них, к слову, цел до сих пор. Интересно, что в основании некоторых колонн лежат остатки античных статуй, причем лежат как попало, что подчеркивало, с точки зрения древних строителей, торжество христианства над античным язычеством. Цистерна Базилика находится в Старом городе, недалеко от собора Св. Софии.

...Город хлебный

Перефразируя известную поговорку, можно сказать, что Стамбул – город хлебный. Причем в прямом смысле этого слова. В какой бы ресторан вы ни пришли, первое, что вам поставят на стол, будет вкуснейший хлеб, зачастую только что выпеченный.

В Стамбуле множество ресторанов с самой разнообразной кухней, но прежде всего здесь стоит отдать должное кухне восточной. Пожалуй, любая трапеза, кроме завтрака, начнется здесь с традиционных закусок, мезе: кус-куса, хумуса, баклажанов, долмы, маслин.

Здесь прекрасно готовят как баранину, так и рыбу, а на десерт можно побаловать себя рахат-лукумом, пахлавой, вареньем из грецких орехов, нугой – набор восточных сладостей велик. Кофе по-турецки неслучайно подается в маленьких чашечках, одного-двух глотков достаточно, чтобы взбодриться на весь день.

Ресторанов в Стамбуле великое множество – и в европейской части города, и в азиатской, поэтому выбор будет довольно сложным.

Для обеда прекрасно подойдет ресторан Karakol, он расположен в первом дворе дворца Топкапы, в парковой зоне. Поесть можно как в помещении, так и в саду. Это будет очень удобно для тех, кто решил посвятить день экскурсиям по историческим памятникам и не хочет далеко от них уходить.

Пужинать стоит в Девичьей башне (Maiden's Tower). Эта башня – один из символов города – расположена на крохотном острове посреди Босфора. Как и положено весьма древнему сооружению, башня успела побывать и маяком, и тюрьмой, и сторожевой вышкой. И, разумеется, ее строительство овеяно массой легенд. Так, по одной из них, башню построил один из турецких султанов для своей дочери, которой напороочили смерть в 18 лет. Султан спрятал ее в башне, но на

Мнение эксперта

Екатерина НИКИТИНА, руководитель департамента Business Travel & MICE компании «KUONI-Мегаполис турс»

На борту самолета авиакомпании Turkish Airlines, вылетающего в «Стамбул – город контрастов», в голову упрямо лезли строки Сергея Есенина... «Никогда я не был на Босфоре, ты меня не спрашивай о нем»... Как, все-таки, здорово – подумала я, что мы живем в XXI в, и что у нас, в отличие от ярчайшего представителя русской классики есть возможность побывать в этой чудесной стране и показать, корпоративным клиентам нашей компании, все краски крупнейшего города мира, раскинувшегося на двух частях света, – Европы и Азии, искусно вплетающего в современную историю страны, веки христианского культурного наследия. Мое глубочайшее убеждение, что потенциал Стамбула, с точки зрения организации выездных инсентивных и корпоративных мероприятий, огромен и я, каждый раз, прилетая в этот город, не перестаю в этом убеждаться. Город, каждый год, предстает в новом обличье, распахивая двери вновь открывшихся международных современных гостиниц высокого уровня сервиса и конференц – возможностей, удивляя новыми площадками для проведения корпоративных мероприятий. Здесь представлены гостиницы ведущих мировых брендов, есть очень неплохие местные гостиницы, различной категории, так что подобрать вариант расселения группы, с учетом требований, практически, любой тревел-политики, не составит труда. Вариантов проведения мероприятий здесь множество, чему способствует и географическое положение города, его история и деловая инфраструктура. Турция – всегда умела предоставить высококлассный туристический и конгрессный сервис!

Стамбул, как корпоративное MICE-направление, круглогодично в тренде, и спрос на него, у корпоративных заказчиков – уверенно растет из года в год! В многолетнем профессиональном портфолио компании KUONI-Мегаполис турс представлены различные варианты организации и проведения корпоративных и инсентивных программ в Стамбуле, с элементами культурно-ознакомительных и тимбилдинговых программ. Клиенты нашей компании проникаются гостеприимством, духом и дружеской атмосферой удивительного города, на стыке Европы и Азии, и однажды побывав в нем, всегда возвращаются еще раз, зарядиться новыми впечатлениями и положительными эмоциями, оторвавшись на несколько дней от бизнес суеты!

день рождения преподнес корзину с фруктами, куда заползла ядовитая змея, которая и укусила девушку. У этой легенды есть трагический и счастливый конец. В первом случае девушка погибает, а во втором – ее спасает прекрасный юноша, который успевает отсосать змеиный яд.

В наши дни Девичья башня – прекрасный ресторан на воде, столы стоят вокруг башни, а на самом вершине есть небольшой крытый бар.

Добраться туда можно на прогулочных кораблицах, которые регулярно отходят с главной пристани Стамбула.

В ресторане можно заказать как ужин по меню, так и шведский стол, что удобно для многочисленных групп.

Другим чудесным местом для ужина может стать ресторан и клуб Reina. Ресторан расположен на берегу Босфора и внешне напоминает палубу гигантского лайнера. Он разделен на сектора, так что кухню можно выбрать по вкусу – китайскую, японскую, восточную. А в центре – танцпол и бар, где можно веселиться до утра. Часть помещений ресторана находится под крышей, часть – на открытом воздухе. ■



Бальный зал отеля The Ritz Carlton Istanbul способен вместить до 650 гостей одновременно



Эксперты оценивают поток туристов в Одессу в среднем в 1 млн. туристов за лето

Удачно расположенная географически, Одесса с самого начала стала важным торговым, промышленным и научным центром Российской империи, Советского Союза, а теперь и Украины.

Одесса – один из таких городов, которые, увидев однажды, сохраняешь в памяти навсегда. Слово «Одесса», произнесенное в любом уголке мира, непременно вызовет улыбку, теплые воспоминания или мечты о «Жемчужине у моря».

Жемчужина у моря

Эксперты оценивают поток туристов в Одессу в среднем в 1 млн. туристов за лето. Ведь Одесса – круизная столица Украины.

Компания «Тартус-Тур» имеет большой опыт в приеме и обслуживании гостей Одессы.

Компания является ассоциированным членом Ассоциации «Средиземноморские круизы» и готовила программу пребывания в Одессе представителей крупных компаний, таких как: «Карнивал», Sea Dream, Classic Cruises, Thomson Cruises на съезде ассоциации, который прошел в городе в середине сентября.

Менеджеры отдела туризма компании «Тартус-Тур» – высококвалифицированные профессионалы своего дела и знают туристический продукт досконально. Но самое главное – они очень трепетно относятся к каждому клиенту, заботясь о туристах на всех этапах путешествия, лично контролируя всё до мелочей.

Сотрудники «Тартус-Тур» обслуживают суда, прибывающие в порты Чёрного моря Одессу, Ялту, Сочи, Севастополь. Крупные международные компании доверяют им судьбы своих клиентов, зная, что менеджеры «Тартус-Тур» научились понимать, улавливать, а главное – реализовывать любые клиентские пожелания. Компания постоянно расширяет список предоставляемых услуг, ищет возможности по улучшению сервиса, и просто старается стать лучше и привлекательнее для клиентов. И клиенты это ценят, ведь они приходят снова и снова, постепенно становясь друзьями. «Тартус-Тур» – дружелюбная компания, у нее даже есть «Клуб Друзей фирмы Тартус».

Деловой туризм сегодня пользуется едва ли не большей популярностью, чем рекреационный.

Актуальными являются корпоративные мероприятия: отдых на природе, активные игры, тимбилдинги. Корпоративный отдых заряжает и сплачивает сотрудников компании. Грамотно подобранная концепция корпоративного отдыха это: укрепление корпоративного духа, более тесные рабочие отношения, укрепление неформальных коммуникаций, отдых на природе, хорошее настроение. Участники корпоративного мероприятия погружаются в активную деятельность, которая требует взаимной поддержки, слаженных действий, проявления инициативы, принятия групповых решений.

У компании «Тартус-Тур» есть широкий спектр предложений различных МТСЕ-программ. Компания готова организовать различные мероприятия в Одессе «под ключ» – от организации перелета и встречи в аэропорту до прощального трансфера. У клиентов компании есть возможность посетить знаменитый Одесский театр оперы и балета по специальной программе и встретиться с исполнителями. Компания может организовать винный тур с посещением нового дегустационного центра одного из одесских винозаводов, прогулку на яхте по Одесскому заливу с выходом в откры-

тое море. Одесса славится своим хлебосольством, в чем могут убедиться гости компании «Тартус-Тур», приняв участие в кулинарном туре с «международными» одесскими разносолами.

Также среди инсентив- и тимбилдинговых программ компании есть такие варианты, как:

- «Призрак оперы, или тринадцатое из семи чудес», – для тех, кто хочет проявить себя, оказавшись в костюме Риголетто на сцене лучшего в мире театра;
- обед «от Тёти Сони с Привоза» с биточками из анчоусов и бычков;
- киносъемки в городе с розыгрышем сцены из фильма «Броненосец «Потемкин»»;
- «Двенадцать стульев, или бриллианты любят все» – тур по следам любимых героев;
- «Я – Лёва Задов, со мной шутить не надо», а также образы Мишки Япончика и Соньки Золотой ручки – игра для любителей романтизированных криминальных авторитетов;
- «Та наши катакомбы – это же лучше чем лабиринт Минотавра», тимбилдинг для тех, кто хорошо ориентируется в пространстве.

Это лишь немногие из сценариев для проведения корпоративного отдыха. Любая программа по клиентскому запросу выполнима! ■



000 «Тартус-Тур»

Москва:
ул. 2-я Тверская-Ямская,
18, оф. 201, м. Маяковская
Тел/факс: +7 499 251 1983/93
E-mail: cruise@tartustour.ru
Реестровый номер МТЗ 004 941Т0В

Одесса:
ул. Жуковского, 32
Тел.: + 380 482 429122 /114
Факс: + 380 48 728 1475
E-mail: inbound-t@optima.com.ua

"КОНКОРД" - ГАРАНТ ВАШЕГО УСПЕХА НА ВЫСТАВКАХ



Выставочный сервис:

- разработка выставочной концепции
- организация экспозиций
- разработка дизайн-проектов и единого стиля экспозиций
- строительство и оформление стандартных и эксклюзивных стендов
- оформление таможенных грузов
- подготовка и организация деловой программы
- все виды рекламной продукции и PR-поддержка
- аккредитация
- услуги по организации поездок на выставки

Услуги:

- бронирование и размещение в гостиницах различных категорий
- авиа- и железнодорожные билеты
- полная визовая поддержка и медицинское страхование
- транспортное обслуживание
- экскурсионная и культурная программы
- VIP-обслуживание



Группа компаний "КОНКОРД"

127055, Москва, Тихвинский пер., д.11, стр.2, тел.: (495) 961-11-99
191023, Санкт-Петербург, ул. Садовая, 28-30, офис 23, телефакс: (812) 335-08-80/81/82
e-mail: reception@concordgroup.ru, www.concordgroup.ru