

«СТРОИМ ОТЕЛЬ»



Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 1003-1101-2019

С 27 октября по 5 ноября 2019 года

1. Безопасность средств размещения

В Саранске прошел семинар по антитеррористической защищенности отелей и гостиниц

Происшествия в гостиницах, связанные с безопасностью

В Ивановской области потушили пожар в отеле на воде

В Казани более 30 детей отравились в отеле

Футбольная лига поделилась версией госпитализации детей в Казани

2. Государственное регулирование туристско-гостиничной отрасли

Туроператоры попросили власти не регулировать цены на отели на международных событиях

Отельеры постоят за ценой

3. Туристская и гостиничная недвижимость Москвы и московского региона: аналитика, новости

Москва нарастила число хостелов после их запрета в многоквартирных домах

Турецкие отельеры изучат возможности для строительства гостиниц в Подмосковье

4. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

ФАС рассмотрела жалобу «Опоры России» на деятельность Booking.com

Отельеры выселяются из Плеса. Гостиничные объекты выставляются на продажу

Трансмашхолдинг представил концепт "отеля на колесах"

5. Юридический практикум для специалистов туристского и гостиничного рынка

Закон Хованской: что делать, чтобы соответствовать

6. Практика, новинки и события туристско-гостиничного дела за рубежом и в странах СНГ

В отелях ряда стран Азии можно будет остановиться бесплатно.

7. Интересное для отельеров

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

Городской отель INSTAGRAM & FACEBOOK. Топ- 7 распространенных ошибок продающего контента

Ссылки Instagram. Используем правильно.

Не просто предмет интерьера: как телевизор способствует росту выручки отеля

«Пикаптесь» на здоровье

Если у сообщения имеется значок *): - приводимые в сообщении СМИ или персональном интервью фактические и аналитические данные и прогнозы могут содержать информацию, не подкрепленную реальными показателями гостиничного рынка, либо основанную только на отдельных сегментах рынка.

1. Безопасность средств размещения

В Саранске прошел семинар по антитеррористической защищенности отелей и гостиниц

24 октября в Саранске по инициативе аппарата Антитеррористической комиссии Республики Мордовия на базе Национальной библиотеки имени А.С. Пушкина состоялся семинар по вопросам антитеррористической защищенности отелей, гостиниц и хостелов, расположенных на территории Республики Мордовия. Организатором мероприятия, участие в котором приняли представители регионального гостиничного бизнеса, выступило Министерство спорта, молодежной политики и туризма Республики Мордовия.

В программе семинара рассматривались последние изменения в законодательстве и нормативных актах, регламентирующих основные вопросы обеспечения антитеррористической защищенности объектов, предоставляющих гостиничные услуги. Обсуждались различные вопросы, в том числе порядок взаимодействия задействованных служб и персонала при угрозе и совершении теракта, а также проведение учений и тренировок.

Начальник отдела обеспечения деятельности АТК Республики Мордовия Управления Главы Республики Мордовия по вопросам общественной безопасности и противодействия коррупции Евгений Бахмистеров рассказал отельерам о порядке установления уровней террористической опасности, предусматривающих принятие дополнительных мер по обеспечению безопасности личности, общества и государства, а также о порядке информирования об угрозе совершения или о совершении террористического акта на территории гостиницы.

«К сожалению, угрозы террористического характера продолжают оставаться актуальными. Задачу по их недопущению призваны решать не только соответствующие государственные органы, но и организации, независимо от форм собственности. Юридические лица, занимающиеся гостиничным бизнесом и иным размещением людей, - не исключение. Антитеррористическое законодательство обязывает руководителей этих организаций проводить антитеррористические мероприятия на своих объектах, в том числе составлять на них паспорт безопасности, осуществлять взаимодействие с государственными органами, проводить учения и инструктажи, обеспечивать охрану и безопасность», - подчеркнул Евгений Бахмистеров.

В рамках семинара были проанализированы итоги проверки реализации объектами гостиничного комплекса республики дополнительных мер, предусмотренных Порядком установления уровней террористической опасности, утвержденным Указом Президента РФ от 14 июня 2012 года № 851. Проверка, проведенная в рамках антитеррористического учения, показала, что в целом сотрудники служб безопасности и администраторы гостиниц знают порядок проведения эвакуации людей в случае угрозы или совершения террористического акта. Однако был выявлен и ряд недостатков, для устранения которых даны соответствующие рекомендации.

В ближайшее время региональным Министерством спорта, молодежной политики и туризма в помощь отельерам республики планируется разработать методическое пособие, в котором найдут свое отражение, в том числе, и практические советы по вопросам выполнения требований антитеррористической защищенности гостиниц и иных средств размещения, а также по составлению на них паспортов безопасности.

<https://izvmor.ru/novosti/obshchestvo/v-saranske-proshel-seminar-po-antiterroristicheskoy-zashchishchennosti-otелей-i-gostinits>

Происшествия в гостиницах, связанные с безопасностью

В Ивановской области потушили пожар в отеле на воде

МОСКВА, 4 ноября. /ТАСС/. Пожар в отеле на воде "Мирная пристань" в центре Кинешмы Ивановской области полностью потушили. Погибших и пострадавших нет, сообщили ТАСС в понедельник в пресс-службе МЧС по региону.

Возгорание в гостиничном комплексе-дебаркадере произошло в воскресенье вечером. На месте тушения работали 40 человек и 12 единиц техники.

"В настоящий момент возгорание полностью ликвидировано. В результате пожара поврежден дебаркадер на площади 450 кв.м, пострадавших нет", - сказали в пресс-службе.

"Мирная пристань" представляет собой гостиничный комплекс, состоящий из трех дебаркадеров. Он расположен на набережные реки Волги в центре Кинешмы. На втором этаже центрального дебаркадера имелись три зала ресторана. Кроме того, в гостинице располагались **бани и сауны**.

<https://tass.ru/proisshestiya/7076614>

В Казани более 30 детей отравились в отеле

СК по Татарстану возбудило уголовное дело по факту отравления детей в казанском отеле.

По данным следствия, более 30 несовершеннолетних, остановившихся в гостинице "Кристалл", обратились за медпомощью с признаками отравления после того, как принимали пищу в ресторане отеля.

Сообщается, что 1 ноября шестеро из пострадавших в возрасте от 6 до 10 лет были госпитализированы.

Уголовное дело расследуется по статье об оказании услуг, не отвечающих требованиям безопасности.

<https://www.mk.ru/incident/2019/11/02/v-kazani-bolee-30-detey-otravilis-v-otele.html>

Футбольная лига поделилась версией госпитализации детей в Казани

Марат Галимов считает, что виной всему – ротавирус.

В деле с массовым отравлением детей в казанской гостинице «Кристалл» появилась новая версия. Ее озвучил гендиректор Республиканской футбольной лиги в Казани Марат Галимов. По его словам, причиной госпитализации детей стал ротавирус.

- Отравления не было. Заехала команда «Динамо-Барнаул» уже с человеком с симптомами. Одному из игроков сразу уже вызвали скорую помощь. Если бы это было пищевое отравление, то были бы другие цифры, - цитирует РЕН ТВ Галимова.

Он также сообщил, что ожидается официальное подтверждение этой версии. Однако уже сейчас в лиге уверены, что именно вирус, а не отравление, стало причиной ЧП в Казани.

Ранее сообщалось, что в Следственном комитете возбудили уголовное дело по факту оказания услуг, не отвечающих требованиям безопасности.

<https://kazanfirst.ru/news/503375>

2. Государственное регулирование туристско-гостиничной отрасли

Туроператоры попросили власти не регулировать цены на отели на международных событиях

Российский союз туриндустрии (РСТ) попросил Минэкономики не регулировать цены на международные события за исключением спортивных, рассказала «Интерфаксу» пресс-секретарь РСТ Ирина Тюрина. Участники рынка считают, что это нарушает «имущественные и предпринимательские права субъектов хозяйственной деятельности в индустрии гостеприимства».

Информация о законопроекте по ограничению цен на гостиницы появилась в сентябре. Минэкономики предлагает ограничить стоимость услуг на время проведения чемпионата Европы по футболу UEFA летом 2020 года. Четыре матча пройдут в Санкт-Петербурге. По словам госпожи Тюриной, параллельно с этим рассматривается возможность ограничить цены во время проведения международных мероприятий, например, экономических форумов.

В ответ РСТ предлагает перенести сроки проведения экономических форумов в России на период более низкой загрузки. Также они считают, что нужно уравнивать условия оплаты услуг за размещение в гостиницах высокопоставленных госслужащих во время их командировок.

«При общих равных, на первое место выходит объем предложения в гостиничном сегменте бизнес-класса и сезонные колебания спроса. Поэтому абсолютное большинство крупных форумов и конгрессов в мире проводятся в низкий туристический сезон и в городах с большой емкостью премиального номерного фонда», — объяснила Ирина Тюрина.

Ранее против регулирования цен во время UEFA выступило петербургское отделение Американской торговой палаты в России.

<https://www.kommersant.ru/doc/4148157>

Отельеры постоят за ценой

Газета "Коммерсантъ С-Петербург" №193 от 22.10.2019, стр. 12

Петербургское отделение Американской торговой палаты в России предложило Минэкономразвития отказаться от регулирования стоимости гостиничных услуг в период чемпионата Европы по футболу 2020 года и других крупных международных событий. Законопроект, подготовленный ведомством, ограничивает цены в отелях не только в дни матчей, но и на большую часть высокого сезона, в том числе на период Петербургского международного экономического форума. По мнению участников рынка, действия государства приведут к снижению инвестиционной привлекательности гостиничной отрасли и налоговых поступлений в бюджет.

Комитет по туризму и гостеприимству петербургского отделения Американской торговой палаты в России (AmCham) подверг критике планы Минэкономразвития по регулированию цен в городских гостиницах во время матчей чемпионата Европы по футболу 2020 года. Отзыв на соответствующий законопроект (есть в распоряжении "Ъ") участники рынка направили ведомству в рамках процедуры оценки регулирующего воздействия.

Инициатива Минэкономразвития регламентирует максимальную цену номера в период с 13 мая по 3 августа 2020 года в отелях и хостелах Петербурга разного класса. Предполагается, что самое дешевое койко-место в хостеле без звезд может стоить не более 1000 рублей в сутки, номера высшей категории в трехзвездной гостинице — не более 30 тыс. рублей, в пятизвездной гостинице — не более 525 тыс.

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

рублей. В пояснительной записке сказано, что законопроект направлен на предотвращение спекулятивного роста цен на гостиничные услуги.

В своем письме представители гостиничного бизнеса предлагают отказаться от госрегулирования цен в период чемпионата Европы, а также других международных мероприятий. Участники рынка обращают внимание, что ограничения затронут слишком продолжительный период времени, тогда как сами матчи будут проходить только четыре дня (13, 17, 22 июня и 3 июля). Прецедент госрегулирования целой отрасли приведет к ухудшению инвестиционного имиджа России, поскольку «нарушит основополагающие принципы рыночной экономики» и права инвесторов в российскую экономику, говорится в письме. Еще одним последствием этой меры станет снижение прибыльности гостиничных объектов, что обернется снижением налоговых поступлений в бюджеты разных уровней, сокращением рабочих мест и замедлением вклада туристической отрасли в ВВП, предупреждают участники рынка. В результате новые инвесторы не захотят вкладываться в гостиничную отрасль, а существующие игроки отложат или полностью откажутся от обновления номерного фонда, следует из письма петербургского отделения AmCham. Согласно данным комитета финансов Петербурга, за девять месяцев 2019 года налоговые поступления от гостиниц в городской бюджет составили 1,7 млрд рублей (0,4% от общего объема налоговых доходов казны).

В Минэкономразвития “Ъ” сообщили, что не получили обращение отельеров. Зампред комитета по развитию туризма Петербурга Нана Гвичия рассказала “Ъ”, что ограничение цен в период чемпионата Европы по футболу связано с гарантиями, которое государство взяло перед УЕФА. При этом комитет поддерживает необходимость сократить этот период до минимума и направил соответствующие предложения в Минэкономразвития, пояснила госпожа Гвичия. По ее словам, матчи в Петербурге посетит до 300 тыс. болельщиков в дополнение к 3,5–4 млн туристов, которые приезжают в город летом.

В правилах УЕФА на Евро-2020 сказано, что страна-претендент и город, принимающий матчи, должны приложить усилия, чтобы тарифы в отелях не превышали среднюю стоимость номера в июне 2018 года более чем на 20%. Максимальная стоимость стандартной комнаты в пятизвездном отеле не должна превышать €400 (28,4 тыс. рублей по текущему курсу), четырехзвездном — €300 (21,3 тыс. рублей), трехзвездном — €200 (14,2 тыс. рублей).

Гендиректор компании «Индивидуальный туристический сервис» Виктория Шамликашвили называет идею госрегулирования сомнительной. «Если бы цены не были подкреплены спросом, то они давно были бы снижены. Раз туристы останавливаются в отелях по более высоким ценам, значит, рынок готов их воспринять», — подчеркивает она. Кроме того, период, который попадает под регулирование, установлен слишком широко и захватывает практически весь высокий сезон, объясняет госпожа Шамликашвили.

Ограничение цен — адекватная мера только в том случае, если этого требует УЕФА, уверен операционный директор Sokos Hotels St. Petersburg Дмитрий Шубин. Цены на петербургском рынке в течение года изменяются в десятки раз, но это связано с сильной сезонностью спроса, а не с монопольным сговором, объясняет эксперт. «Если цена неадекватно завышена, она упадет сама, ведь ни один отель не заинтересован в том, чтобы стоять полупустым», — указывает он.

Госрегулирование цен лишено всякого смысла, но при этом лимит колебания стоимости номера установлен Минэкономразвития достаточно высоко, признает совладелец и генеральный менеджер гостиницы «Гельвеция» Юнис Теймурханлы. Наиболее чувствительным для отельеров будет ограничение цен в дни Петербургского международного экономического форума (ПМЭФ), указывает он,

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

отмечая, что в этот период выручка отелей в два-три раза превышает обычную летнюю. Во время ПМЭФ всегда наблюдается стопроцентная загрузка, в то время как уровень спроса в период чемпионата Европы пока непредсказуем, резюмирует господин Теймурханлы.

<https://www.kommersant.ru/doc/4133624>

3. Туристская и гостиничная недвижимость Москвы и московского региона: аналитика, новости

Москва нарастила число хостелов после их запрета в многоквартирных домах

Спустя месяц после того, как в жилых домах запретили хостелы, их число в Москве, по данным сервиса 2ГИС, увеличилось. В других городах, где возможностей открыть хостел в нежилом помещении меньше, подобные объекты закрывались

Общее число хостелов в 15 городах-миллионниках к ноябрю 2019 года увеличилось до 1770 против 1760 на 1 октября, свидетельствует статистика геосервиса 2ГИС (есть у РБК). Прирост обеспечила Москва: за месяц количество таких объектов размещения выросло с 755 до 804, непосредственно в многоквартирных домах — с 312 до 326.

В других городах-миллионниках хостелов стало меньше. Больше всего их закрылось, по данным 2ГИС, в Петербурге: еще 1 октября там насчитывались 393 хостела, а 1 ноября — 363. Непосредственно в жилых домах сейчас работает 261 хостел против 289 месяцем ранее.

1 октября 2019 года в России вступил в силу закон, запрещающий оказывать гостиничные услуги в жилых помещениях многоквартирных домов. Расположенные в жилом фонде выше второго этажа хостелы, мини-отели и апартаменты должны были закрыться. Продолжить легально работать могли лишь объекты, либо расположенные на первом этаже, либо находящиеся над нежилыми помещениями и имеющие отдельный вход.

Положительная динамика в столице может объясняться тем, что в Москве по сравнению с другими городами больше предложений по недвижимости в нежилом фонде, где можно открыть хостел, полагает президент ассоциации «Гильдия малых средств размещения и туристического жилья» Яна Бабина. По ее мнению, хостелы — рентабельный бизнес, поэтому в их открытие могли инвестировать как новые предприниматели, так и владельцы объектов в жилом фонде, которые решили перенести свой объект размещения в нежилой фонд.

Официальная статистика

В федеральном перечне туристических объектов Минэкономразвития хостелов стало меньше: на 1 ноября там содержалась информация о 1248 объектах, 1 октября их было 1270. В Москве, по этим данным, число хостелов за месяц уменьшилось с 547 до 534 объектов, в Петербурге — с 230 до 218 объектов.

Методы работы в жилых домах

Когда в начале октября сотрудники call-центра 2ГИС проводили опрос, большинство хостелов в жилых домах заявили, что перевели помещение в статус нежилого. Перевести жилое помещение, где расположен хостел, в статус нежилого на практике оказалось практически невозможно, поэтому никто из участников рынка этим не воспользовался, возражает член московского городского отделения «Опоры России» Евгений Насонов.

В некоторых хостелах 2ГИС сказали, что переформатировались в «квартирные бюро» — организации, сдающие в аренду квартиры (посуточно или на более длительный срок). В Москве число подобных квартирных бюро, по информации 2ГИС, за месяц также увеличилось — с 56 до 76. В других городах-миллионниках их, как и хостелов, стало меньше: например, в Петербурге в октябре было 184 квартирных бюро, 1 ноября — только 128.

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

Многие владельцы хостелов в жилых домах стали сдавать их как квартиры посуточно, в Москве таких «квартирных» средств размещения — примерно 10 тыс. адресов, оценивает Насонов из «Опоры России».

После закрытия хостелов в жилом помещении у собственников осталась возможность сдавать отремонтированные квартиры с большим количеством комнат по договорам краткосрочного найма без оказания гостиничных услуг, согласна Бабина. По договору найма изолированная комната сдается конкретному нанимателю на конкретный срок, в том числе посуточно.

Борьба с нелегальными хостелами

Рейды по хостелам в Москве начались две-три недели назад, указывает Насонов. По его словам, были случаи, когда оперативники, чтобы разоблачить владельцев хостелов, заселялись в него тайно. Размещение хостелов в жилых домах контролирует Роспотребнадзор, который проводит проверки преимущественно по жалобам жильцов дома на «беспокойство, которое причиняют проживающие в хостелах граждане, и отсутствие изолированного входа в помещения». В начале октября Роспотребнадзор отчитывался, что за девять месяцев этого года добился через суд закрытия 19 хостелов, но о проверках после вступления в силу закона ведомство не сообщало.

На этой неделе о результатах проверок говорила председатель комиссии Общественной палаты по развитию общественной дипломатии, гуманитарному сотрудничеству и сохранению традиционных ценностей Елена Сутормина. По ее словам, за месяц по всей стране было закрыто более 200 хостелов, большая часть из них (133 объекта) — в Москве и Петербурге. Всего на текущий момент в различных агрегаторах, по данным Суторминой, доступны для бронирования более 4,6 тыс. хостелов.

Закон о запрете хостелов в жилых домах неисполним, категоричен Насонов. «Это будет как с Telegram, который запрещен, но прекрасно работает», — отметил он. Но если раньше хостелы могли работать цивилизованно и обеспечить клиентам качественные услуги, а государству — поступление налогов, то теперь эта деятельность уходит в тень, сетует представитель московской «Опоры России».

Влияние на цены

Закон, запрещающий хостелам работать в жилых домах, специально был принят в конце туристического сезона, и сейчас все туристы легко могут найти места в гостиницах, повышения тарифов не произошло, уверен президент Федерации рестораторов и отельеров Игорь Бухаров. По его словам, перед новым туристическим сезоном часть хостелов закроется, но их уход с рынка, по его ожиданиям, не отразится на ценах в гостиницах, на которые влияет много других факторов.

Новый закон не привел к росту цен на услуги размещения, поскольку проверки затронули пока только 4% средств размещения, расположенных в квартирах, скептичен Насонов. Большинство хостелов по-прежнему работает, напоминает он.

<https://www.rbc.ru/business/02/11/2019/5dbc023b9a7947c34d76de61>

Турецкие отельеры изучат возможности для строительства гостиниц в Подмосковье

Красногорск. 1 ноября. ИНТЕРФАКС - Зампред правительства Московской области Вадим Хромов провел встречу с членами Ассоциации отельеров Турции, на которой рассказал о возможностях реализации инвестиционных проектов в сфере гостиничного бизнеса на территории региона, сообщает пресс-служба Хромова.

Встреча прошла в Стамбуле в рамках роуд-шоу Подмосковья в Турции.

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

"Хромов в рамках презентации инвестиционного потенциала региона в Стамбуле провел встречу с членами Ассоциация отельеров Турции (TUROB). В ней приняли участие представители 14 компаний", - говорится в пресс-релизе.

Как пояснили "Интерфаксу" в пресс-службе зампреда, по итогам встречи представители турецкой стороны изъявили желание ознакомиться с каталогом подмосковных земельных участков, пригодных для реализации проектов по возведению гостиничных комплексов и баз отдыха.

Такой каталог подготовило министерство инвестиций и инноваций Московской области. В реестр вошел 51 участок в различных муниципалитетах региона.

По словам собеседника агентства, представители турецкого бизнеса на встрече также выразили заинтересованность в развитии в Подмоскovie лечебного отдыха - строительстве медицинских и спа-центров.

На встрече с зампредом присутствовали представители компаний Hotels Turkiye, Titanic Hotels Turkiye, Point Hotels Turkiye, Allseasons Hotels, Divan Hotels Turkiye, Avantgarde Collection Turkiye.

В Ассоциацию отельеров Турции входит более 300 крупнейших управляющих компаний гостиничными сетями Турции и национальных туристических операторов.

31 октября и 1 ноября делегация Московской области посещает Турцию с визитом, местным компаниям представляют инвестиционный потенциал региона.

<http://www.interfax-russia.ru/Center/citynews.asp?id=1078314>

4. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

ФАС рассмотрела жалобу «Опоры России» на деятельность Booking.com

Напомним, что жалоба была подана в марте 2019 года. С тех пор ведомство проводило проверку. В ближайшее время будет оглашен вердикт. Этой информацией поделился представитель ФАС в время проведения форума «Антимонопольное регулирование в России».

В своей жалобе представители общественной организации «Опора России» обратили внимание ведомства на условие о паритете цен, которое система онлайн-бронирования Booking.com навязывает отельерам при заключении договора о сотрудничестве. Это условие запрещает владельцам гостиниц устанавливать более низкую цену на других площадках, а также на официальном сайте отеля. В «Опоре России» заметили, что невыполнение этого требования ведет к понижению рейтинга отеля на Booking.com. После поступления соответствующей жалобы в ФАС сообщили, что решения будет вынесено в результате проверки договоров между гостиницами и сервисом онлайн-бронирования.

В общественной организации «Опора России» выступают за отмену требования о паритете цен. Недавно стало известно, что турецкий суд признал Booking.com виновным в ограничении конкуренции, а также в неуплате налогов в местный бюджет. Сервису онлайн-бронирования выписан штраф в 500 000 лир, эта сумма эквивалентна 86 000 долларов США.

<https://hotelier.pro/news/item/fas-rassmotrela-zhalobu-opory-rossii-na-deyatelnost-booking-com/>

Отельеры выселяются из Плеса. Гостиничные объекты выставляются на продажу

Газета "Коммерсантъ" №200 от 31.10.2019, стр. 10

Владельцы гостиниц на одном из самых известных направлений внутреннего туризма — в Плесе Ивановской области — задумались о выходе из бизнеса. Так, Елена Маньенан хочет продать свой комплекс «Частный визит» за 130 млн руб., а в числе интересантов могут быть Ginza Project и Azimut Hotels. Несмотря на востребованность Плеса у путешественников, турпоток на этом направлении уже начал снижаться.

Комплекс «Частный визит» в Плесе выставлен на продажу, сообщил “Ъ” управляющий партнер финансовой группы «Дмитрий Донской» Дмитрий Курбатский. По его словам, среди интересантов — Azimut Hotels Александра Клянчина, гостиничная группа ГОСТ, ресторанный холдинг Ginza Project (Даниловский рынок, Sixty, Obed Bufet), телеведущая и ресторатор Юлия Высоцкая и др. Некоторые из потенциальных покупателей пока изучают предложения, другие взяли паузу в переговорах, говорит господин Курбатский. В Ginza Project и Azimut Hotels не смогли предоставить комментарии. Представители госпожи Высоцкой и группы ГОСТ не ответили на вопросы “Ъ”.

«Частный визит» располагается в Плесе Ивановской области. Комплекс включает три гостевых дома общей площадью 1 тыс. кв. м, бутик-отель на десять номеров, ресторан и сопутствующие объекты. Общая площадь участка — 8,2 тыс. кв. м. По словам господина Курбатского, в высокий сезон, с мая по октябрь, загрузка «Частного визита» составляет 60–70%, в низкий сезон она опускается до 25–35%. Финансовые показатели объекта он не назвал. Согласно данным «СПАРК-Интерфакс», в 2018 году ООО «Частный визит» получило 29,75 млн руб. выручки и 5,8 млн руб. чистой прибыли. Владелец компании указан Евгений Сурков, но

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

основным собственником считается Елена Маньенан. Господин Курбатский поясняет, что ее намерение продать бизнес связано с решением сосредоточиться на других проектах, в том числе на деревенском экотуризме «Своя сторонка», располагающемся неподалеку от Плеса.

Заявленную стоимость комплекса 130 млн руб. управляющий партнер Ivashkevich Hospitality Станислав Ивашкевич считает адекватной. При грамотном маркетинге, по его мнению, проект может окупиться примерно за десять лет. «Проблема объекта в небольшом количестве номеров, но можно развивать альтернативные форматы, например глэмпинги»,— поясняет он. При этом эксперт сомневается, что объект будет интересен крупным игрокам: покупателем, скорее, выступят региональные структуры из Ивановской или Владимирской области.

Михаил Мень, экс-губернатор Ивановской области, в 2013 году
Михаил Мень, экс-губернатор Ивановской области, в 2013 году

Дмитрий Анатольевич Медведев действительно любил Плес

В числе известных жителей Плеса называют управляющего партнера московской коллегии адвокатов «Александр Добровинский и партнеры» Александра Добровинского, председателя совета директоров ГК «Русские инвестиции» Кирилла Игнатьева и др. Также считается, что в Плесе бывал премьер Дмитрий Медведев и его супруга Светлана.

Президент Федерации рестораторов и отельеров Игорь Бухаров отмечает, что загрузка «Частного визита» зависит прежде всего от турпотока и сезонности. Важны договоренности с туроператорами, обеспечивающими гарантированный пул гостей в течение всего года, чтобы несколько клиентов в ресторане было каждый день, добавляет исполнительный директор Restcon Андрей Петраков. По его словам, сами по себе рестораны при отелях обычно не пользуются высоким спросом у посетителей «с улицы».

Турпоток в Плес рос резкими темпами с начала экономического кризиса в 2014 году и увеличивавшейся на этом фоне популярности внутреннего туризма. Но зампред совета отделения «Опоры России» в Ивановской области Владимир Щебельский говорит, что в последний год число туристов и их расходы показали небольшой спад. Эксперт связывает это с сокращением числа прибывающих в Плес теплоходов и высокой стоимостью услуг. При этом господин Щебельский сомневается, что новому собственнику «Частного визита» удастся эффективно продвигать проект. По его мнению, 70% успеха обеспечивают личные связи владелицы.

https://www.kommersant.ru/doc/4142647?utm_source=facebook.com&utm_medium=social&utm_campaign=amplifr_social&fbclid=IwAR1FBLSMUM3Wo6hwATraCffRJZL9CEidgw-YddxgLrdFb4VsSKOoaTMDg9s

Трансмашхолдинг представил концепт "отеля на колесах"

В таком "туристическом поезде" будут вагоны с отдельной комнатой для багажа и "умными купе", где каждый пассажир сможет управлять основными сервисами со своего мобильного устройства

СОЧИ, 29 октября./ТАСС/. Производитель подвижного состава для железных дорог "Трансмашхолдинг" (ТМХ) представил в рамках форума PRO//Движение.1520 концепт вагона с максимальным уровнем комфорта для пассажира. В компании такой вагон назвали "отелем на колесах".

По словам замгендиректора по развитию пассажирского транспорта "Трансмашхолдинга" Александра Лошманова, в таких вагонах могут быть лобби, отдельная комната для багажа. Планируется, что в рамках таких вагонов могут быть

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

предусмотрены одно-, двух- и четырехместные купе. Для двух последних предполагаются отдельные душевые и туалетные комнаты.

"Пока в качестве концепции - так называемый "туристический поезд", или "отель на колесах". Мы предполагаем, что в вагоне может быть размещена стойка лобби для проводника - теперь не придётся проверять билет на улице, все предусматривается как в лучших отелях мира.

Максимальное использование IT- технологий, мы предполагаем, что должна быть предусмотрена система распознавания лиц, это очень удобно, особенно для пассажиров с багажом, когда дверь в поезд, в купе, между вагонами открывается автоматически",- рассказал он.

Для повышения уровня безопасности могут быть предусмотрены электронные замки, видеодомофоны в каждом купе.

"Все это может быть в качестве системы управления - это "умные купе", где каждый пассажир может управлять со своего мобильного устройства основными сервисами, такими как свет, температура, общение с проводником, заказ блюд в ресторане, получение информации актуальной о поездке: время в пути, и остановки,- сказал Лошманов. - Кроме того, мы планируем, что на протяжении всей поездки вас будет сопровождать высокоскоростной Wi-Fi, беспроводные зарядки и даже окна мы планируем использовать в качестве экранов".

"В любом случае предполагается эксклюзивное интерьерное решение с натуральными материалами, чтобы пассажиру в пути было максимально комфортно, удобно, особенно если это путешествие составляет до недели",- добавил он.

Что касается одноместного купе, то, объяснил Лошманов, это "тот самый отель на колёсах, в течение дня пассажир путешествует в комфортном кресле, а в вечернее, ночное время это полноценная кровать, которая по комфорту не будет уступать номеру в отеле".

<https://tass.ru/ekonomika/7058429>

5. Юридический практикум для специалистов туристского и гостиничного рынка

Закон Хованской: что делать, чтобы соответствовать

1 октября этого года вступил в силу так называемый закон Хованской: теперь в жилых помещениях нельзя оказывать гостиничные услуги.

Яна Королева, эксперт по работе с апартаментами, собрала самые популярные вопросы отельеров, пообщалась с юристами и рассказываю, что изменит закон для средств размещения.

Что за закон Хованской?

Официально это — Федеральный закон от 15.04.2019 №59-ФЗ «О внесении изменений в статью 17 Жилищного кодекса Российской Федерации».

По этому закону, средства размещения не должны находиться в жилых помещениях, а также предоставлять гостиничные услуги.

Когда начал действовать закон?

1 октября 2019 года.

Что такое гостиничные услуги?

Любые услуги, которые персонал средства размещения оказывает постояльцам. При этом само по себе предоставление помещения с санузлом, кухней и другими комнатами не считается гостиничной услугой.

Основная гостиничная услуга — это питание. Кроме нее, есть еще масса дополнительных, которые предоставляют бесплатно или за деньги. Их перечень и качество должны соответствовать требованиям категории, которая присвоена гостинице. Примеры дополнительных услуг:

- экскурсии,
- продажа билетов на мероприятия,
- продажа сувениров,
- бытовое обслуживание типа уборки или глажки белья,
- SPA-услуги или спортзал,
- аренда конференц-залов и т.д.

Что касается бытового обслуживания, эти услуги относят к гостиничным, только если они оказаны во время проживания. То есть если вы стираете белье или убираетесь, когда гость уже выехал, нарушения не будет.

Еще очень важно, чтобы не было стойки регистрации.

Как узнать, попадаю ли я под этот закон?

Вы попадаете под закон, если ваше средство размещения находится в жилом помещении.

Если объект в нежилом помещении, размещать средство размещения можно, но его необходимо оборудовать системой звукоизоляции, сигнализацией, средствами пожарной безопасности, сейфами для гостей и организовать отдельный вход.

[Проверьте статус помещения](#) в специальном сервисе Росреестра.

Мы находимся в отдельно стоящем жилом здании. Мы же не попадаем под закон?

Попадаете. В жилом помещении нельзя предоставлять гостиничные услуги, даже если здание стоит отдельно. Зато вы можете перевести такое помещение из статуса жилого в нежилое.

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

Можно ли сдавать койко-место?

Нет. По Жилищному кодексу РФ, жилое помещение изолировано. Так как койко-место не изолировано, сдавать его в аренду нельзя. Выход — сдавать комнату целиком.

Что делать? Есть три варианта:

1. Закрыть бизнес.
2. Перевести помещение в статус нежилого.
3. Трансформировать бизнес в сдачу квартир или комнат по договору найма жилого помещения и не предоставлять гостиничные услуги.

В этом случае надо будет также **обязательно поменять тексты на сайте и в офлайн-материалах, тип договора с гостем, ОКВЭД, вывеску и пр.** Подробнее об этом ниже.

Остаемся в жилом фонде. Что менять на сайте?

Нельзя использовать	Чем заменить
Гостиница, отель, хостел и их производные	Дом, часть дома; квартира, часть квартиры; комната
Номер	Комната, квартира
Средство размещения	Дом, часть дома; квартира, часть квартиры; комната
Койко-место, спальное место	Убрать совсем: сдавать койко-места и спальное места по новому закону нельзя
Категории номеров: <ul style="list-style-type: none">• сьюит,• апартамент,• люкс,• джуниор сьюит,• студия,• первая категория (стандарт),• вторая категория,• третья категория,• четвертая категория,• пятая категория.	Придумать новые названия категорий :)
Услуги	Убрать совсем и платные, и бесплатные услуги.

Нужно ли менять домен сайта, если там есть слово “hotel”?

Лучше подстраховаться и поменять. Отель — это средство размещения, где оказывают гостиничные услуги. Поэтому лучше, если этого слова не будет в названии домена.

Надо что-то менять, кроме текстов на сайте? Да.

Где/что менять	Нельзя использовать	Что делать
Название объекта на вывеске	Отель, гостиница, хостел и их производные	Заменить слова на «комнаты», «меблированные комнаты», «гостевые комнаты», «гостевой дом». Еще вариант — убрать вывеску.
В федеральном перечне туристских объектов (классификация)	Если находитесь в жилом помещении, находиться в этом перечне нельзя	Или убрать объект из Федерального перечня, или хотя бы отправить запрос на исключение из Федерального перечня в Минэкономразвития и/или аккредитованную организацию. Если отправили запрос, обязательно сохраните письмо, чтобы были доказательства.
На онлайн-площадках продаж	Отель, гостиница и т.п.	Заменить слова на «апартаменты», «гостевой дом», «меблированные комнаты», «гостевые комнаты», «проживание в семье» и т.п. Отправить в ОТА письма с просьбой заменить эти слова. Опять же — сохраните письмо.
В договоре	Договор оказания гостиничных услуг	Заменить на «Договор найма с физическим лицом» или «Договор аренды с предприятием, размещающим своих сотрудников/членов общественной организации» и т.п.
ОКВЭД (общероссийский классификатор видов экономической деятельности) — сборник кодов, присвоенных виду деятельности компании	55.10	55.20, 68.20
Кто заключает договор	Лицо, оказывающее гостиничные услуги (ООО или ИП)	Сделать наймодателем или собственника или уполномоченное собственником лицо. Арендатор не может сдавать жилье по договору найма.
Регистрация гостей по месту пребывания	Передавать данные в МВД на следующий рабочий день на бумажном носителе или в электронном виде	Передавать данные в МВД по иностранцам в течение 7 рабочих дней, по гражданам России — в течение 90 суток. Передавать данные только на бумажных носителях.

Можем продолжать работать с TravelLine? Не попадем под штрафы?

С нами можно работать, так как мы заменили все, что нужно.

Личный кабинет TravelLine

Где поменяли	Было	Стало
В подтверждении гостя	Номеров	Комнат
В welcome-письме В письме о незавершенной брони для гостя В письме о незавершенной брони для средства размещения	Категории номеров	Категории комнат
В подтверждении гостиницы	Номеров Название гостиницы Код гостиницы	Комнат Название Код

Модуль онлайн-бронирования TL: Отель

Было	Стало
Гостиница, отель, хостел и т.п.	Объект размещения
Номер	Комната
Средство размещения	Объект размещения

Конструктор гостиничных сайтов TL: Express

Где поменяли	Было	Стало
На главной странице	Номера	Можно выбрать из списка: <ul style="list-style-type: none"> • номера (не подходит тем, кто попадает под закон Хованской), • апартаменты, • квартиры, • комнаты, • гостевые комнаты, • меблированные комнаты, • размещение, • проживание.
В разделе «Номера»	Номера	Можно выбрать из списка: <ul style="list-style-type: none"> • апартаменты, • квартиры, • комнаты, • гостевые комнаты, • меблированные комнаты,

		<ul style="list-style-type: none"> • размещение, • проживание.
В разделе «Услуги»	Услуги Заголовок «Услуги в отеле» Заголовок «Оснащение номера»	Можно выбрать из списка: <ul style="list-style-type: none"> • услуги (не подходит тем, кто попадает под закон Хованской), • удобства, • помощь, • сервис. «Предлагаем вам» «Оснащение»
В разделе «Контакты»	Месторасположение, маршрут проезда до отеля	Месторасположение и маршрут проезда
В форме поиска номеров	Бронирование номеров Найти номера	Бронирование Найти

Для разных типов средств размещения TL: Express по умолчанию проставляет разные названия, но это всегда можно изменить в настройках личного кабинета: раздел «Конструктор сайта» → «Управление контентом».

Что будет, если не исполнять закон?

Административная и гражданская ответственность.

1. Административная — по статье 7.21 КоАП РФ «Нарушение правил пользования жилыми помещениями». Закон действует только для собственников-физлиц. Им грозит штраф до 1500 рублей.

2. Гражданская — если государство подает судебный иск, чтобы запретить сдачу помещений на короткий срок и предоставление гостиничных услуг. К ответственности могут привлечь как собственников, так и субарендодателей.

Если не будете исполнять предписание суда, квартиру могут даже изъять и продать на торгах. Поэтому после решений суда собственникам лучше всего просто перестать сдавать квартиру.

Кто будет следить за тем, исполняется ли закон?

Таких ребят несколько.

1. Прокуратура.

2. Полиция может это делать по закону, но чаще всего интересуется временной регистрацией гостей из-за границы.

3. Жилищная инспекция часто проводит проверки, чтобы выявлять незаконные перепланировки. Если в ходе проверки узнают про оказание гостиничных услуг, могут подать иск.

4. Соседи, управляющие компании и просто граждане, которые могут обратиться в прокуратуру с жалобой.

Кто обычно проводит проверку?

Чаще всего полиция. Полицейские могут прийти с прокурором или жилищным инспектором. При этом прокурор и инспектор не могут проверять сами, только вместе с полицейскими, Роспотребнадзором или МЧС.

Что запомнить

- Объект попадает под действие закона, если находится в жилом фонде. Проверьте документы, чтобы узнать, какое помещение у вас.
- Чтобы продолжить работать, не нарушая закон, переведите помещение в нежилой фонд, даже если это — отдельно стоящее здание. Если перевести помещение в нежилой фонд нельзя, замените тексты на сайте и в офлайн-материалах, ОКВЭД, тип договора и т.д.
- Если не исполнять закон, могут наступить административная и гражданская ответственность. В лучшем случае — штраф до 1 500 рублей, в худшем случае при неисполнении предписания — изъятие помещения и продажа с торгов.
- Следить за исполнением закона могут прокуратура, полиция, жилищная инспекция и даже соседи.
- Проводит проверку обычно полиция. Без полиции прокурор и жилищный инспектор прийти не могут.

<https://www.travelline.ru/blog/zakon-khovanskoy-chto-delat/>

6. Практика, новинки и события туристско-гостиничного дела за рубежом и в странах СНГ

В отелях ряда стран Азии можно будет остановиться бесплатно.

«Бартерная неделя» пройдёт в ряде стран Азии. Свыше 60 государств примут участие во всемирной акции Barter Week.

Гостиницы будут размещать постояльцев в обмен на услуги и товары. Участниками проекта стали в том числе Индонезия, Таиланд, Камбоджа, Индия, Малайзия, Непал, Филиппины и Шри-Ланка.

Бесплатное проживание предоставят отели и гостевые дома категории Bed&Breakfast, а также апартаменты. Туристы смогут сами выбрать один из предложенных вариантов.

Однако в обмен они должны поделиться полезными навыками или отдать какие-либо редкие вещи для интерьера гостиницы. К примеру, туристы могут предложить свою любимую коллекцию комиксов, дать уроки аргентинского танго или английского языка, организовать этническую трапезу, сделать профессиональные фотографии, отмечается на сайте проекта.

Добавим, что впервые в мировом масштабе «Бартерную неделю» провели в ноябре прошлого года. Тогда более 450 отелей во всех концах света предложили гостям проживание за услуги. В 2019-ом акция состоится с 18 по 24 ноября.

http://bigasia.ru/content/news/culture_and_resting/v-otelyakh-ryada-stran-azii-mozhno-budet-ostanovitsya-besplatno/

8. Интересное для отельеров

Городской отель INSTAGRAM & FACEBOOK. Топ- 7 распространенных ошибок продающего контента

Сегодня поговорим о контент-маркетинге и о том, что может сильно испортить, и без того, хрупкие отношения между вашим аккаунтом и подписчиком.

У контента много предназначений. Контент бывает:

- Продающий
- Выявляющий потребности покупателя
- Снимающий возражение
- Репутационный
- Экспертный

И это только тот формат, что подходит конкретно нашей сфере. Сегодня уделим внимание самому “вкусному” их них - продающему напрямую и без посредников. Это акции, горячие и сезонные предложения. С незавидным постоянством вижу ошибки, которые допускают многие соц-продвиженцы, особенно это касается smm-щиков, не имеющих пока большого опыта в данной сфере.

Вы допускаете ошибки если:

1. НЕПРАВИЛЬНО СТАВИТЕ ССЫЛКИ.

Тот случай, когда ваш пост должен вести потенциального заказчика на соответствующую страницу сайта, но вместо синей ссылки получается длинная url-надпись. Инстаграм пока не ввел функцию активных ссылок в ленте, поэтому единственное правильное решение установить мульти-ссылку в шапку профиля и не забывать давать указание с призывом к действию перейти туда. Как установить мульти-ссылку читайте тут.

2. СКЛАДЫВАЕТЕ ВСЕ В ОДНУ “КОРЗИНУ.”

Нахожу ошибкой, что многие отели и гостиничные комплексы так упорно не хотят делить свою целевую аудиторию по сегментам, в зависимости от вида продаваемых услуг. Номерной фонд это 90% гости города и 10% местные жители (у последних есть потенциал покупателя, если ваш отель имеет ночной клуб или бар). Конференц-зал это местные компании, сегмент B2B. Банкетные и свадебные торжества - это сегмент B2C. Целевой аудитории и может быть гораздо больше, в зависимости от того, что вы продаете. Но вот вопрос - если вы ведете Инстаграм исключительно как вариант для размещения, будет ли такой контент интересно тем, кто ищет зал для проведения банкета или свадьбы? Или, предположим, у вас есть ресторан при отеле, который должен выполнять план независимо от загрузки. Согласитесь, бывают периоды когда гостей просто нет или крайне мало и вся “надежда” на местных жителей. Так почему бы не начать прорабатывать этот сегмент напрямую, ведь у вашего ресторана тоже есть конкуренты в виде ближайших кафешек и подобных заведений. Лучший вариант это отдельный Инстаграм аккаунт, где можно собрать заинтересованную аудиторию на конкретный вид услуг. Это касается и такой же узкой ниши как свадьбы и аренда деловых площадок. Помните - вы всегда можете дать ссылку с основного аккаунта отеля на “дочерние”.

3. ОДИН ФОРМАТ КОНТЕНТА ДЛЯ РАЗНЫХ ПЛОЩАДОК

Для экономии времени соц.сети объединили Facebook и Instagram. Пост в инсте автоматически дублируется в Facebook. Но это не всегда идет на пользу. Ошибка № 3 может вытекать из Ошибка № 1. Если вы публикуете в посте ссылку на

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

шапку профиля, то в Facebook это нужно немного скорректировать и поставить оригинальную ссылку, ведущую на страницу сайта. Да, господа, контент контенту рознь. В Facebook нет “шапки” и подписчики не поймут куда конкретно вы их направляете. Кстати, рекомендую использовать сервисы по сокращению ссылок. Смотрится более эстетично.

Еще одна из распространенных ошибок это указатель Инстаграм аккаунта в ленте Facebook. Ссылка на аккаунт не будет активной. Например, когда отель ссылается на свой ресторан, информируя об акции. Если у ресторана есть аккаунт в Facebook, то и ссылка должна быть конкретно на этот аккаунт, чтобы подписчики Facebook смогли без проблем перейти по ней.

4. ПОЛОТНО НЕЦЕЛЕВЫХ #ХЭШТЕГОВ

Специалисты, кто яро следит за алгоритмом Инсты утверждают, что большое количество хэштегов не только не привлечет пользователей, но еще и существенно снизит охват. Все таки многие забывают, что функция хэштега это ссылка или своеобразного поискового запроса тех, кто живет и дышит Instagram. Если у вас пост об отеле с фотографией номера, то не надо ставить хэштеги не имеющих к вам никакого отношения. Например - #love #beauty #ногти и тд. Рекомендую ставить исключительно по вашей теме и с указанием города: #kaliningrad #калининград #отельвкалининграде и тому подобное.

5. НЕ ОТВЕЧАЕТЕ В ДИРЕКТ

Даже после грамотного распределения и указателей на нужные ссылки, никто не помешает людям задать вам вопрос напрямую. И оставить без внимания и ответа приравнивается к страшному из грехов - к упущенной выгоде. Будьте готовы отвечать на все вопросы здесь и сейчас. Никаких “позвоните по номеру” или “напишите вот сюда”. Если у вас таргетолог на аутсорсе то убедитесь, что человек владеет дополнительной информацией об акциях или горячем предложении. Это не просто переписка - идет самый настоящий процесс продажи.

6. НЕ ПРОВЕРЯЕТЕ ПЕРЕД ПУБЛИКАЦИЕЙ

Особенно если вы быстро пишете пост в заметках телефона. Ну или у вашего таргетолога была тройка по русскому. Автокоррекция в этом случае помогает, но не на 100%. Иногда слово может быть заменено не по назначению. Печально, если вы замечаете ошибку после публикации или кто-то из сотрудников, обычно, отличников по русскому языку, делает замечание. Приходится скрепя зубами исправлять текст. К сожалению, Instagram понижает охват такой публикации сразу. Специалисты утверждают, что корректировать без последствия можно по истечении 24 часов. Так что проверяйте себя раза два или три перед тем как сделать пост.

7. НЕ ПИШИТЕ ЗАГОЛОВОК В НА ФОТОГРАФИИ

Инстаграм комплекса выполняет функцию презентации он-лайн. Если при переходе на аккаунт пользователь видит кучу картинок, пусть даже высокого качества, но без понятного содержания, навряд ли долго задержится. Рекомендую самую полезную информацию размещать отдельными фотографиями с заголовком, например, “Номера и цены”, “Арендовать машину” или “Раннее бронирование с 28% скидкой”. Интернет-маркетологи любят называть это “разбрасыванием хлебных крошек”, но только речь идет о сайте. А что мешает разбросать такие “крошки” в Instagram.

<https://hotelier.pro/marketing/item/gorodskoy-otel-instagram-facebook-top-7-rasprostranennykh-oshibok-prodayushchego-kontenta/>

Ссылки Instagram. Используем правильно.

Instagram это не только красивая презентация комплекса он-лайн. При правильном использовании это:

Во-первых, отличный дополнительный трафик на сайт. Во-вторых, возможность продать и продвигать сервис на местном уровне.

К сожалению, много раз замечаю одну и ту же грубую ошибку, которую допускает большинство SMM рекламодателей и продвиженцев в Инстаграм. Наша сфера не исключение. Ошибка заключается в неправильном использовании ссылок под фотографией в ленте.

Коллеги, запомните, а лучше запишите. Ссылки на целевую страницу внизу любого поста - неактивны и не копируются. Если только не попытаться сделать это с компьютера, но ведь Инстаграм это мобильная история, друзья. А когда это еще такой пост в виде рекламы - просто караул.

Наивно полагать, что это работает.

Только представьте: пользователь увидел ваш пост, внизу под фотографией что то вроде [html://brandotel.com/zhmi-suda-i-bud-schastliv](http://brandotel.com/zhmi-suda-i-bud-schastliv). Тут же отложил телефон в сторону, подошел к компьютеру (еще бы он был поблизости), включил, открыл Инстаграм, ведь по другому ваш пост с “заветной” ссылкой не увидит и, а ну да, еще же надо зарегистрироваться, а то он не заходил еще с компьютера то ни разу. Ну потому что редко люди заходят в Инстаграм таким образом, обычно через мобильник, ну да ладно. Находит вас, жмет мышкой на ту самую фотографию, копирует ссылку, вставляет в url строку и вот он долгожданный миг, сейчас начнутся продажи. Сейчас просто посыпятся заявки на почту.

Друзья, вопрос в студию: сколько всего физических действий совершил наш бедный пользователь, чтобы посмотреть, что же там такое по этой ссылке то? Ответ - неприлично много. Это все из разряда фантазии.

Не думаем о секундах свысока.

Две новости и по традиции, одна - хорошая, одна - плохая. Начну с плохой. У любого информативного контента и рекламы есть ровно 2-3 секунды, чтобы заинтересовать потенциального заказчика, покупателя или подписчика. Не уложились в этот срок - все, клиент ушел скролить дальше. Неактивная ссылка не то что никогда не работает, но еще 100% вызовет отрицательную реакцию. Проще говоря - просто взбесит. Чтобы такого не произошло, надо все сделать правильно.

Единственное, что может вас спасти это ссылка в шапке профиля или, как еще называют, био, любезно предоставленная разработчиками Инсты. Вы скажите, “так у нас там сайт указан, разве не достаточно?”. Нет, коллеги, даже этого крайне мало. Предположим, вы опубликовали пост о специальном предложении, но чтобы его получить, надо перейти на определенную страницу на сайте. И вы, по логике, указываете, что, мол, смотри наверх в шапке, там наш сайт, нажимай и...ищи ту самую страницу? Опять промах. Помните, в интернете счет идет секунды, а у вас их максимум три.

“Но Инстаграм не дает в настройках разместить более одной url ссылки, как с этим быть” скажите вы. Есть проверенный способ.

Taplink.

Дамы и Господа, представляю Вашему вниманию Taplink - сервис по предоставлению мультиссылок.

Плюсы:

- Удобный в использовании интерфейс.

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

- Можно настроить сразу на несколько страниц, в зависимости от сегмента: номера, конференц услуги, СПА услуги и тд.
- Настроить можно на телефон и электронный адрес.
- Вышеперечисленное входит в “Базовый тариф” без ограничений за 0,00 руб.

Минусы:

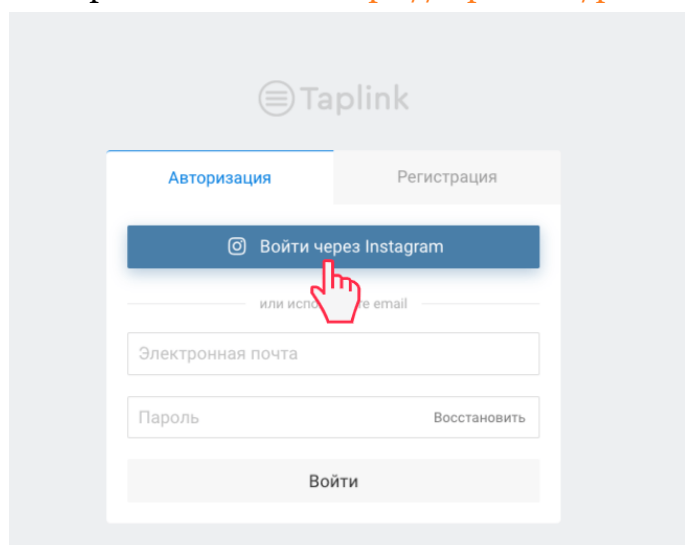
- Более расширенные функции и статистика по переходам доступны только в платном режиме.

Устанавливаем Taplink на Instagram.

Рекомендую установить на компьютере, а не через мобильник, на мой взгляд так намного легче.

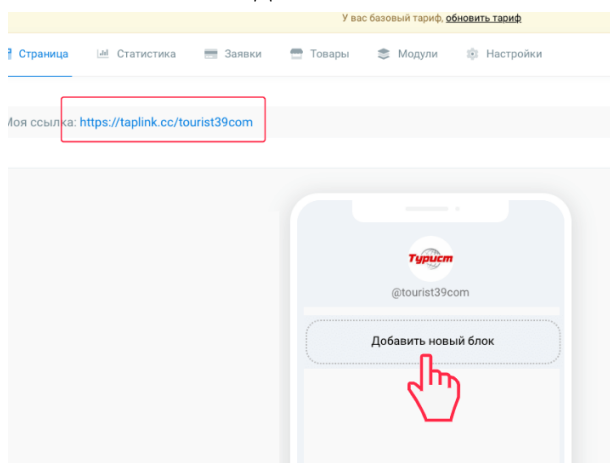
Для начала войдите в аккаунт Инстаграм от вашего отеля. Это необходимо для дальнейшей авторизации на Taplink.

1. Переходим на Taplink по ссылке <https://taplink.ru/profile/auth/signin/>



Нажимаем “Войти через Instagram”

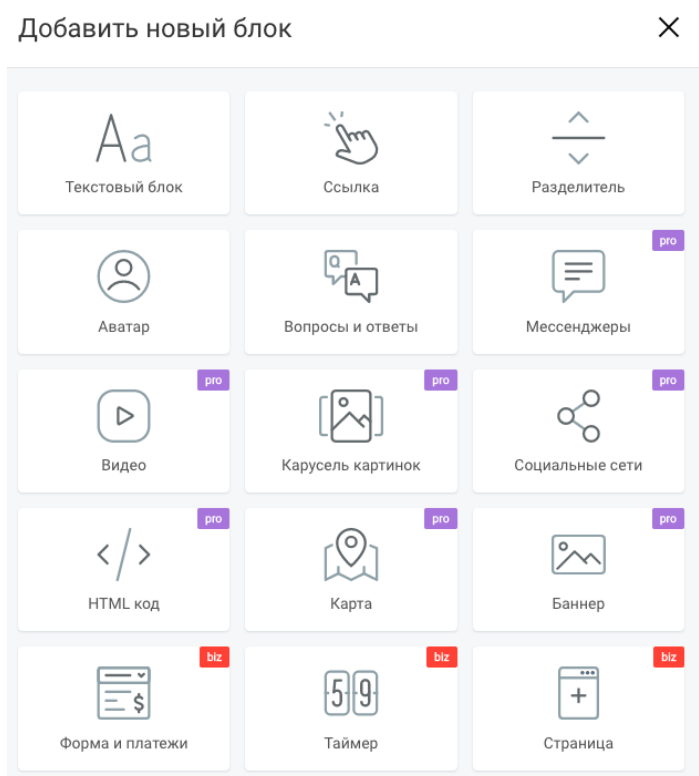
2. Заходим в личный кабинет под именем нашего отеля.



Мультиссылка автоматически генерируется. Позже ее надо установить в шапку профиля. Нажимаем “Добавить новый блок”.

3. Перешли в опцию по выбору ссылок.

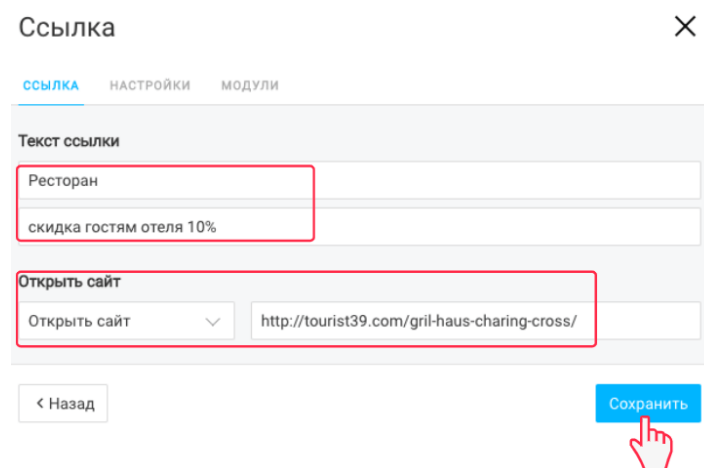
*Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.
Фокус – Москва и столичный регион*



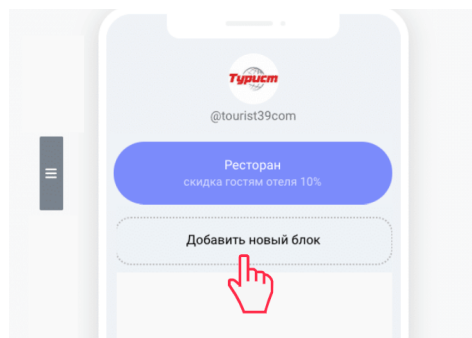
Где нет значка “pro” и “biz” нам доступно в бесплатном тарифе.

4. Предположим вы хотите установить одну ссылку на страницу ресторана, а вторую - на банкетные услуги.

Нажимаешь “Ссылка”. Появится окно для заполнения. Вверху заголовок, описание и ссылка на релевантную страницу. Далее сохранить.

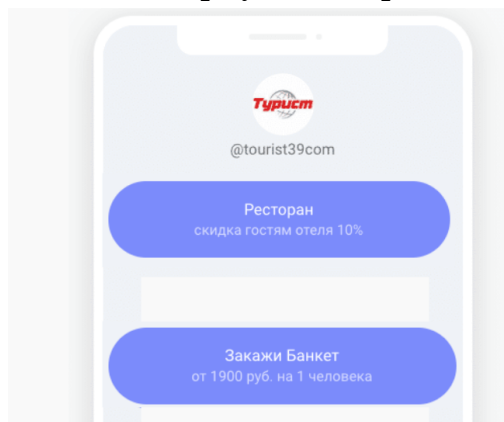


Ссылка создана. Делаем вторую.



“Добавить новый блок” - > “Добавить ссылку” и вносим информацию для банкета.

Нажимайте “Сохранить” и теперь у нас две разных ссылки.



5. Теперь устанавливаем мультиссылку в шапку профиля. Опять же, рекомендую все делать на компьютере.

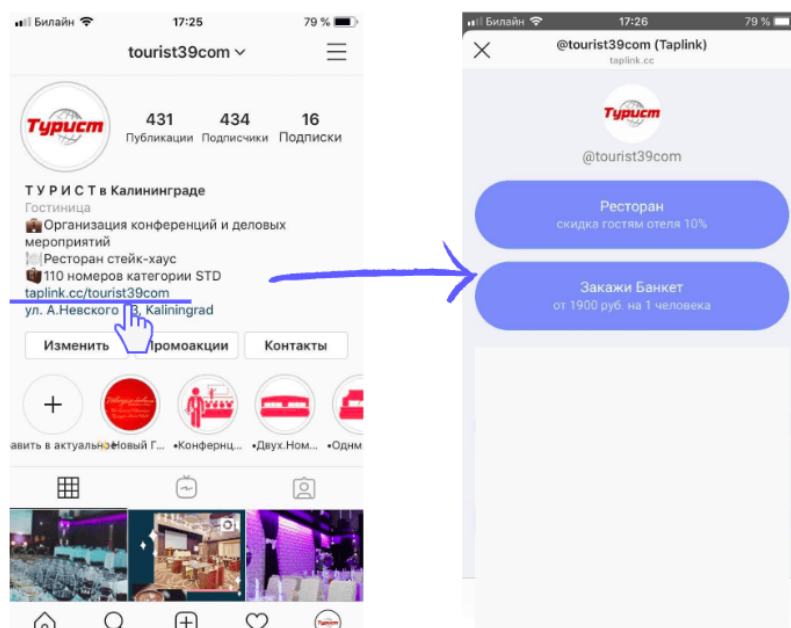
Наверху напротив ссылке справа нажмите “Установить”. Появляется окно с функцией скопировать ссылку.

*Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.
Фокус – Москва и столичный регион*

6. Переходим на аккаунт Инстаграм, в шапке нажимаем “Редактировать профиль”.

The screenshot shows the 'tourist39com' profile editing page. The profile picture is a logo with the word 'Турист' (Tourist) in red. The name is 'ТУРИСТ в Калининграде'. The username is 'tourist39com'. The website field, which is highlighted with a red box, contains the URL 'https://taplink.cc/tourist39com'. Below this, there are sections for 'О себе' (About) with icons for 'Организация конференций и деловых мероприятий' and 'Ресторан стейк-хаус', and 'Личная информация' (Personal information) with the email address 'restoran@tourist39.com'.

Вставляем мультиссылку во вкладку веб-сайт. Нажимаем “сохранить”. Теперь можно посмотреть с мобильного как это смотрится.



Пользователь при нажатии на ссылку попадает в меню, где уже обозначены пути к переходу на интересующую страницу или рекламируемую услугу. Никаких лишних движений. Количество ссылок не ограничено, можно использовать и для посадочных страниц и лендинга.

Taplink это отличный сервис для продвижения нескольких услуг и предложений сразу, независимо от сезона или других событий. Опять же, отель получает гостя напрямую -открыл, увидел и нажал.

<https://hotelier.pro/marketing/item/ssylki-instagram-ispolzuem-pravilno/>

Не просто предмет интерьера: как телевизор способствует росту выручки отеля

Телевидение помогает зрителю и работать, и отдыхать. А отелю или гостинице - увеличивать прибыль. Как именно – рассказываем в этой статье.

Зачем телевизор в отеле?

Телевидение сегодня переживает второе рождение. Люди следят за премьерными шоу и сериалов, обсуждают новые фильмы в соц. сетях. Как и прежде, узнают новости из телевизионных выпусков. В среднем российские зрители посвящают ТВ чуть больше 4 часов в день. Телевидение нужно людям, и не только дома.

Для гостиницы, отеля или хостела телевидение – это не просто фон и дополнение к интерьеру, это мощный инструмент для повышения лояльности клиентов.

В гостиничном номере особенно важен уют: человек вдали от дома, у него явно был насыщенный день, нужен отдых. Условия везде разные: не всегда работает Wi-Fi, телевизор может быть старым, с некачественной картинкой, а выбор каналов ограничен одним-двумя. И это портит впечатление намного сильнее, чем неказистый вид из окна или «уставшая» мебель. Но именно этой потребности клиента отельеры зачастую не придают должного значения, тогда как именно качественный телевизионный контент помог бы сгладить некоторые негативные факторы. Причём, факторы самые разные – от вынужденного времени ожидания в холле до собственных скукающих и капризничавших детей.

Между тем, лояльность гостя сразу отражается на прибыли. Если сервис устраивает, он пойдет ужинать в кафе при гостинице, а не в другой ресторан. Не станет искать другой отель на следующие дни, даже если был такой план. В следующий раз остановится здесь же и порекомендует это место знакомым.

Важный момент: в феврале 2019 года обновилось законодательство по части предоставления гостиничных услуг. В документе прямым текстом говорится о том, что качественное телевидение – это не просто желательно, это обязательно. Если, конечно, отель хочет получить достойную классификацию в «звездной системе», которая теперь вводится в нашей стране повсеместно.

Когда есть из чего выбрать

Гости могут быть туристами, деловыми людьми, приехавшими по работе на несколько недель. У всех разные предпочтения: кто-то хочет посмотреть очередной эпизод любимого сериала, кто-то любит начинать день с новостей, кто-то привык включать музыкальный канал фоном для настроения. Не мешает телевизор и в гостиничном кафе, если такое имеется.

Оператор цифровой среды Триколор предоставляет доступ к более чем 120 телеканалам любой тематики для бизнеса. Помимо первого и второго мультиплексов, в пакетах для гостиниц – каналы на иностранных языках для гостей зарубежья, новостные каналы для деловых людей, спортивные, детские, музыкальные и познавательные каналы. Фильмовый контент доступен также в Ultra HD-качестве.

Пакет «Премиум-Спорт» позволит не пропустить ни одного важного матча. А «Детский плюс» с десятком проверенных каналов для маленьких зрителей позволит родителям расслабиться и отдохнуть. Для отелей также предлагается пакет «Ночной», где транслируется легальный эротический контент. С одной головной станции можно управлять трансляцией во всех номерах сразу – так получается намного проще и дешевле. Для подключения к услугам Триколора не обязательно

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

устанавливать в каждом номере специальный комплект оборудования (спутниковый приемник или СИ-модуль), оператор также предлагает профессиональные решения.

Порадовать клиентов и не нажить проблем

Просто взять и включить клиентам телевизор не получится: это не ужин дома в кругу семьи. И фильмы, и музыкальные клипы, и футбольный матч, и даже вечерняя сводка новостей – все это нужно транслировать публике со знанием законов. Регулируется это статьями Гражданского кодекса РФ – 1225-й и 1229-й. Суть в том, что вещание организаций эфирного или кабельного вещания является охраняемым результатом интеллектуальной деятельности. Поэтому для законной трансляции телеканалов в общественных местах необходимо приобретать права у вещателя.

С фильмами и клипами та же история: пиратский контент – это отсутствие качества и гарантий. А еще это грозит ответственностью, в том числе и уголовной. Правообладатель может потребовать немалую денежную компенсацию, и суд встанет на его сторону.

Телевидение для вашего бизнеса

Быть корпоративным клиентом спутникового оператора – это удобно. Голова насчет легального телевидения для клиентов не болит, а уж тем более не болит она по поводу прав на публичную трансляцию. Останется лишь выбрать и подключить пакет каналов.

Неважно, где открылось ваше заведение, отель ли это в центре Петербурга или маленькая гостиница в отдаленной горной местности. Современное цифровое телевидение доступно везде, сигнал будет одинаково стабилен. Благодаря гибридной приставке ТВ от Триколора можно смотреть и через спутник, и через интернет. Эта гибкая система позволяет при необходимости менять источники подачи сигнала. То есть, если метеоусловия препятствуют качественному приему сигнала со спутника, вещание продолжается через интернет. При этом зритель не замечает изменений. Необходимое оборудование возможно взять в аренду.

Инженеры все настроят именно для вашего помещения. Цены не кусаются: например, Триколор предоставляет гостиницам доступ к просмотру телеканалов по цене от 150 рублей в месяц. Все это с круглосуточной оперативной клиентской поддержкой и персональным менеджером. Вложения действительно окупаются быстро.

Реальнее, чем в жизни

Телевизор с разрешением 4К – это скоростной лифт для бизнеса. В России продано уже более миллиона таких устройств. На рынке появляются новые модели, с каждым годом они все доступнее. Для среднестатистического россиянина 4К еще экзотика, но уже через несколько лет все изменится. Ultra HD – это то, что завораживает и удерживает зрителя: происходящее на экране воспринимается совершенно иначе, с эффектом реалистичности, удивительная точность движений и невероятная детализация.

4К-контента пока не так много, но это телевидение будущего. Самый богатый выбор у Триколора. В пакете «Ultra HD» шесть каналов – кино, сериалы, мода, развлечения, путешествия. Для владельцев малого бизнеса действуют выгодные акции – можно купить 4К телевизор в рассрочку или получить комплект оборудования за символическую плату при заключении договора.

В заключение

*Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.
Фокус – Москва и столичный регион*

Иногда достаточно подключить телевидение, чтобы бизнес пошел в гору. Гости больше времени проводят в номере и рекомендуют гостиницу на «Букинге», в кафе заглядывают с большим удовольствием, средний чек становится гораздо длиннее. Просто потому, что люди любят бывать там, где им интересно, легко, удобно и приятно.

<https://hotelier.pro/news/item/ne-prosto-predmet-interera-kak-televizor-sposobstvuet-rostu-vyruchki-otelya/>

«Пикаптесь» на здоровье

Безбородова Ксения Андреевна, ведущий специалист глобального онлайн туристического агентства Expedia Group. *Пикап (PickUp)*- это скорость, с которой идут бронирования в отель.

- Ира осталась в офисе и сидит там, пикапится! – бодро сообщила коллега Иры Аня из отдела бронирования. Наши еженедельные ревеню митинги разрешалось пропускать только по уважительным причинам, к которым относилась и работа на благо пикапа.

К подсчету пикапа мы относились ревностно. Каждый сотрудник отдела продаж знал, какой объем комнатно-ночей поступил в отель на этой неделе, какую сумму заработали и сколько осталось до выполнения плана. Это знание не только объединяло персонал во имя общей цели, но и помогало каждому менеджеру отдела продаж принимать грамотные, взвешенные решения.

Если говорить просто, пикап- это скорость, с которой идут бронирования в отель. Иначе, это та разница, на которую увеличивается доходы за определенный промежуток времени. Если в период с 1 по 15 октября в отель пришло на октябрь триста комнатно-ночей на сумму триста тысяч рублей, то это и есть двухнедельный октябрьский пикап. Думаю, вы поняли, что самый простой способ определить пикап, это найти разницу между результатами за октябрь по состоянию на 1 и 15 числа месяца. Данные берите за целый месяц, включая тех гостей, что уже отжили и тех, что только забронированы.

Если пикап положительный, это хорошо. Если отрицательный, понятно, что случились аннуляции. Здесь советую разбираться в чем дело и принимать меры, чтобы минимизировать потери. Пикап правильно сравнивать с прошлым годом. Если в прошлом году было глобальное мероприятие, например, Чемпионат Мира по футболу, то цифры этого года могут выглядеть хуже, и это нормально. Но если ничего такого не было, а пикап сильно отстает, это повод задуматься. Почему в прошлом году отель бронировали активнее? Может быть, слишком завысили цены? Или отменили Невозвратный тариф, который пользовался спросом? А может быть, сделали ставку на группы, и туристические компании выкупили номерной фонд за полгода, не оставив доступности для индивидуальных туристов, которые, как правило, бронируют месяц в месяц?

Как видите, сбор информации о пикапе дает пищу для размышления. На собраниях с отделом продаж и бронирования необходимо анализировать информацию и разрабатывать тактику поведения. Если пикап идет с опережением, и бюджет практически выполнен, хотя еще начало месяца, каждый сотрудник отдела продаж понимает, что снижать цены нет необходимости. Возможно, в этом месяце даже стоит отказаться от скидки при бронировании в последний момент. Менеджер по работе с онлайн сегментом возьмет курс на повышение тарифов, корпоративный менеджер не будет предлагать специальные условия корпоратам, а сотрудник отдела бронирования сфокусируется на апсейлах.

Если, напротив, пикап отстает от прошлого года, порядок действий зависит от того, на сколько. Например, для выполнения бюджета вам нужно забронировать месяц в месяц номеров на один миллион рублей. Но в прошлом году удалось сделать

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

за октябрь только пятьсот тысяч рублей. В этом же году пикап идет еще хуже. Задумайтесь, сможет ли введенная акция способствовать увеличению бронирований как минимум в два раза? Какой должна быть скидка, чтобы так разогнать пикап? Если вы понимаете, что акция едва ли поможет, то советую не тратить силы на текущий месяц, который уже не спасти, а сфокусироваться на будущем периоде. Так можно компенсировать невыполнение бюджета в текущем месяце. Если отставание небольшое, то имеет смысл предпринять усилия для активации продаж. Как вариант- поработать с онлайн сегментом, быстро реагирующем на изменение цены.

Если вы знаете, сколько бизнеса приходит в отель месяц в месяц, собственник и финансовая служба скажут вам спасибо. Ваши аналитические способности помогут верно распределить денежные потоки и понять, к каким цифрам отель придет к концу месяца. Следить за пикапом необходимо не только в рамках одного месяца. Чем больше информации вы соберете, тем точнее прогнозы и тем реже будут случаться неприятные неожиданности.

Одному отелю, который не следил за пикапом, постоянно приходилось в начале месяца вводить гигантские скидки, 40-50%. Так как отель не вел статистику, то о том, что бюджеты горят, руководство узнавало, только вступая в новый месяц. В попытке спасти ситуацию, отель начинал бомбить онлайн ресурсы скидками в последний момент. К сожалению, бюджеты продолжали не выполняться, потому что гостиница вдвое резала средний тариф. Но упорно продолжала придерживаться этого поведения, не пытаясь даже заглянуть в будущее и спрогнозировать загрузку.

Не повторяйте чужих ошибок и познакомьтесь с пикапом уже сегодня! Вполне вероятно, информация вас сильно удивит.

<https://hotelier.pro/revenue/item/pikaptess-na-zdorove/>