



Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 1101-2021

С 1 по 12 ноября 2021 года

1. Государственное регулирование туристско-гостиничной отрасли и вопросы классификации гостиниц

Ростуризм перезагрузит въездной туризм

Свердловским гостиницам могут снизить требования для получения налоговых льгот

2. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Реанимация туризма.

Реакция гостиничной индустрии на локдаун. Цифры, мнения, аналитика.

Российские регионы снимают ограничения...там, где эпидситуация стабилизировалась.

В Краснодарском крае принимают иностранных туристов даже в локдаун

В Карелии ослабили ограничения для отельеров. А некоторые регионы, наоборот, их усилили.

3. Юридический практикум для работников гостиничного бизнеса и происшествия в гостиницах

Отелям разрешили не согласовывать цены с Booking.com. Сервис проиграл судебное разбирательство с ФАС

Booking.com откажется от требования паритета цен в России. Суд отклонил апелляцию сервиса в споре с ФАС.

Туроператоры попросили прояснить правила заселения иностранцев в отели

О покрытии пола в номере отеля, пожарной безопасности и не только...

В Улан-Удэ пожарные «тушили» «Бурятию». Условный пожар произошёл на восьмом этаже

4. Гостиничный бизнес за рубежом: новости, тренды

Сервис бронирования Airbnb в третьем квартале получил рекордную чистую прибыль

Гости отелей Hilton смогут делиться своими цифровыми ключами

5. Интересное для отельеров

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

Фокус – Москва и столичный регион

Какие комиссии платят гостиницы за бронирование?

Как увеличить долю прямых продаж?

Как отелю бороться с отменами бронирований?

Бронирование и закрытие номеров на ремонт

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. Государственное регулирование туристско-гостиничной отрасли и вопросы классификации гостиниц

Ростуризм перезагрузит въездной туризм

С 10 по 16 ноября 2021 года Ростуризм впервые проведет онлайн-выставку для зарубежных партнеров — профессиональных покупателей российского туристического продукта. Трансляция организована на сайте проекта Russian Travel Hub. Информационным и технологическим партнёром мероприятия выступает туристический медиахолдинг Profi.Travel.

Первая выставка по въезду в России

Russian Travel Hub — первая профессиональная площадка для представления туристических продуктов регионов России исключительно для иностранного потребителя. В мероприятии ожидается участие более тысячи профессиональных покупателей из стран Европы, Азии и Ближнего Востока.

«Russian Travel Hub — важный шаг на пути к восстановлению въездного туризма в России, — отметила руководитель Ростуризма Зарина Догузова. — Очень здорово, что российский бизнес и регионы получили удобную и, что важно, бесплатную площадку, где смогут напрямую, без перелетов и дополнительных затрат, пообщаться с зарубежными коллегами, профессиональными покупателями, продемонстрировать им свои лучшие проекты, идеи и решения, рассказать о прекрасных местах нашей страны, которые смогут посетить иностранные туристы, как только позволит эпидемиологическая ситуация».

Какие события запланированы в рамках проекта Russian Travel Hub

Серию мероприятий проекта Russian Travel Hub откроет Петербургский международный туристский форум Travel Hub. Он пройдет 10 ноября в гибридном формате, трансляцию оффлайн-мероприятия можно будет посмотреть на сайте выставки. Участники обсудят вопросы восстановления въездного туризма, электронную визу, перспективы эко- и водного туризма, а также лучшие отраслевые практики в сфере IT и инноваций.

По словам председателя комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга Сергея Корнеева, площадка для проведения крупнейшего форума по въездному туризму выбрана не случайно. «В рамках мероприятия Петербург должен продемонстрировать свои возможности тревел-хаба, представив мировому турбизнесу и путешественникам потенциал города и многочисленные маршруты через Северную столицу.

Отмечу, что с 2020 года в Пулково введен режим седьмой степени свободы воздуха, который позволяет авиакомпаниям совершать полеты между двумя иностранными государствами без посадки в стране своей регистрации. Это первый и единственный аэропорт в России с таким режимом, что дает нам огромные преимущества.

Также большие возможности открывает единая электронная виза, которая введена сроком на 16 дней для 52 стран по поручению Президента РФ Владимира Путина. Сегодня отложенный спрос на путешествия в мире огромен, и после снятия карантинных ограничений люди будут выбирать, куда именно отправиться в первую очередь, где будет начальная точка путешествия и что свяжет различные направления в единый маршрут. И тревел-хаб должен быть готов справиться со всем разнообразием накопившихся запросов туристов», — резюмирует Сергей Корнеев.

11 ноября в рамках онлайн-выставки запланирована серия презентаций. Цель — показать новую Россию, безопасную, привлекательную, удобную, с современными аэропортами и поездами.

Байеры из более чем из десяти стран мира смогут увидеть, насколько ярким, необычным и комфортным может быть путешествие по нашей стране. Свой турпродукт представят туроператоры из разных уголков России — здесь и классические маршруты по двум столицам и Золотому Кольцу, и современные концептуальные туры по Камчатке, Сахалину, Карелии, Сибири и другим регионам. Все презентации проходят с синхронным переводом на английский язык.

Инновационные технологии помогут наладить партнерские связи

С 12 по 16 ноября на Russian Travel Hub — дни нетворкинга и персональных видеовстреч. Это пространство для деловых коммуникаций российских поставщиков турпродукта и покупателей со всего мира. Если ваша компания занимается приемом в России, регистрируйтесь на сайте в качестве селлера, заполняйте профиль компании — и можно приступать к общению с иностранными байерами. Партнеры ожидают, что переговоры с ними будет проводиться на английском языке. Вы можете обмениваться виртуальными визитками, назначать и проводить видеовстречи. А в поиске нужных компаний помогут специальные фильтры. Участие в выставке бесплатно и для покупателей, и для продавцов.

«Мы очень ждем иностранных гостей, нам есть, чем их впечатлить. Уже сейчас многое сделано для того, чтобы пребывание зарубежных туристов в России было ярким, интересным, комфортным и, что самое главное, безопасным, — говорит Зарина Догузова. — Рассчитываю, что выставка поможет перезагрузке въездного туризма в нашей стране, обновлению и установлению новых деловых контактов, будет способствовать запуску новых совместных проектов. Желаю всем участникам мероприятия успехов, интересных дискуссий и заключения новых соглашений».

https://profi.travel/news/53214/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_18902_031121

Свердловским гостиницам могут снизить требования для получения налоговых льгот

Законодательное собрание Свердловской области рассмотрит вопрос о снижении требований к гостиничным комплексам для получения налоговых льгот. Это позволит компаниям высвободить денежные средства для обновления номерного фонда и инфраструктуры гостиниц, сообщили в четверг в пресс-службе законодательного органа региона.

«Предлагаемые изменения исключают ограничение по сроку ввода в эксплуатацию, но не изменяются условия по объему инвестиций, что позволит применять пониженную налоговую ставку крупным значимым инфраструктурным объектам. Высвобожденные средства налогоплательщиками планируется направить на обновление номерного фонда, систем телекоммуникаций и другой инфраструктуры гостиниц, что способствует повышению уровня сервисных и туристических услуг, а также укреплению делового имиджа Свердловской области», — говорится в сообщении.

Как уточнили в пресс-службе, изменения планируется внести в статью закона «Об установлении на территории Свердловской области налога на имущество организации». Сейчас пониженная ставка в 0,5% по налогу на имущество распространяется только на гостиницы, введенные в эксплуатацию с 2016 года, объем капитальных вложений в строительство или реконструкцию каждой из которых составил более 1 млрд рублей.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Ранее руководитель уральского отделения Российского Союза туриндустрии, президент Уральской ассоциации туризма Михаил Мальцев сообщал, что по его оценкам в Свердловской области предложение на загородное размещение более чем в 10 раз ниже спроса. При этом в Екатеринбурге гостиничное хозяйство достаточно развито.

<https://hoteliernews.ru/sverdlovskim-gostinitsam-mogut-snizit-trebovaniya-dlya-polucheniya-nalogovyh-igot>

2. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Реанимация туризма.

Реакция гостиничной индустрии на локдаун. Цифры, мнения, аналитика.

Введение в России федеральной властью «нерабочих дней» с 26/30 октября (где как) по 7 ноября руководство регионов страны дополнило массированными локдаунами.

В Москве и Санкт-Петербурге, в частности, власти запретили до 7 ноября деятельность предприятий общественного питания (за исключением обслуживания на вынос и доставки, общепита на вокзалах, АЗС, а также производственных столовых), деятельность объектов розничной торговли (за исключением аптек, заправок для электромобилей, объектов без торгового зала, а также объектов торговли продовольственными товарами или непродовольственными товарами первой необходимости при условии, что доля таких товаров в ассортименте составляет не менее 30%) и ввели другие обширные запреты.

Заселять туристов в гостиницы в Москве и Санкт-Петербурге в период локдауна, впрочем, не запрещено, а вот в Астраханской области от туристов отмежевались - отелям региона запретили принимать приезжих туристов. Причем местные гостиницы и турбазы не вправе принимать гостей из других регионов независимо от их прививочного статуса или наличия ПЦР-теста (исключение только для командировочных).

Тем временем в Краснодарском крае отели молниеносно среагировали на объявление нерабочей недели: практически все как один отменили спецпредложения, где-то даже повысил цены и ... замерли в ожидании активного спроса. Однако – по словам участников местного рынка - бронирования упали до минимальных значений.

«Такого столпотворения, как было при закрытых границах, не видим. Теперь есть альтернатива, например, из Краснодара в Египет можно улететь на праздники за 30 тысяч рублей», - прокомментировала текущую ситуацию Бэлла Тарасова, генеральный директор туроператора «Ривьера».

«Полагаю, осень и зима будут непростыми, отельерам стоит задуматься», – заметил Валерий Сычев, генеральный директор компании «Росюгкурорт».

«На Крым спрос рухнул на 35-40%, полуостров вышел в лидеры по аннуляциям на этот период», - сообщил Сергей Ромашкин, генеральный директор компании «Дельфин».

«После внедрения QR-кодов уже можно сделать следующий прогноз. На бронирование отелей оно повлияет в объеме 15-20% - мы сейчас ведем обзвон забронировавших на ближайшие две недели», - сообщила генеральный директор курортного комплекса Феодосии «Алые паруса» Анна Нерозина.

Больше пострадали заведения, зависящие от потока гостей из города - рестораны, спа-центр, спортзал, магазин сувениров, концертная касса.

«По тенденциям и реакциям гостей уже можно смело делать предположение о падении доходов на 50-80%. Восстановление объема доходов, на мой взгляд, займет минимум три месяца», - уточнила Анна Нерозина.

Т.е. ближе к весне ...

Гендиректор ялтинского комплекса Mriya Resort & SPA Самвел Саруханян сообщил, что после введения обязательных QR-кодов нагрузка колл-центр выросла на 150%, а загрузка отеля снизилась также на 15-20%.

«Если говорить про Россию в целом, то думаю, что загрузка упадет на 30-40%. Введенные ограничения выполнили свою задачу и ограничили активный спрос на внутренний туризм. Порядка 20% гостей, которые отказались от размещения у нас, по нашим данным, приняли решение поехать за границу», - добавил он.

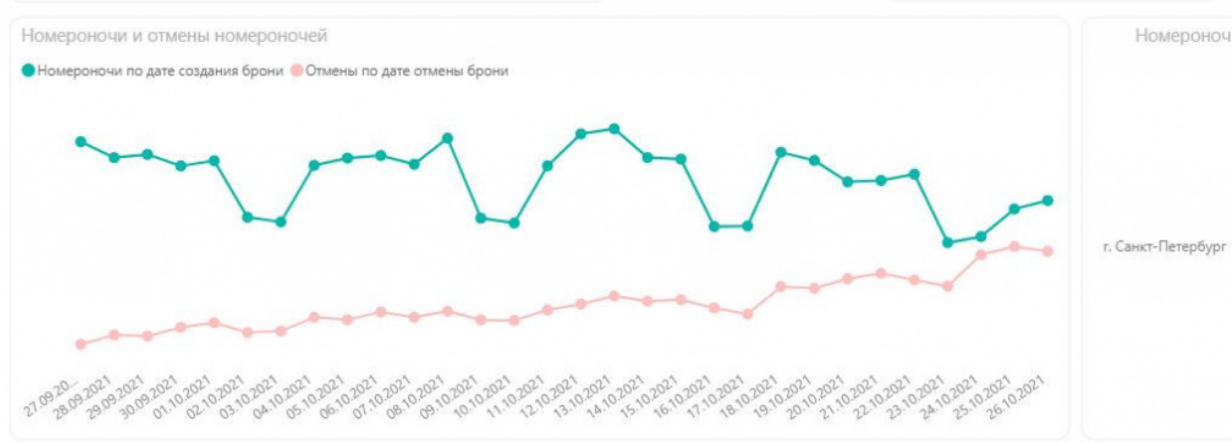
В Ивановской области ограничивают въезд иногородних туристических групп на автобусах, требуя у пассажиров QR-коды и сертификаты о вакцинации либо справки об отрицательных тестах на коронавирус.

В Севастополе выставили блок-посты - не только для того, чтобы не впускать приезжих в город без ковар-кодов и сертификатов о вакцинации, но и чтобы не ВЫПУСКАТЬ жителей из города без соответствующих сертификатов (о том, что такие действия противоречат Конституции РФ в силу напряженности эпидемиологического момента, говорить не принято!).

На 27 октября об отказе от оплаченных туров в Калининград на даты с 1 по 7 ноября сообщили уже около 20% туристов.

«Люди не готовы ехать отдыхать в условиях жесткой антиковидной обороны», - обобщила положение дел Майя Ломидзе, глава АТОР (Ассоциации Туроператоров России) в эфире телеканала «Дождь» (включенного в реестр СМИ-иноагентов).

Логичным образом в компании TravelLine наблюдают устойчивый рост аннуляций по Санкт-Петербургу, особенно во второй половине октября (см. График 1. Ниже).



«Потери в гостях составляют сейчас около 25%», - сообщил Алексей Мусакин, генеральный директор Управляющей Компании Cronwell Management.

«У нас 70% аннуляций», - сказал Андрей Ткачев, генеральный менеджер отеля «Введенский».

«Спрос обвалился почти в 2 раза», - признался Рафаэл Арутюнян, коммерческий директор гостиничной управляющей компании Акван Group.

«Падение спроса и аннуляции в разных отелях моно оценить по-разному, - сообщила Тамара Буйлова, вице-президент Ассоциации малых гостиниц Санкт-Петербурга. – Аннуляции сейчас в диапазоне от 15% до 30%, а с перспективой о до 50% аннуляций».

«С вечера субботы (23 октября) 25–30% уже снялось, и аннуляции продолжаются. До 50 процентов может быть аннулировано», - сделала прогноз инвестор отеля Hotel Indigo St. Petersburg-Tchaikovsky Виктория Шамликашвили.

Быстро ушло в тень то, что Санкт-Петербург – не взирая ни на что - все равно завоевал международное признание: город победил в трех номинациях европейского этапа World Travel Awards (Санкт-Петербург назван «Ведущим городом Европы с культурно-историческим наследием 2021» и «Ведущим городом Европы для коротких поездок 2021». Кроме того, впервые российская программа победила в номинации «Ведущая маркетинговая кампания Европы 2021» - победителем стала реализуемая городским Комитетом по развитию туризма города маркетинговая кампания «Петербургское гостеприимство/ Safe Travels/ Новая туристская география»).

Причиной отмены поездок в С-Петербург, как правило, становятся сейчас именно ограничения, а не требование предъявить QR-код или ПЦР-тест при заселении в гостиницы, - отметила Анна Твердохлебова, генеральный директор туроператора «Петербургский магазин путешествий». - Мы сейчас обзваниваем туристов и видим: у 80 процентов точно есть QR-код. Аннуляция происходит из-за того, что в городе нечего делать».

Локдаун породил конфликты.

«До 80–90% туристов хотели бы аннулировать или перенести поездку, но это сделать зачастую невозможно. По логике авиакомпаний и некоторых гостиниц, введенные ограничения не являются условием для полного возврата денег», - прокомментировала Мария Ушакова, руководитель комиссии по выездному туризму и директор туроператора «Арт-Тревел».

Все аннуляции сейчас идут по изначальным условиям тарифов авиакомпаний, специальных условий из-за введенных ограничений нет. Зачастую билеты покупались по эконом-тарифу, который не дает возможности вернуть деньги и предполагает штраф за изменение даты. У «Победы», например, поменять дату стоит 5000 рублей. У РЖД по групповым условиям перевозки возврат средств не 100%, удерживаются сборы.

«Sokos грозил штрафами, но пока не выставил, обсуждаем перенес заездов туристов на март», - сообщила Елена Газина, генеральный директор турфирмы «Ладья».

Вместе с тем, не может не вызвать тревоги то, что «ковидная чересполосица» в России способна сделать эпидемию вечной. Федеральная власть децентрализовала борьбу с ковидом, из-за чего эффективность антивирусных мер снижается.

После завершения первого локдауна в мае 2020 года борьбу с эпидемией Кремль фактически отдал на откуп регионам. И с тех пор эта борьба выглядит очень фрагментировано (и зачастую хаотично). Фактически регионы устроили свой ковидный парад – из локдаунов и куаризации сфер жизни людей на местных условиях.

Парикмахерские закрыты, но при этом гражданам не возбраняется толпами устремляться на отдых в Турцию и Египет, например.

Вряд ли лоскутные локдауны способны купировать ковид-19 раз и навсегда. А значит, борьба со злобным вирусом будет продолжаться ... Сколь долго?

По словам отельеров, важно, чтобы ограничения не были продлены после 7 ноября. Туристы и без локдауна боятся бронировать проживание заранее. На Новый год фактически нет заявок – говорят участники как туристического, так и гостиничного рынков.

Санкт-Петербург еще в прошлом год подпортил свою репутацию, когда в последний момент в декабре 2020 года в городе «всё закрылось». И вряд ли «пластырем» тут могут выступить награды и громкие титулы С-Петербурга

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

Фокус – Москва и столичный регион

(«культурная столица России», «гастрономическая столица России», номинации World Travel Awards) - награды отдельно, а реальное положение дел – отдельно.

Обобщая ситуацию, губернатор Санкт-Петербурга Александр Беглов выступил против туристической привлекательности города в ближайшие 9 дней. В ходе эфира на телеканале «78» 28 октября глава города выразил сомнения в том, что туристам стоит приезжать в Санкт-Петербург во время праздников.

«Жестких ограничений для туристов нет, но в гостиницах у них попросят QR-код», — отметил он. При этом, по его словам, делать в городе туристам будет нечего: рестораны закрыты, другие заведения — тоже. «Не знаю, зачем приезжать. Выходные нужны для того, чтобы пообщаться с семьей», — резюмировал градоначальник.

Такая риторика властей повторяет послы годичной давности, когда туристов отговаривали от посещения С-Петербурга на Новый Год. Минувший год борьбы с коронавирусом ситуацию с заболеваемостью не улучшил, и прошлогодний сценарий воспроизводится вновь.

Локдауном с 30 октября по 7 ноября дело не ограничится.

В С-Петербурге уже отменяется ночная жизнь. Новые ковид-ограничения, запускаемые Смольным, коснутся работы общепита и развлекательных заведений: с 8 ноября им запрещено принимать посетителей после 23:00. Среди тех, кто попадает под запреты – океанариумы, зоопарки, цирки, ледовые катки, аттракционы, концертные залы и кинотеатры и, разумеется, рестораны и кафе. Причем, если океанариумы, зоопарки, цирки и др. делают свою выручку днем, то для ресторанов и баров крайне важно работать за полночь.

Новые ограничения распространятся на физкультурные, зрелищные, культурные мероприятия, конгрессы и выставки. Их проведение до 23:00 разрешено при соблюдении всех ранее установленных мер по профилактике коронавируса.

Если в целом понятно, как отельерам действовать при локдауне, то в ситуации с куар-кодами много неясности. Один из самых болезненных вопросов – завтраки для гостей. Как их правильно организовывать в условиях новых распоряжений властей, как при этом не уронить уровень сервиса для гостей – тут отельерам еще придется поломать голову!

И завтраки – не единственная проблема! Локдауны и «куары» обостряют извечную проблему отельеров - дефицит (и качество!) линейного персонала. Не случайно именно этому вопросу была посвящена встреча клуба Совет Отельеров, организованная в С-Петербурге на днях (см. <http://www.worldtravelbiz.ru/News/Текущую-ситуацию-разбирал-Совет-Отельеров>).

Оглядываться на опыт коллег или нет – каждый решает для себя сам. Но одинаково всем придется тяжело до конца года. Как минимум, до конца. А там ... что день грядущий приготовит?

<https://hotelier.pro/news/item/reaktsiya-gostinichnoy-industrii-na-lokdaun-tsifry-mneniya-analitika/>

Российские регионы снимают ограничения...там, где эпидситуация стабилизировалась.

В Москве и Подмосковье не будут продлевать нерабочую неделю после 7 ноября. Об этом в среду заявили мэр столицы Сергей Собянин и губернатор Московской области Андрей Воробьев в связи со стабилизацией ситуации с заболеваемостью коронавирусом.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Таким образом, в обоих регионах с понедельника откроются кафе и рестораны, а также непродовольственные магазины и организации сферы услуг. И систему QR-кодов на них распространять пока не планируется. Однако она продолжит действовать для театров и музеев, а также массовых мероприятий. При этом с 8 ноября допустимая посещаемость театров и музеев будет увеличена с 50% до 70%.

Сегодня же ряд федеральных СМИ распространили информацию о том, что в Крыму отменили требование о заселении в гостиницы с сертификатами о вакцинации или отрицательными ПЦР-тестами. Однако позже ее опровергла заместитель председателя правительства Крыма Елена Романовская. Напомним, что на полуострове также продолжают действовать ранее введенные антиковидные меры: запрещено проведение экскурсий для групп численностью более 10 человек, посещение баров и кафе возможно только с QR-кодами и ПЦР-тестами.

Действительно, ослаблять ограничения в сфере туризма пока готовы не везде. Так, о продлении работы системы QR-кодов объявили в Псковской области — там ее намерены сохранить как минимум на новогодние праздники, а в Калининградской — до февраля 2022 года. В обоих случаях перечень отраслей, которые будут работать по QR-кодам, планируется расширить. Еще ряд регионов намерены поддерживать эту систему «до улучшения обстановки».

https://profi.travel/news/53238/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_18921_041121

В Краснодарском крае принимают иностранных туристов даже в локдаун

Законно ли признание зарубежных сертификатов о вакцинации на уровне региона?

Даже сейчас, в период усиления ограничений, в Краснодарском крае принимают иностранных туристов. Как сообщает корреспондент Profi.Travel с места событий, в центре Сочи довольно много иностранцев: встречаются кубинцы, мексиканцы и представители африканских стран.

По словам экспертов, это один из немногих регионов с лояльными требованиями к заселению иностранных туристов. Они объясняют это тем, что отели Краснодарского края, в отличие от остальных субъектов, заселяют иностранцев не только с ПЦР-тестами, но и с зарубежными сертификатами о вакцинации. Как рассказали Profi.Travel в службе размещения Tulip Inn Omega Sochi в Эстосадке, заселившись таким образом, гость может также посещать ресторан отеля, если оплатил номер с питанием. Кроме того, всем без исключения доступен сервис заказа еды в номер. Учитывая такие правила, даже сейчас, в период локдауна, в отеле есть иностранные гости.

И все же это только единицы по сравнению с турпотоком до усиления ограничений, уточнили в туроператоре «Интурист»: подавляющее большинство клиентов отменили свои брони из-за неопределенности — ситуация меняется ежедневно, и никто не может гарантировать гостям заселение и нормальные условия отдыха. Как отметил руководитель Российского информационного центра в Мумбае Пареш Навани, из-за громких заголовков СМИ в Индии ограничения в России трактуются как тотальный локдаун, и туристы взяли паузу до тех пор, как их снимут. Из шести групп, которые собирались в Россию, только одна согласилась вылететь в конце этой недели.

По словам юристов, у регионов действительно довольно широкие полномочия по условиям ограничений — они могут вводить разные комбинации мер на свой страх и риск, включая и послабления. Однако при этом ничего не мешает

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

Фокус – Москва и столичный регион

территориальным органам Роспотребнадзора штрафовать иностранных туристов и бизнес за нарушение санитарных требований, опираясь на позицию федерального центра. Это стало очевидно после реакции контролирующего органа на решение Ленинградской области о допуске иностранцев в музеи и рестораны с иностранным QR-кодом.

Как отметил глава ЮА «Персона Грата» Георгий Мохов, с юридической точки зрения сертификат о вакцинации зарубежным препаратом на территории нашей страны никакого значения не имеет до тех пор, пока это не подкреплено договоренностями на уровне государств. «Равно как и наши сертификаты за рубежом, если страна не одобрила конкретную вакцину. Это как иностранные права, которые у нас не действуют, если страны не заключили соответствующее соглашение. Мы находимся в юридическом хаосе, поэтому не исключено, что для решения таких спорных вопросов туристам придется прибегнуть к помощи суда», — считает Мохов.

https://profi.travel/news/53241/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_18921_041121

В Карелии ослабили ограничения для отельеров. А некоторые регионы, наоборот, их усилили.

С 8 ноября средствам размещения в Карелии, имеющим паспорт коллективного иммунитета разрешается не требовать у постояльцев QR-коды, справки о прохождении вакцинации или перенесенном заболевании. Кроме того, заведениям общепита, обладающим паспортом коллективного иммунитета, разрешается работать до часу ночи. Соответствующий приказ подписал глава республики Артур Парфенчиков.

Напомним, некоторые регионы также пошли навстречу турбизнесу. Так, в Ленинградской области иностранных туристов пускают в музеи, а в Краснодарском крае разрешили заселяться в гостинице с зарубежным сертификатом о вакцинации. А отдельные субъекты, наоборот, продлили или ужесточили ограничительные меры. Так, в Калининграде пролонгировали систему QR-кодов до конца января 2022 года и расширили перечень сфер, где она работает.

В Иркутской области с 8 ноября ужесточат правила посещения общественных пространств, заведений общепита, музеев, кинотеатров, театров, зоопарков и иных развлекательных организаций. Всем посетителем указанных заведений нужно будет предъявить QR-код, сертификат или иной медицинский документ о перенесенном заболевании (при наличии медицинских противопоказаний - отрицательный ПЦР-тест на COVID-19, полученный не позднее чем за 72 часа).

В Ярославской области губернатор Михаил Евраев распорядился контролировать выполнение ограничений с помощью рейдов в ресторанах, кафе, музеях и на туристических объектах. В октябре представители Роспотребнадзора, УМВД и департамента АПК оштрафовали более 160 предпринимателей.

https://profi.travel/news/53244/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_18925_081121

3. Юридический практикум для работников гостиничного бизнеса и происшествия в гостиницах

Отелям разрешили не согласовывать цены с Booking.com. Сервис проиграл судебное разбирательство с ФАС

Booking.com проиграл судебное разбирательство с ФАС и теперь гостиницы смогут ставить на своих сайтах стоимость проживания ниже, чем на сервисе, сообщает РБК со ссылкой на заявление компании.

Девятый апелляционный арбитражный суд оставил в силе решение Арбитражного суда Москвы, который, в свою очередь, в августе отказался удовлетворить иск Booking.com и подтвердил законность решения и предписания Федеральной антимонопольной службы.

Представитель сервиса отметил, что теперь Booking.com будет работать над прекращением практики паритета цен в России. Компания должна будет удалить спорный пункт из договоров с отелями. Однако всё-таки планируется оспорить постановление апелляционной инстанции в кассационном суде.

Напомним, жалобы на Booking.com предъявляли туристические агентства. Недовольства были связаны с договорами, которые система бронирования заключает с отельерами-контрагентами. В них она просит гарантировать ей так называемую лучшую цену: даже если клиент бронирует напрямую, гостиница не вправе предоставить ему номер дешевле, чем тот сдаётся на Booking.com.

В декабре 2019 года в отношении Booking.com было возбуждено антимонопольное дело. ФАС посчитала, что сервис злоупотребляет доминирующим положением, навязывая работающим с ним отелям условие давать лучшие цены. Не согласившись с этим решением, сервис в феврале 2021 года оспорил вердикт ФАС в Арбитражном суде Москвы.

https://www.sostav.ru/publication/otelyam-razreshili-ne-soglasovyvat-tseny-s-booking-com-51267.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D

Booking.com откажется от требования паритета цен в России. Суд отклонил апелляцию сервиса в споре с ФАС.

Сервис Booking.com будет следовать решению суда и отменит требования паритета цен на размещение в отелях и других средствах размещения в России. Об этом сообщил РБК со ссылкой на представителя компании.

Сегодня, 11 ноября, Девятый апелляционный арбитражный суд оставил в силе решение Арбитражного суда Москвы, отказавшего в удовлетворении иска Booking.com на решение ФАС в августе 2021 года. Таким образом сервис должен отказаться от практики навязывания паритета цен партнерам.

«Будучи компанией, соблюдающей законодательство, мы будем работать над прекращением практик паритета цен в России», — цитирует издание представителя компании. При этом он добавил, что Booking.com еще оспорит сегодняшнее решение в кассации.

ФАС возбудил административное дело против сервиса в декабре 2019 года по факту злоупотребления доминирующим положением на рынке после совместного обращения «Опоры России» и Федерации Рестораторов и Отельеров.

Суть претензий заключалась в том, что сервис бронирования требовал от партнеров предоставлять минимальные цены на проживание. У отелей и иных средств размещения не было права выставлять на других площадках цены ниже, чем

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

Фокус – Москва и столичный регион

они выставляли на Booking.com. При этом запрет касался даже собственных сайтов отелей.

Год спустя, в декабре 2020 года, административное дело было завершено. Антимонопольное ведомство пришло к выводу, что сервис образом злоупотреблял доминирующим положением и навязывал партнерам условия сотрудничества, и потребовало исключения соответствующего пункта из договоров с отелями.

В феврале 2021 года Booking.com попытался оспорить решение ФАС в Арбитражном суде Москвы, но безуспешно. Отклонение апелляции означает, что сервис обязан подчиниться решению суда.

В настоящее время Booking также обжалует оборотный штраф в размере 1,3 млрд рублей, выписанный ФАС. Жалоба рассматривается в суде первой инстанции.

При этом среди отельеров нет однозначного мнения относительно требования паритета цен на рынке. Ранее представители бизнеса рассказали Profi.Travel, что Booking.com, несмотря ни на что, остается ключевым каналом продаж для большинства объектов размещения, и они продолжают конкурировать на этой площадке за счет цены и других маркетинговых инструментов.

С другой стороны, теперь они смогут более свободно использовать скидки и другие инструменты привлечения клиентов на других площадках, в том числе на собственных сайтах.

https://profi.travel/news/53321/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_19020_121121

Туроператоры попросили прояснить правила заселения иностранцев в отели

Туроператоры направили главе Ростуризма Зарине Догузовой письмо, в котором просят разъяснить правила заселения иностранных туристов в отели, а также требования при посещении ими ресторанов, музеев и других объектов показа на территории России, сообщила в пятницу пресс-секретарь Российского союза туриндустрии (РСТ) Ирина Тюрина.

Письмо на имя главы ведомства Зарины Догузовой подписали председатель комиссии РСПП по туризму Сергей Шпилько, вице-президент Российского союза туриндустрии Леонид Флит и руководители 34 туроператоров, принимающие иностранных туристов.

«В письме говорится, что с апреля 2021 года наблюдается заметный рост интереса к поездкам по России со стороны иностранных туристов. Для этого есть объективные предпосылки, так как границы РФ со многими странами открыты, визы выдаются, количество рейсов увеличивается с каждым днем. Отели, объекты показа, рестораны, транспортные компании, принимающие туроператоры – все участники сервисной цепочки соблюдают антикоронавирусные ограничения и их персонал приветит», — рассказала Тюрина.

Она подчеркнула, что турбизнес поддерживает введение в Москве, Петербурге и других регионах дополнительных антиковидных мер, но его беспокоит отсутствие в соответствующих постановлениях четкого протокола действий по отношению к иностранным туристам, которые прошли вакцинацию от коронавирусной инфекции в своих странах и имеют подтверждающие сертификаты.

«Такой протокол действий нужен для того, чтобы сейчас, в период формирования продукта на зиму 2021-2022 и на следующий летний сезон, зарубежные партнеры имели информацию о требованиях, которую они могли бы транслировать своим клиентам. Подобные инструкции есть во всех странах, которые открыли свои границы для международного туризма. Актуальность протокола по

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

Фокус – Москва и столичный регион

въезду в Россию очень важна, и сейчас тот самый момент, когда его нужно подтвердить», — говорится в письме.

По словам Тюриной, речь идет, в первую очередь, о туристах из тех стран, откуда разрешен въезд с туристическими целями, на сегодня их около 50. В основном, сейчас приезжают туристы из Индии, ОАЭ, Турции, Мексики, Испании, Франции, Германии.

Она напомнила, что в России не действует QR-код, полученный за иностранную прививку, поэтому зарубежным туристам недоступны многие музеи, театры. И с момента введения последнего локдауна, когда обозначилась эта проблема, ничего не изменилось. «Туроператоры не понимают, как поступать с туристами в этой ситуации. Остается один вариант: делать ПЦР-тест и вносить его в ЕМИАС. Но результат действует всего 72 часа, тест надо постоянно обновлять, что требует дополнительных денег и времени. К тому же в разных регионах выдвигаются разные требования. Отсутствие четких правил приводит к отказам от поездок в Россию», — подчеркнула представитель РСТ.

Как сообщалось, МИД РФ с конца августа по конец октября выдал гражданам стран, откуда разрешен въезд в Россию, почти 50 тыс. туристических виз, в том числе около 4 тыс. многократных.

<https://hoteliernews.ru/turoperatory-poprosili-proyasnit-pravila-zaseleniya-inostrantsev-v-oteli>

О покрытии пола в номере отеля, пожарной безопасности и не только...

Советом по классификации гостиниц при Ростуризме рассматривается проект изменений, которые вносятся в Положение о классификации гостиниц, утвержденное постановлением Правительства Российской Федерации от 18 ноября 2020 г. № 1860 «Об утверждении Положения о классификации гостиниц» (* текст проекта по ссылке был представлен в предыдущем выпуске Дайджеста).

Проектом предусмотрен ряд изменений, в том числе касающиеся вопросов безопасности. Так, разработчиками включен пункт относительно пожарной безопасности мягкого напольного покрытия в номерах. Эксперты Ассоциации "Безопасность туризма" считают данное требование избыточным, так как оно противоречит ФЗ-123 «Технический регламент о требованиях пожарной безопасности» (табл. 28).

В проекте присутствуют еще несколько отдельных фрагментарных требований, касающихся безопасности.

К примеру, упоминаются требования техники безопасности, которые давно уже не предусмотрены действующим трудовым законодательством. Предлагается использовать термин "соблюдение требований охраны труда".

Или, например, в проекте изменений речь идет об умении персонала оказывать первую помощь в чрезвычайных ситуациях. Однако, в соответствии с действующим законодательством (ст. 31 ФЗ-323 от 21 ноября 2011 г. "Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации») и приказом Минздравсоцразвития России от 04.05.2012 N 477н первая помощь может оказываться при несчастных случаях, травмах, отравлениях и других состояниях и заболеваниях, угрожающих их жизни и здоровью (а не при ЧС, когда количество пострадавших и погибших превысит 10 чел.). И это должен делать не весь персонал гостиницы, а только те лица, которые обязаны оказывать первую помощь в соответствии с федеральным законом или со специальным правилом и имеющие соответствующую подготовку. В этой связи некоторые эксперты отрасли предлагают вообще исключить данный пункт из проекта. Но и тут есть нюанс...

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

Фокус – Москва и столичный регион

Есть фактор так называемого "золотого" часа (45 минут), когда человек без оказания помощи может погибнуть и, соответственно, наступит ответственность за оказание гостиничных услуг, не отвечающих требованиям безопасности. Это актуально для гостиниц, расположенных в удаленных местах (например, на ООПТ), где невозможно соблюсти норматив так называемой транспортной доступности, в части оказания скорой медицинской помощи - не более 20 минут.

И кто в таком случае возьмёт на себя ответственность об исключении пункта о первой помощи при наличии перспектив последующих судебных разбирательств в следствие наступления тяжких последствий здоровью постояльца? Ведь данный пункт в системе классификации существует давно.

Проект имеет по тексту еще ряд других положений, не имеющих ничего общего с объективной оценкой состояния уровня безопасности гостиницы. На правах члена Совета по классификации гостиниц при Ростуризме Ассоциацией "Безопасность туризма" направлены соответствующие предложения в Ростуризм.

Считаем, что сведения о безопасности гостиничных услуг и об уровне защищенности жизни, здоровья и имущества постояльцев должны являться неотъемлемой и составной частью, предоставляемой потребителям информации в виде «звёздности». Потребители, ориентируясь на «звезды», выбирают одновременно с сервисом и свою безопасность.

Ассоциация «Безопасность туризма» уверена, что широкое обсуждение аспектов безопасности в системе классификации гостиниц весьма полезно и только совместно нам удастся найти приемлемый баланс между разумным и достаточным в этой непростой, но весьма важной сфере!

<https://www.tourismsafety.ru/hotel.html>

В Улан-Удэ пожарные «тушили» «Бурятию». Условный пожар произошёл на восьмом этаже

Пожарно-тактическое учение прошло 11 ноября в центре Улан-Удэ. Пожарные были привлечены к ликвидации условного пожара, произошедшего в гостинице «Бурятия».

К месту вызова были направлены дежурные караулы пожарно-спасательных частей № 1, №3, №8 и №73. Всего на месте работали семь единиц техники и 22 сотрудника, сообщает пресс-служба ГУ МЧС России по Бурятии. По замыслу учения, условное возгорание находилось на восьмом этаже гостиницы. Силами администрации до прибытия пожарных из здания были эвакуированы 126 человек, ещё двое условных пострадавших остались в задымленной зоне.

Один мужчина был эвакуирован с применением спасательного устройства по лестничному маршу, второй был спасён пожарными из окна восьмого этажа с применением автолестницы АЛ-30. Оба «пострадавших» были сопровождены из опасной зоны и переданы врачам скорой помощи.

Для ликвидации очага на месте была организована работа штаба пожаротушения, силами которого было сформировано три боевых участка. Условный пожар был полностью ликвидирован за 24 минуты на площади 80 квадратных метров.

https://www.baikal-daily.ru/news/16/425320/?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop

4. Гостиничный бизнес за рубежом: новости, тренды

Сервис бронирования Airbnb в третьем квартале получил рекордную чистую прибыль

НЬЮ-ЙОРК. 5 НОЯБРЯ. ИНТЕРФАКС — Американский сервис бронирования туристического жилья Airbnb Inc. в третьем квартале 2021 года получил рекордную чистую прибыль и выручку на фоне активности туристов в летний период.

Как сообщается в пресс-релизе Airbnb, выручка в июле-сентябре выросла почти на 70% и достигла \$2,2 млрд по сравнению с \$1,3 млрд за аналогичный период годом ранее. При этом выручка превзошла показатель за третий квартал 2019 года — до начала пандемии коронавируса — на 36%.

Аналитики, опрошенные FactSet, в среднем прогнозировали выручку на уровне \$2,06 млрд. Совокупный объем заказов компании вырос на 48%, до \$11,9 млрд. Чистая прибыль Airbnb в минувшем квартале выросла до \$834 млн, или \$1,22 на акцию, по сравнению с \$219 млн годом ранее. Рост показателя составил 220%.

Акции Airbnb подорожали на 1,2% на дополнительных торгах в четверг после публикации отчетности. Капитализация компании с начала года увеличилась на 21,6%, до \$108,7 млрд.

Airbnb — американский сервис, позволяющий путешественникам забронировать жилье (от комнаты с хозяевами до отдельных коттеджей) у владельцев напрямую. За услугу компания берет комиссию как с владельцев жилья, так и со съемщиков. Airbnb представлен более чем в 100 тыс. городов мира.

<https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/83116/>

Гости отелей Hilton смогут делиться своими цифровыми ключами

Сеть Hilton запустила технологию Digital Key еще в 2015 году, которая позволяет гостям использовать приложение Hilton Honors на своем мобильном телефоне в качестве ключа от номера.

Теперь опция Digital Key Share позволит основному гостю поделиться своим цифровым ключом с четырьмя людьми через приложение Hilton Honors, при этом дополнительный гость при получении приглашения пройдет проверку безопасности мгновенно в фоновом режиме. Дополнительный гость не сможет в дальнейшем поделиться ключом. Hilton сказал, что опция будет развернута во всех отелях, которые в настоящее время предлагают технологию Digital Key.

«В основе нашего технологического подхода — обслуживание гостей, и по мере возвращения к путешествиям мы рады предоставить им новые возможности, которые позволяют сосредоточиться на самом важном — ярких впечатлениях», — сказал Крис Силкок, исполнительный вице-президент и коммерческий директор Hilton.

Технологии не остановить. И в перспективе, по мнению экспертов, за такими ключами будущее. Именно в случае с гостиницей такой цифровой ключ — отличный вариант, так как пластиковые карточки слишком легко где-нибудь потерять. Необходимо идти вперед, если хочешь быть конкурентоспособным.

Необходимо идти вперед и в сфере обеспечения контроля доступа к различным технологическим и служебным помещениям отелей, которых великое множество на объектах средств размещения. Пока для таких целей приложений не разработано, но существуют уникальные отечественные разработки, такая как электронная система хранения ключей KeyGuard, которая автоматизирует процесс выдачи-возврата и учеты любых ключей, сокращает потери рабочего времени,

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

Фокус – Москва и столичный регион

осуществляет контроль за персоналом, снижает затраты на охрану и повышает уровень безопасности в отеле.

Эта разработка была представлена отельерам в Москве в рамках Международного форума "Безопасность индустрии гостеприимства" 27 сентября 2021 года.

https://www.tourismsafety.ru/news_one_5884.html

5. Интересное для отельеров

Какие комиссии платят гостиницы за бронирование?

Скрытые и неявные платежи могут значительно дополнить статьи расходов по номерному фонду. В каких случаях их можно избежать и на какие из них нужно обратить внимание для контроля затрат по бронированиям? Рассказывает Ксения Богоявленская, эксперт сервиса Контур.Отель.

Главная статья дохода в бюджете отеля — продажа номерного фонда. При этом основные затраты также ложатся на содержание номеров. Обслуживание, уборка номеров, коммунальные платежи, работа бухгалтерии и кадровой службы, обеспечение безопасности, затраты на бронирование и рекламу — все это влияет на конечную прибыль и стоимость услуг.

Разберемся, с какими скрытыми платежами и комиссиями приходится сталкиваться отелю, как в них не запутаться и не понести убытки.

Скрытые затраты сетевых отелей

Среди комиссий сетевых отелей встречаются:

- транзакционные платежи провайдеру за поступления бронирований с нескольких корпоративных ресурсов;
- оплата сотрудничества с системой электронных платежей World Payment System и международной системой резервирования Global Distribution Systems;
- оплата программ TMC и Consortia, которые отвечают за размещение отеля на корпоративных площадках;
- процент от бронирования через программы лояльности мировых авиакомпаний и программ лояльности самого бренда;
- комиссии и платежи за доставку бронирований с онлайн-площадок (OTA) через Channel Manager;
- другие транзакционные или фиксированные платежи.

Избежать этих затрат сложно по нескольким причинам.

Условия контрактов с агентами и поставщиками бронирований включают участие всех объектов сети. Как правило, эти соглашения глобальные, соответственно, операторами транзакции выступают международные системы онлайн-оплат. Затраты на каждое поступившее бронирование могут увеличиться из-за платежей по сборам в иностранной валюте.

Хорошая новость — с сервисами-посредниками можно снизить процент по комиссии, рассчитывая на большее количество бронирований. Например, комиссия «Букингу» может составлять 16 % для брендового отеля в отличие от 20 % для локального. Группа гостиниц под одним названием или брендом более узнаваема по сравнению с конкурентами-одиночками. Гость охотнее выберет номер в знакомой для него сети, чем в той, о которой он не слышал, даже при условии более низкой цены.

Комиссии независимых отелей

Для независимой гостиницы большая часть ежемесячных выплат состоит из комиссий онлайн-площадкам (OTA), провайдерам бронирований через онлайн-модули и банку-партнеру при электронной оплате от гостя. Независимые гостиницы выбирают «Букинг» и «Островок», ведь так легче привлечь гостей и заполнить номера. Однако здесь есть скрытые опасности. Например, для отдельных объектов электронное бронирование составляет до 80 % всех заявок. А это уже сильно ударит по карману отельера, учитывая другие затраты на содержание номеров. Сумма

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

Фокус – Москва и столичный регион

выплат агентам составит по итогу отчетного периода значительную часть от прибыли.

Избежать перечисленных затрат сложно, так как зачастую самостоятельные гостиницы всерьез рассматривают онлайн-площадки как мощный инструмент продвижения, стремятся разместиться на нескольких популярных сервисах, чтобы охватить разные целевые аудитории гостей.

Выход — повышать прямые продажи

Агрегаторы и отраслевые сервисы помогают привлекать гостей, однако неверно полностью полагаться на их услуги. Бизнес попросту ставит себя в уязвимое положение. Когда бронирование по определенному тарифу поступает в гостиницу, до 30 % суммы придется отдать агентам, поставщикам заявок и провайдерам оплат. Гость об этом не знает, он просто выбирает понравившийся вариант и надеется получить качественное обслуживание. Сейчас все чаще гость, который бронирует номер при помощи OTA, все равно посетит официальный сайт отеля, сравнит цены, почитает дополнительную информацию об услугах, инфраструктуре, номерном фонде. Это хороший момент, чтобы конвертировать запрос гостя в прямую продажу. Поэтому и независимым гостиницам, и отелям, входящим в крупные цепочки, стоит предусмотреть собственные локальные предложения и комплименты, чтобы побудить гостей резервировать номера напрямую.

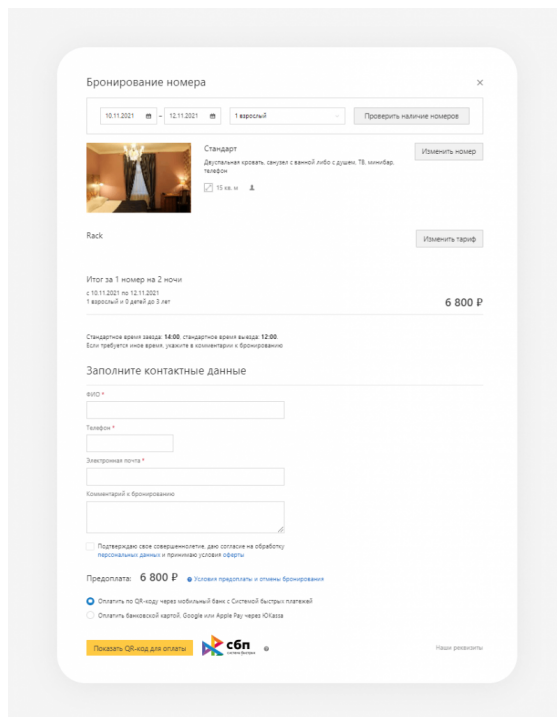
Отдельный вопрос касается затрат на прогноз и сверку суммы выплат. В сетевом отеле для такой работы существует отдельный сотрудник — руководитель отдела бронирования, ревенью-менеджер или финансовый управляющий. В его обязанности входят в том числе сборы отчетов по всем провайдерам, агентам, системам бронирования, расчет выплат, сверка счетов, прогноз затрат, бюджетирование. В небольшом объекте эти функции возложены на руководителя, у которого на детальный анализ просто нет времени из-за высокой нагрузки.

Чтобы снизить нагрузку на персонал и уменьшить комиссионные затраты, любой отель должен работать над привлечением гостей по прямым каналам продаж. Если гость забронировал номер по телефону, через сайт или группу в соцсетях, то это значительно снижает размер выплат контрагентам.

Система прямых продаж не включает сборы — гостиница получает бронь через специальный виджет на своем сайте или готовый мини-сайт, не оплачивая комиссию сервису Контур.Отель.

В системе есть возможность работать с банками-партнерами с минимальным размером комиссии за онлайн-оплату бронирования.

Отчет по выплатам и комиссиям площадкам формируется в одной программе, что помогает прогнозировать чистую прибыль.

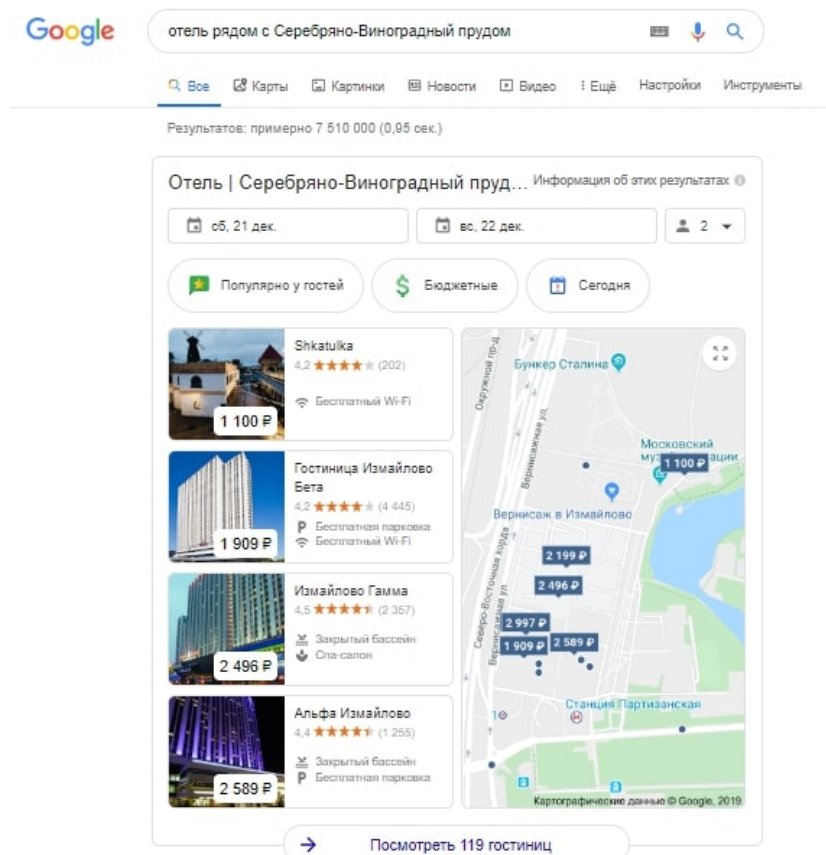


Ксения Богоявленская, эксперт сервиса Контур.Отель компании СКБ Контур.

<https://hotelier.pro/management/item/kakie-komissii-platyat-gostinitsy-za-bronirovanie/>

Как увеличить долю прямых продаж?

Где люди ищут отели? Например: они набирают в поисковой строке короткий запрос «Отели Москвы» и получают ответ:



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

Также пользователи могут сделать и узкий запрос. Например: «Отели рядом с Серебряно-Виноградным прудом».

И таких запросов по статистике — 70%.

То есть пользователи набирают конкретные запросы чаще.

Обратили внимание на 4 отеля рядом с картой?

44% пользователей кликают на эти 4 отеля (по статистике MOZ) 14% кликают по рекламе. Остальные по органике. Если вы попадете в эти 4 отеля, то Вас выберут с большей вероятностью. Этот блок отелей называется Map Pack.

Попасть туда можно и это путь к увеличению прямых продаж

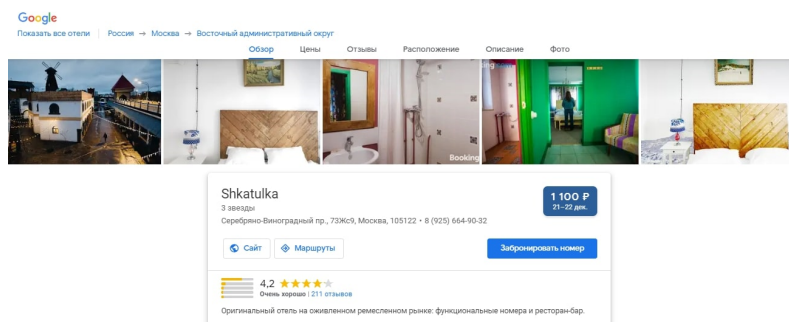
Google заботится о своих пользователях и старается выдать релевантную, соответствующую поисковому запросу информацию. Нужно «объяснить» Google, что ваш отель подходит по поисковому запросу пользователя.

Совет №1: создать карточку в Google My Business

С помощью сервиса Google My Business вы можете легко создать профиль отеля с адресом, контактным телефоном, ссылкой на сайт, с возможностью сбора отзывов.

А благодаря отзывам, у вас появится рейтинг, на который гости обращают внимание при выборе отеля.

Уделите особое внимание описанию отеля. Помимо адреса, подробно описывайте ваши преимущества. Расскажите о том, рядом с какими достопримечательностями вы находитесь, какое у вас удобное лобби для встреч, какой потрясающий вид открывается из окон или о том, какие мягкие у вас подушки. Расскажите обо всем подробно и сделайте фотографии в качестве подтверждения фактов.



Если у вас еще нет карточки Google My Business, то создать ее вы можете, обратившись к ссылке: https://www.google.ru/intl/ru/business/?gmbsrc=ru-ru-ha-se-z-gmb-s-z-h~bk-46243742423-c&ppsrc=GMBSO&utm_campaign=ru-ru-ha-se-z-gmb-s-z-h~bk-46243742423-c&utm_source=gmb&utm_medium=ha&ds_rl=1258169&gclid=CjwKCAiAluLvBRASEiWAbX3GWQWkt94clya8VLIgzhofMoZfVohphhe49wNyJzUIZhIEuK-k9iWxoCPjoQAvD_BwE

№2 совет: Адрес и телефон должны быть одинаковыми в описании вашего отеля на Google My Business и во всех онлайн-справочниках и на сайтах

Специалисты по SEO называют это NAP (name, address, phone) — везде должно быть одинаковое имя отеля, адрес и телефон и URL (веб сайт).

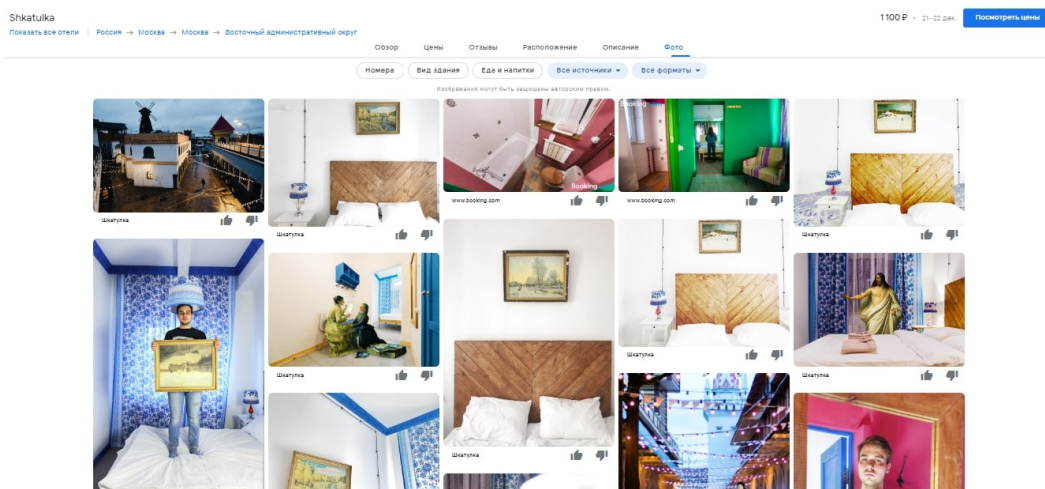
Одинаковая информация создает уверенность Google, что Ваш отель действительно находится там, где он находится.

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

Фокус – Москва и столичный регион

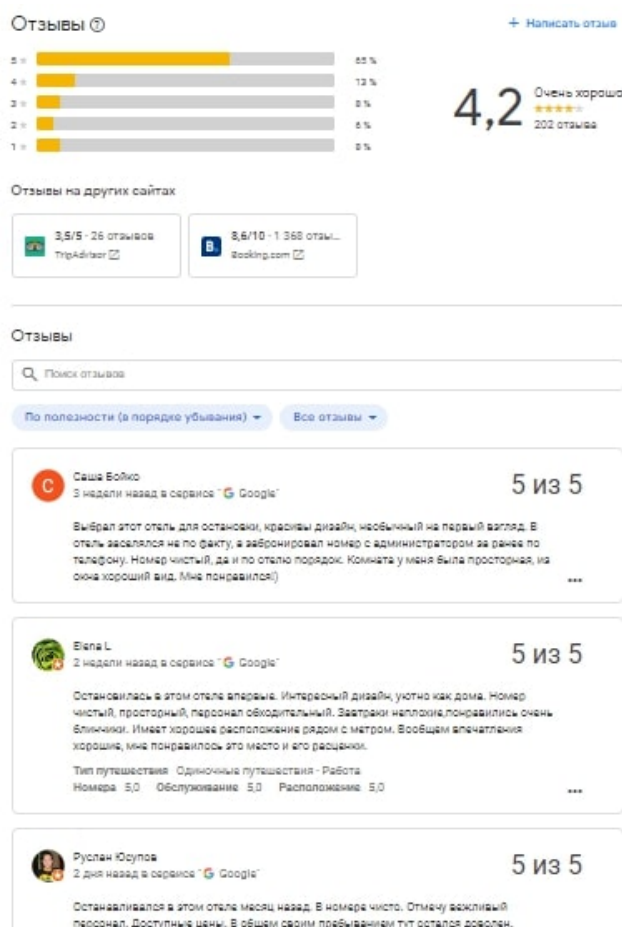
№3 совет: Размещайте в Google My Business как можно больше фотографий и видео обзоров.

Карты Google должны показывать реальные физические условия, чтобы потенциальные клиенты могли видеть, что они имеют дело с реальной организацией. Поэтому так важны фотографии. При этом фотографии не только сделанные вами, но и размещенные гостями. SEO специалисты рекомендуют иметь не менее 100 фотографий и видео гостей.



№4 совет: Увеличивайте количество отзывов на Google My Business.

Чем больше у отеля отзывов и положительных оценок, тем выше он окажется в списке результатов местного поиска. Также на рейтинг влияет позиция в результатах обычного поиска, повысить которую помогут технологии поисковой оптимизации.



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

Наличие отзывов — один из важнейших факторов. Joy Hawkins, основатель Local Search Forum провела исследование в 2018 году, а уже в 2019 сообщество SEO специалистов США подтвердило, что ее выводы верные. Чем больше отзывов, тем выше шанс, что Вы окажетесь в списке этих 4 отелей.

Но Google интересуется не только количество отзывов, но чтобы эти отзывы были с текстом и с Вашими ответами.

Все это показывает Google, что Ваш бизнес Известный и ему можно доверять.

Карты Google помогают в выборе отеля, показывая, находится ли отель в удобном месте, рядом с достопримечательностями, ресторанами и т.д.

Google — является метапоисковиком №1

Более 50% переходов с Google на сайты систем бронирования 79% путешественников завершают бронирование после поиска отеля на Google

В Google пользователь находит нужный отель, и в карточке отеля видит наличие номеров на желаемые даты и, что самое главное, сравнение тарифов из разных источников и делает выбор через какую систему бронирования ему сделать бронь.

Так выглядит сравнение тарифов на примере отеля Riverside Hotel:

Source	Price (R)	Action
Hotels.com	4 846 R	Перейти на сайт
Booking.com	4 840 R	Перейти на сайт
TripAdvisor.ru	4 621 R	Перейти на сайт
Trip.com	4 420 R	Перейти на сайт

Но где же ссылка на отель?

Чтобы появилась ссылка на модуль бронирования отеля, нужно подключить Google Hotel Ads через официального провайдера. В России первый официальный провайдер Google Hotel Ads — компания Vnovo.

Вот как выглядит карточка отеля с возможностью забронировать напрямую.

Shkatulka
3 звезды
Серебряно-Виноградный пр., 73Ж9, Москва, 105122 • 8 (925) 664-90-32
1 100 R
21-22 дек.

4,2 ★★★★★
Очень хорошо | 1002 отзыва

Оригинальный отель на оживленном ремесленном рынке: функциональные номера и ресторан-бар.

Забронировать номер

Source	Price (R)	Action
Booking.com	2 314 R	Перейти на сайт
Shkatulka	1 100 R	Перейти на сайт

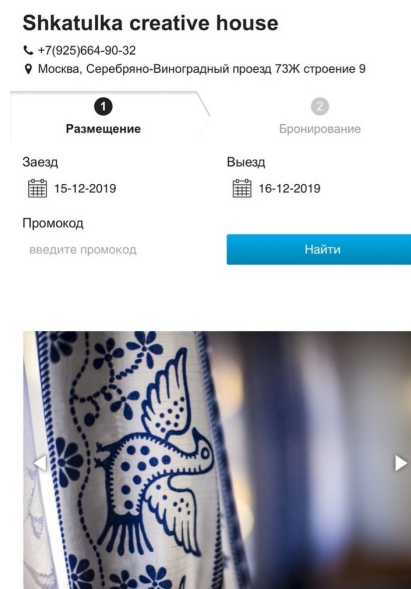
Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.
Фокус – Москва и столичный регион

После того как гость найдет Ваш отель в Google и нажмет кнопку забронировать, откроется модуль бронирования Bnovo.

По статистике работы Google Hotel Ads в России бронирования через Google Hotel Ads в три раза превышают бронирования через сайт отеля.

Отель Шкатулка.

Пример модуля бронирования Bnovo



Модуль прекрасно адаптируется под любое устройство: мобильный, планшет, компьютер. Конструктор модуля бронирования, который позволяет управлять цветами, фоном и даже формами. Модуль имеет понятные шаги для гостей с возможностью выбирать тарифы на первом шаге, чтобы гость сразу видел все ваши предложения. Модуль Bnovo мультиязычный и мультивалютный.

Конверсия бронирований с Google Hotel Ads — 10,7%

Как подключить Google Hotel Ads и получать брони через Google?

- Использовать модуль Bnovo
- Создать карточку в Google my Business

Итак, для увеличения доли прямых продаж с помощью Google, надо:

- Создать карточку Google My Business
- проверить фото, адрес, описание, ключевые слова

2. Проверить написание адреса и телефона в разных справочниках и на сайте отеля

3. Проверить цены на сайте. Чтобы они были не выше, чем у ОТА

4. Подключить Модуль бронирования Bnovo

5. Запустить Google Hotel Ads

6. Отправить письмо гостю с просьбой оставить отзыв на Google со ссылкой на карточку отеля

«Судя по тенденциям в ближайшие годы Google станет источником #1 для получения бронирований» Валентин Микляев, Bnovo CEO

https://bnovo.ru/blog/googlehpa/?utm_source=email_rassilka&utm_campaign=article

Как отелю бороться с отменами бронирований?

Почему гость отменяет бронирование?

- Изменились планы
- Нашел другой отель дешевле
- Нашел ваш же отель дешевле

Последнее исследование Компании D-edge показывает, что отмен становится все больше и больше. Например, процент отмен от Booking.com вырос с 43% в 2014 году до 49% в 2018.

Почему растет процент отмен?

Одна из причин — это то, что ОТА пропагандируют политику «free cancellation» — «бесплатная отмена». Гостям удобно бронировать без риска для себя и отменять.

А ОТА заинтересованы дать гостю возможность максимально безболезненно забронировать номер — отсюда программы Genius и «бесплатная отмена». Таким образом они повышают лояльность к своему бренду.

Кстати, бронирования в коридоре до 60 дней до заезда отменяются с вероятностью 65%.

Совет №1 — увеличивайте прямые бронирования

По данным исследования компании D-edge процент отмен на сайте отеля меньше по сравнению с ОТА и составляет 18%. Потому что отели чаще используют невозвратные тарифы на модуле.

К тому же, напрямую бронируют гости, лояльные бренду отеля, а не ОТА. Поэтому они с меньшей вероятностью отменяют бронирование.

Совет №2: Используйте шаблоны ответов на Booking.com

Долгое время ожидания ответа на вопрос может быть причиной отмены бронирования. Если ответ задерживается, гость предпочитает отменить бронирование и забронировать там, где он в ответе уверен.

Быстро ответить на сообщение гостя в Booking.com вам помогут расширение автоматические ответы на сообщения гостей.

Совет №3: Предоставляйте гостю актуальный контент

Следите за тем, чтобы на сайте отеля, в поисковых системах и на ОТА гость мог увидеть качественные фотографии, полный и точный список услуг и удобств с их подробным описанием и отзывы других гостей.

Убедитесь, что контент вашего профиля соответствует ожиданиям гостей.

И фотографии, и отзывы, и список услуг могут убедить гостей оставить бронирование, а не отменить его.

Совет №4: Не отменяйте бронирование сразу в случае отклонения платежа

Вместо того, чтобы отменять бронирование в случае отклонения платежа, свяжитесь со своими гостями — часто в этой ситуации есть логическая причина, которую можно легко устранить.

Этот же совет касается и других ситуаций с отменами.

Свяжитесь с гостем и спросите в чем причина, можете ли вы ему помочь?

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

Фокус – Москва и столичный регион

Перенести бронирование на другие даты, предложить другие условия? Желание войти в положение клиента и помочь часто помогает в продажах.

Совет №5: Отсылайте welcome-письма гостям с анкетой регистрации

Настройте автоматическую отправку анкеты для гостя до заезда, с целью сбора информации о предпочтениях гостя, чтобы сделать его пребывание максимально комфортным. Запросите заранее его паспортные данные, чтобы гость не тратил времени на регистрации.

Это можно реализовать несложно и абсолютно бесплатно при помощи Google форм и сервиса Bnovo Mail.

Когда гость отсылает заполненную анкету и данные своего паспорта для прохождения быстрой регистрации в отеле, ему уже сложнее отменить бронирование.

Если же гость не отправил заполненную анкету, это повод для вас уточнить точно ли гость планирует приехать.

Совет №6: Используйте невозвратный тариф

Невозвратный тариф (non refundable) активно применяется в системах онлайн-бронирования. Этот тариф обычно дешевле стандартного и, видя свою выгоду, гости его выбирают.

Этот тариф имеет психологическое значение, поскольку гость думает, что именно факт невозможности отмены бронирования дает спец.цену. Но! Хотим вас предупредить, что по факту законодательство РФ запрещает невозвратные тарифы. По закону «О защите прав потребителей» гости могут отказаться от исполнения договора в любой момент, возместив исполнителю размер фактически понесенных расходов, которые должны быть подтверждены. Возможность документально подтвердить размер понесенных затрат у гостиниц в случаях, когда гость просто не приезжает, практически отсутствует.

Поэтому, если гость требует полного возврата средств, отели как правило вынуждены возвращать оплату.

Сегодня мы дали вам 6 советов, которые помогут вам бороться с отменами бронирований

Возрастающее число отмен является закономерной проблемой свободных условий отмены. Поэтому я рекомендую Вам прежде всего использовать тариф non refundable (невозвратный), коммуницировать с гостем до заезда и увеличивать прямые брони на модуле бронирования за счет промо тарифов и работы с Google Hotel Ads.

Материал подготовили в Bnovo: Валентин Микляев и Василиса Щебет. Этот рассказ доступен в видео формате (13:43) в Bnovo Show на YouTube.

https://bnovo.ru/blog/otmenabronirovaniy/?utm_source=email_rassilka&utm_campaign=article

Бронирование и закрытие номеров на ремонт

Как известно, номера в отелях требуют периодического закрытия на ремонт или же отель может захотеть закрыть онлайн-продажи на какой-то срок или установить квоту под конкретные OTA или компании.

Прямо в системе Bnovo у вас появилась возможность закрывать продажи номеров

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

Фокус – Москва и столичный регион

по следующим причинам:

- недоступен
- ремонт
- квота.

Как еще вы можете использовать этот инструмент?

Например, оставлять резервный номер для переселения гостей в случае поломки в другом номере или для продажи от стойки.

Информация о закрытии номеров сразу же отправляется из системы Wpovo в каналы онлайн-продаж.

Данные ваших управленческих отчетов будут корректными, поскольку номера, закрытые по причине Ремонт или Недоступен, не учитываются в качестве доступных при расчете загрузки отеля и RevPAR.

Как закрыть номер на продажу в системе Wpovo расскажем подробнее в этой статье.

При создании бронирования (как через кнопку «Создать бронь») вы можете выбрать: Создать новое бронирование или закрытие продажи

Новое бронирование **Закрытие продажи**

Заезд 13-11-2019 14:00 Ночи 1

Выезд 14-11-2019 12:00

Проверить наличие

При выборе закрытия продажи необходимо указать период, на который закрыть продажу, выбрать номера и указать причину (Недоступен, Ремонт или Квота). Также можно указать комментарий (например, протечка в ванне).

Новое бронирование **Закрытие продажи**

Период 13-11-2019 — 14-11-2019

Номера

Причина **Ремонт**
Выбранные номера не будут учитываться как доступные для продажи при расчете загрузки объекта и RevPAR.

Комментарий

Создать

При выборе номеров — номера, на которых уже есть бронирования или которые уже закрыты, в списке также отображаются, но в отдельном разделе «Закрытые продажи» с датами и причиной закрытия.

Таким образом, если требуется, вы можете поставить ремонт даже, если на номере стоит бронирование.

Новое бронирование **Закрытие продажи** ✕

Период: 13-11-2019 — 14-11-2019

Номера:

Причина: **Представительский люкс / 10**
Закрыты продажи

Комментарий:

- 1 / Стандарт с двуспальной кроватью Недоступен 10.11 - 15.11
- 4 / Делюкс с двумя кроватями Недоступен 10.11 - 15.11
- 5 / Делюкс с двуспальной кроватью Недоступен 10.11 - 15.11

Номера, закрытые по причине Ремонт или Недоступен, не учитываются в качестве доступных при расчете загрузки отеля и RevPAR.

Номера, закрытые на продажу, уменьшают наличие и отображаются на шахматке следующий образом:

▼ Стандартный с двумя кроватями		2	3	3	3	4	4	4	2	2	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4
2		v.v	13900						Ремонт					т.и	а.м								
2.3		Ремонт							Ремонт					м.м									
3																							
4																							
▼ Стандарт с двуспальной кроватью		0	0	0	0	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
1		Недоступен							п.п					Недоступен									
1.2		Недоступен																					

При наведении можно увидеть информацию по закрытию:

	2	2	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	Ремонт					т.и	а.м										
	Ремонт																
	1	1	2	2										2	2		
	п.п																

Ремонт

Период: 18-11-2019 — 20-11-2019

Причина: Ремонт

Комментарий:

Список закрытых номеров можно также посмотреть в разделе Дела — Закрытые продажи:

Поиск	Новые	Заезды	Проживающие	Выезды	Отмены	Дела	Предупреждения	Овербукинги	Закрытые продажи 18
Номер	Категория	Причина	Дата начала	Дата окончания	Дата создания				
1	Стандарт с двуспальной кроватью	Недоступен	18.11.2019	20.11.2019	30.10.2019				
2.3	Стандартный с двумя кроватями	Ремонт	18.11.2019	20.11.2019	30.10.2019				
2	Стандартный с двумя кроватями	Ремонт	18.11.2019	20.11.2019	30.10.2019				
1	Стандарт с двуспальной кроватью	Недоступен	30.10.2019	31.10.2019	30.10.2019				
2.3	Стандартный с двумя кроватями	Ремонт	10.11.2019	15.11.2019	30.10.2019				
4.2	Делюкс с двумя кроватями	Недоступен	10.11.2019	15.11.2019	30.10.2019				

При нажатии на шахматке на закрытие или выбрав в списке, откроется карточка закрытия, где можно внести изменения:

Номер 1, Стандарт с двуспальной кроватью

● Продажи закрыты
Открыть продажу

Период —

Причина

Комментарий

Если номер закрыт на продажу, на него можно поставить бронирование. При создании бронирования в списке номеров уже закрытые номера на ремонт/квоту/недоступен будут находиться в отдельном блоке «Закрытые продажи»

Таким образом, если закрыть номер, например, по квоте, тогда на него при поступлении бронирования можно назначить номер.

Номера, закрытые для продажи также будут отображаться в отчете по загрузке по номерам.

Дата	Итого	< 10.04, Ср	11.04, Чт	12.04, Пт	13.04, Сб	14.04, Вс	15.04, Пн	16.04, >
1 Person in 6-Bed Dor	43%	Сдан / Ремонт	Сдан	—	—	Сдан	—	—
Deluxe	57%	—	Квота	Квота	—	—	Сдан	Сдан
Suite	43%	Сдан	Сдан	Сдан	—	Сдан	—	—
1-комнатный 1-местн	0%	—	—	—	—	—	—	—
2-местный	100%	Квота	Квота	Квота	Квота	Квота	Квота	Квота
108	100%	Сдан	Сдан	Сдан	Сдан	Сдан	Сдан	Сдан
109	Закрыт	Ремонт	Ремонт	Ремонт	Ремонт	Ремонт	Ремонт	Ремонт

Скачать .xls

Материал Василисы Щебет

https://bnovo.ru/blog/closingrooms/?utm_source=email_rassilka&utm_campaign=article