



Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 1202-2022

С 6 по 12 декабря 2022 года

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

В Минэкономразвития России созданы два департамента по туризму

2. Гостиничный рынок Москвы и Московского региона

В Москве подсчитали туристический поток за январь-сентябрь 2022 года

Эксперт: отельный рынок Москвы избежал критического падения в 2022 году

50% качественного номерного фонда забронировали в Москве к Новому году

СМИ: "Туризм.РФ" может войти в гостиничный проект в Москве

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Новая кризисная ситуация и влияние на туристский и гостиничный бизнес

Есть ли туризм без Китая?

Курорты России – ситуация и сценарии

Four Seasons выписала «индουλгенцию» глэмпингам

Cosmos Hotel Group откроет новый отель в Сочи

Первые реновации постолимпийского наследия в Сочи: AZIMUT Hotels начала модернизацию объектов горного кластера

Сеть Azimut Hotels удвоила темпы прироста номерного фонда в 2022 году

4. Юридический практикум для отельеров и вопросы гостиничной безопасности

Это нужно знать каждому отельеру: как вести регистрационный и миграционный учет

5. Гостиничный рынок за рубежом

В Абхазии начнут классифицировать отели в 2023 году

6. Интересное и полезное для отельеров

Маркетинг в отеле: 7 советов для роста онлайн продаж

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

В Минэкономразвития России созданы два департамента по туризму

В связи с принятием новых полномочий в сфере туризме, в штатном расписании Минэкономразвития созданы департамент развития туризма и департамент реализации проектов в сфере туризма.

Департамент развития туризма возглавила Татьяна Шаршавицкая.

В задачи департамента развития туризма будет входить развитие туристического потенциала страны посредством создания условий для устойчивого роста отрасли, поддержания положительного имиджа и комплексного продвижения турпродуктов на российском и международном рынках.

Справка: Татьяна Шаршавицкая.

В 1995 г. окончила Московский Государственный Университет имени М. В. Ломоносова, по специальности «Юриспруденция».

2012 - 2014 гг. – советник заместителя генерального директора ОАО «ГАО ВВЦ».

2014 - 2016 гг. – директор ГАУК г. Москвы «Парк культуры и отдыха «Красная Пресня».

2016 - 2018 гг. – директор муниципального бюджетного учреждения культуры «Одинцовский парк культуры, спорта и отдыха» Московской области.

2018 - 2022 гг. – заместитель председателя Комитета по туризму г. Москвы.

С 6 декабря 2022 года назначена на должность директора Департамента развития туризма Минэкономразвития России.

Департамент реализации проектов в сфере туризма. возглавил Сослан Абисалов.

В задачи департамента реализации проектов в сфере туризма будет входить выработка и реализация государственной политики и нормативно-правового регулирования, координация деятельности по реализации приоритетных направлений госрегулирования туристской деятельности и осуществление госнадзора за деятельностью туроператоров.

Справка: Сослан Абисалов.

В 2006 году окончил ГОУ ВПО «Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова» по специальности «Прикладная математика и информатика».

2006 - 2009 гг. – главный специалист, начальник отдела Постоянного представительства Республики Северная Осетия-Алания при Президенте Российской Федерации.

2009 - 2014 гг. – заместитель Полномочного представителя Республики Северная Осетия-Алания при Президенте Российской Федерации, директор ОАО «Корпорация развития Республики Северная Осетия-Алания».

2014 - 2020 гг. – директор Департамента инвестиционных проектов Министерства Российской Федерации по делам Северного Кавказа.

2020 - 2021 гг. – заместитель директора Департамента стратегического и инвестиционного развития Северо-Кавказского федерального округа Министерства экономического развития Российской Федерации.

2021 - 2022 гг. – директор департамента Арктической зоны Российской Федерации и реализации инфраструктурных проектов Министерства РФ по развитию Дальнего Востока и Арктики.

С 5 декабря 2022 года назначен директором Департамента реализации проектов в сфере туристской деятельности Минэкономразвития России.

Действительный государственный советник Российской Федерации 3 класса.

<https://www.economy.gov.ru/material/structure/vahrukov/sharshavickaya/>

<https://www.economy.gov.ru/material/structure/vahrukov/abisalov/>

2. Гостиничный рынок Москвы и Московского региона

В Москве подсчитали туристический поток за январь-сентябрь 2022 года

За 3 квартала этого года российскую столицу посетили порядка 14 миллионов путешественников. Из них 1.4 миллиона человек — иностранные туристы. Эти данные сообщил во время пресс-конференции в минувший четверг Евгений Козлов. Глава комитета по туризму Москвы отметил, что за летний сезон столицу посетили 6.2 миллиона гостей. Что касается въездного туристического потока, то 1.1 миллиона путешественников прибыли из стран ближнего зарубежья, остальные 300 000 гостей - из государств дальнего зарубежье. Чаще всего путешественники приезжали из Индии, Турции и Ирана. Среди российских регионов наибольшее число туристов приехали в Москву из Петербурга, Краснодарского края и Нижегородской области.

Дополнительно сообщается, что порядка 20% от общего туристического потока в Москву составляют бизнес-туристы. Число таких гостей по итогам 2021 года составило 3.2 миллиона человек. Средний чек бизнес-путешественника в 1.5 -2 раза выше среднего чека обычного туриста. За 3 квартала 2022 года в Москве провели около 5 000 деловых мероприятий.

<https://hotelier.pro/news/item/v-moskve-podschitali-turisticheskiy-potok-za-yanvar-sentyabr-2022-goda/>

Эксперт: отельный рынок Москвы избежал критического падения в 2022 году

Гостиничный рынок Москвы избежал падения по итогам 2022 года, рассказала журналистам Ирина Ушакова, старший директор, руководитель платформы консалтинговых услуг и отдела инвестиций и рынков капитала CORE.XP.

"Благодаря росту внутреннего туризма и активной правительственной поддержке, в 2022 году гостиничному рынку Москвы удалось избежать критического падения, несмотря на продолжающуюся пандемию коронавируса и новые испытания, которые выпали на индустрию гостеприимства уже с самого начала текущего года. Согласно нашим наблюдениям, в 2022 году основные рыночные показатели были близки к значениям прошлого года, но не достигли результатов 2019 года", — рассказала эксперт.

Одним из главных событий 2022 года стал уход международных брендов, - напомнила эксперт. Российский рынок полностью покинули IHG, Marriott и Sokos, другие компании частично ограничили свою деятельность на территории страны, а также вышли из некоторых проектов. Важно, что данные решения не привели к сокращению числа качественных действующих гостиничных объектов на рынке, так как в большинстве случаев отели на территории России не принадлежали иностранным компаниям.

"В течение года мы наблюдали введение мер поддержки индустрии гостеприимства со стороны правительства: сильный эффект для сегмента дали принятый "нулевой" НДС на 5 лет для КСР и программа по выдаче льготных кредитов со ставкой 5%. Кроме того, кешбэк-программа способствовала не только восстановлению, но и росту гостиничного рынка России. Также один из главных трендов 2022 года — развитие загородного и регионального туризма", — напомнила эксперт. Что касается прогноза на 2023 год, то основные показатели рынка Москвы (средний тариф и загрузка) останутся на уровне 2021-2022 годов. Поток иностранных туристов также будет ограниченным и в следующем году.

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

Фокус – Москва и столичный регион

<https://welcometimes.ru/opinions/ekspert-otelnyy-rynok-moskvy-izbezhalkriticheskogo-padeniya-v-2022-godu>

50% качественного номерного фонда забронировали в Москве к Новому году

Об этом сообщил председатель Комитета по туризму города Москвы Евгений Козлов на пресс-конференции 8 декабря.

«Уже сейчас мы понимаем, что 50% качественного номерного фонда города Москвы забронировано «трешки», в том числе забронированы практически на 70%, «четверки» и «пятерки» на меньше», – сказал Козлов.

Он отметил, что изменился паттерн прогнозирования бронирования – он стал более ситуативным.

За три квартала 2022 года столицу посетили 14,1 миллиона туристов. Для сравнения: за весь 2021 год город принял 16,9 миллиона гостей.

<https://hoteliernews.ru/50-kachestvennogo-nomernogo-fonda-zabronirovali-v-moskve-k-novomu-godu>

СМИ: "Туризм.РФ" может войти в гостиничный проект в Москве

МОСКВА, 8 дек – РИА Недвижимость. Госкорпорация "Туризм.РФ" рассматривает возможность вложить около 6 миллиарда рублей в строительство отеля примерно на 500 номеров на месте Басманной больницы в центре Москвы, сообщила газета "Коммерсант" со ссылкой на источники на туррынке.

Концепцию проекта ранее разработало бюро Ginzburg Architects. Как рассказал изданию архитектор Алексей Гинзбург, работа велась по заказу "Туризм.РФ", но до проектной стадии еще далеко. В госкорпорации на запрос издания не ответили.

Для строительства рассматривается 2,3 гектара на Новой Басманной улице, где ранее находилась городская клиническая больница №6. Комплекс зданий бывшей больницы является памятником федерального значения – это построенная в XVIII веке усадьба Никиты Демидова. Местные жители весной 2021 года пытались добиться восстановления работы медучреждения. В Москомстройинвесте пояснили газете, что градостроительно-земельная комиссия Москвы еще не рассматривала проект на этом участке.

Как отмечается в статье, для "Туризм.РФ" отель на Новой Басманной может стать одним из первых заметных проектов в Москве. Ранее госкорпорация выступала соучредителем преимущественно региональных проектов.

При этом участники рынка называют проект несвоевременным, так оборот столичных отелей за девять месяцев 2022 года оказался в полтора раза ниже, чем до пандемии, и предпосылок для восстановления гостиничного рынка Москвы в ближайшие два-три года, по их мнению, нет.

<https://realty.ria.ru/20221208/proekt-1837130650.html>

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Есть ли туризм без Китая?

На Глобальном саммите Всемирного совета по путешествиям и туризму (WTTC) в Саудовской Аравии в конце ноября лидеры мирового туризма тяжело сетовали на то, что без китайских туристов восстановление индустрии путешествий в мире оказывается неполноценным. Мировой туристической экономике сильно не хватает туристов из Китая – этого «кита» в водах глобального туризма и связанных с ним отраслей (гостеприимство, транспорт, магазины, рестораны и др.).

«Скорость восстановления поездок неравномерная, - сказал Энтони Капуано, генеральный директор Marriott International, во время сессии «Путешествие во имя лучшего будущего». - Мы смотрим на Большой Китай и видим, что политика «нулевого ковида» продолжает существенно тормозить восстановление туризма».

Выступая позднее на сессии под названием «К восстановлению и дальше», министр туризма и креативной экономики Индонезии Сандиага Уно сообщил, что его стране удалось перенести акцент на местных туристов, чтобы компенсировать потери китайских гостей.

«Индонезия находится на пути к созданию 1,1 миллиона рабочих мест, связанных с туризмом, все благодаря силе внутреннего туризма», - добавил он.

Напоминает ситуацию в России, не так ли?

В сентябре 2021 года я прогнозировал, что внутренний туризм не сможет в полной мере возместить Санкт-Петербургу потерю туристов из Поднебесной. Отчасти прогноз сбылся (несмотря на очевидные успехи внутреннего туризма, подстегнутого туристическим кешбэком и отчуждением россиян от Европы) – см. публикацию ВОССТАНОВЛЕНИЕ ПРЕЖНЕГО УРОВНЯ ТУРПОТОКА В САНКТ-ПЕТЕРБУРГ МОЖЕТ РАСТЯНУТЬСЯ НА 5-6 ЛЕТ (<https://hotelier.pro/news/item/vosstanovlenie-prezhnego-urovnya-turpotoka-v-sankt-peterburg-mozhet-rastyanutsya-na-5-6-let/>).

Власти Санкт-Петербурга скорректировали прогнозы по развитию сферы туризма в городе, опубликовав 18 ноября на портале антикоррупционной экспертизы проект изменений в госпрограмме «Развитие сферы туризма в Санкт-Петербурге». По прогнозу, только к 2027 году турпоток в город подберется к отметке 9,8 млн туристов. Между тем -для сравнения - в последнем допандемийном году (в 2019-м) Санкт-Петербург принял 10,5 млн гостей.

«Отрасль не может справляться без китайских туристов хотя бы по причине того, что другие рынки не обеспечивают стабильный поток», - делилась год назад своим видением положения дел Екатерина Фомичева, директор представительства туроператора «Рашн Тур» в С-Петербурге. (См. публикацию ЕСТЬ ЛИ ЖИЗНЬ БЕЗ ТУРИСТОВ ИЗ КИТАЯ? <https://hotelier.pro/news/item/est-li-zhizn-bez-turistov-iz-kitaya/>).

«На фоне то и дело появляющихся странноватых прогнозов о якобы скором восстановлении выездных поездок из КНР интересно ознакомиться с реальными настроениями потенциальных китайских туристов, – говорила тогда же Виктория Баргачева, председатель «Санкт-Петербургской ассоциации гидов переводчиков китайского языка». - Если слишком долго хотеть чего-то недостижимого, со временем желание может и затухнуть. Особенно если партия и правительство в этом помогут».

НЕ РАНЕЕ 2023 ГОДА – такой прогноз открытия границ для выездных туристов высказывал год назад глава международного отдела Академии туризма КНР доктор Ян Цзиньсун. Прогноз этот был из первых рук – от официального лица, *Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.*

Фокус – Москва и столичный регион

отвечающего за международный туризм в ведущем аналитическом центре в области туризма КНР. (См. в той же упомянутой выше публикации).

Кстати, существенным фактором для открытия того или иного направления для китайских туристов, в числе прочего, может выступать признание китайской вакцины в той или иной стране. Т.е. Китай может взять на вооружение политику продвижения своей фармакологии в обмен на турпоток из Поднебесной.

При этом Виктория Баргачева обращала внимание на то, что китайский туризм не приносит очень много добавленной стоимости в российский туристический сектор. Это было связано с тем, что почти все деньги, которые тратились туристами в России, уходили в аффилированные с китайской стороной компании. Т.е. фактически они выводились обратно в Китай или даже вообще не покидали территорию Китая. Китайские фирмы использовали туристическую инфраструктуру России, чтобы зарабатывать свои деньги на своих туристах.

Без китайского «кита» мировому туризму стоит не вздыхать по уплывшей машине, не сетовать на китайскую блокировку турпотоков, а заниматься другими «рыбами» и «рыбками», благо, что они на каждом рынке находятся.

Интересный вектор для отельеров создает сегмент bleisure, сегмент велнеса, спортивный сегмент.

То, что раньше для многих городских отелей было побочным «увлечением», сегодня вылилось в мощные, монетизируемые тренды.

Материал Павла Баскакова

<https://hotelier.pro/news/item/bez-kitaytsev-kak-bez-kita/>

Курорты России – ситуация и сценарии

Чего ожидать отельерам и на какие мега-тренды ориентироваться в 2023 году и далее – активно обсуждали участники крупнейшего гостиничного форума России 2022 года Riviera Expo & Forum 2022.

Форум состоялся 24-25 ноября в самом большом конгресс-центре юга России - в отеле Radisson Congress & Resort Centre 5*.

Фокус внимания на Riviera сосредоточен на курортных отелях и особенностях ведения бизнеса на курортах. В 2022 году в форуме приняло участие свыше 1200 представителей гостиничного бизнеса из региона Сочи и со всей России. Для них на бесплатной выставке раскинулась экспозиция 82 поставщиков, помогающих отельерам вести успешный бизнес. Тем временем в конференц-залах шли выступления и разгорались дискуссии - в общей сложности качали темы и будоражили аудиторию более 90 авторитетных спикеров по широкому кругу аспектов работы отельеров.

Разумеется, официально форум открыл Юрий Васильченко, основатель и генеральный директор Riviera Business, уже не первый год собирающего лидеров гостиничной индустрии России на представительный форум.

Горячо поприветствовав делегатов, Юрий передал слово искусному модератору дискуссий - Вадиму Прасову, управляющему партнеру УК «Альянс Отель Менеджмент».

Высказаться первой на тему перспектив отрасли Вадим предложил Ирине Орландини-Авруцкой, основателю и руководителю консалтинговой компании Like4Like (интервью с Ириной на тему ПОЧЕМУ РЕСТОРАНЫ ПРИ ОТЕЛЯХ – ПОРОЙ - «БЕДНЫЕ РОДСТВЕННИКИ» ГОСТЕПРИИМСТВА читатели Hotelier.pro имели удовольствие прочитать некоторое время назад).

И вот тут-то начались ошеломительные ... нет, не прогнозы, а форсайты – смелые предположения о возможных сценариях развития гостиничного рынка России в 2023-2027 годы.

Первый «размышлизм» - это грядущая консолидация / монополизация рынка. Укрупнение корпоративных структур - на гостиничном рынке будут доминировать корпорации. При этом образуется единый госрегулятор курортной деятельности. Но корпорациям понадобятся кадры – практики. Поэтому спрос на качественный консалтинг и управленческие кадры будет расти – сказала Ирина Авруцкая.

Второе - относительная изоляция гостиничного рынка России, что влечет за собой развитие отечественной инфраструктуры, сервисов, компетенций, продуктов. При этом сейчас финансирование многих IT-стартапов в России приостановлено.

На горизонте маячит глобальный вызов – голод. Краснодарский Край (КК) находится в относительном выигрыше. Другие регионы будут ощущать дефицит продовольствия.

Такое положение дел повлияет и на кадры. Люди будут переезжать в КК, потому что здесь будет легче прокормить семью.

Кадровые вызовы – конечно, это роботизация, автоматизация, работа с полуфабрикатами. Ограничение часов работы служб отелей. Отели без ресепшена. Человеческие ресурсы останутся только для обеспечения комфортного общения гостей с кем-то живым.

На алтаре - здоровье. Видится продолжение роста интереса к оздоровительному туризму. Многие курорты будут переформатированы в велнес-отели, здравницы или вовсе – в клиники.

Крепчает запрос на ментальное здоровье. Вызов появляется и на уровне работы с персоналом (в штаты отелей вводятся психологи). Мейнстримом становятся новые турпродукты: духовный туризм, психологическая реабилитация.

Продолжается поляризация рынка – вымывание среднего сегмента. Остается, с одной стороны, ультра-лакшери для «рич пипл». (Но, скажем, тут индустрии лакшери придется «поднапрячься» - см. публикацию RICH PEOPLE УГНЕТАЕТ НЕХВАТКА LUXURY). С другой – жесткий масс-маркет. Малый бизнес окажется под ударом, так как оба указанных сегмента будут подминать под себя и поглощать корпорации (см. выше).

Вадим Прасов не мог спокойно реагировать на такие пророчества и живо поднялся с места. «Ирина, - заявил он. – Да у нас вся отрасль гостеприимства в России, в основном, держится на малом бизнесе!»

Ирина Авруцкая улыбнулась и сказала, что так видят сценарии будущего группы экспертов, проводивших форсайт-сессии в Москве и Сочи.

Еще из будущего - вертикальная интеграция: курорты (и гостиничные комплексы) станут вертикальными холдингами с собственным производством продуктов, экипировки для активного отдыха (в том числе, из-за «импортного вызова»).

К теме безопасности туризма обратился и Лев Шагаров, директор по охране окружающей среды и устойчивому развитию курорта «Красная Поляна». «Безопасность – это и паводки. В Сочи природная ЧС становится новой нормой», - заметил он.

Удорожание авиаперевозки, недоверие к перелетам, а также спрос на путешествия с домашними животными обещают победное шествие автомобильного туризма.

Важно развитие придорожной архитектуры (ее очень мало в России). В связи с чем создание сетей мотелей было бы очень в тему (на заметку девелоперам, инвесторам и УК!).

Параллельно автотуризму растет спрос на отели pet friendly.

Живо отреагировал на озвученные форсайты не только Вадим Прасов, но и Юрий Васильченко. «Восприятие мира зависит от контекста, - сказал он. - В мегаполисе с их пробками и плохой погодой видение вызовов совсем другое, чем на курорте» (т.е. менее оптимистичное).

«Заводские настройки» россиян выставлены таким образом, что летом в первую очередь имеет значение Черное море. На туристическом рынке страны каждый летний сезон происходило примерно одно и то же – даешь море. И в первую очередь – море Черное (если речь идет о внутреннем туризме, конечно!). Однако в 2022 году активно зазвучало и «Даешь Карелию!», «Даешь Золотое Кольцо!» и т. д. (см. публикацию на Hotelier.pro).

Разумеется, тренд на локальный, местный туризм, повсеместно охватывающий Россию - вызов для Сочи.

«Люди будут не в Сочи летать на выходные, а ездить в Вологду, потому – в Калугу. И т.д. Конкуренция курортов на море будет с «домашними», близлежащими курортами, - заметил Лев Шагаров. - Все меньше людей хочет быть в толпе. Люди желают камерности, не толпиться на пляже, а спокойно знакомиться с культурным и природным наследием».

«Людям в Сибири и на Дальнем Востоке разумнее - логистически - поехать на отдых в свой регион или в один из ближайших, чем тратить большое количество времени и сил, чтобы добраться до курортов на Черном море. Количество озер и рек в России более, чем достаточно. Так что озерный отдых вполне сейчас для многих заменяет морской», - говорил Вадим Прасов в интервью Hotelier.pro пару месяцев назад (см. публикацию ОТ МОРСКОГО ОТДЫХА - К ОЗЕРНОМУ ...).

Зимой Сочи придется не просто в конкурентной борьбе с другими направлениями. Взять тот же горнолыжный отдых. Среди конкурентов горного кластера Сочи и Эльбрус, и Архыз, и Домбай (да и Шерегеш тоже!) – поделился своим прогнозом Лев Шагаров.

Что касается летнего сезона, то с начала 2022 года по середину сентября Сочи принял на отдых и оздоровление почти 5,7 млн отдыхающих - приводил недавно данные мэр города Алексей Копайгородский. Рост турпотока в сравнении с прошлым годом за этот период составил 4%. В высокий курортный сезон (с мая по сентябрь) в Сочи отдохнули почти 3,6 миллиона человек.

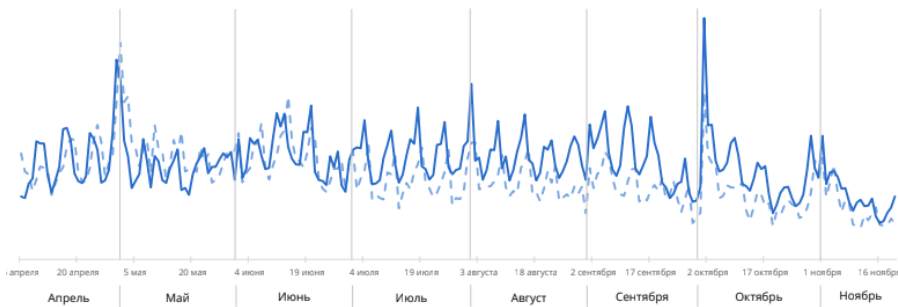
Данные компании TravelLine по броням, сделанным в онлайн, показывают, что количество номерночей в Сочи в летнем сезоне 2022 – за исключением некоторого проседания в мае – из месяца в месяц устойчиво превышали показатели прошлого года (причем этот тренд захватил и ноябрь). См. ниже график, показанный участникам Ruviera Александр Шаров, руководителем коммерческого департамента компании TravelLine

Количество номерночей

в Сочи

+17%

--- 2021 — 2022



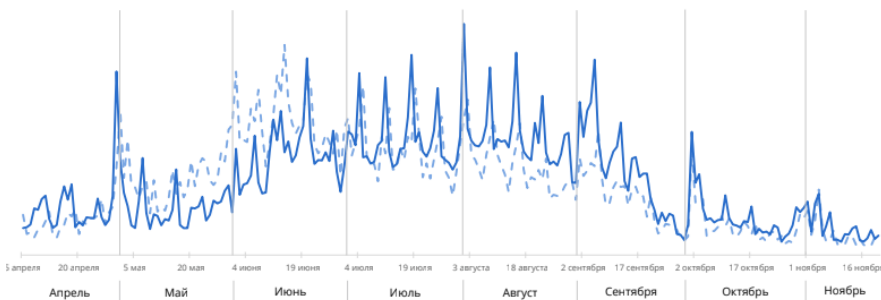
По прибрежному кластеру Краснодарского края (КК) – картина за сезон аналогичная картине по Сочи. С той лишь разницей, что превышение над показателями прошлого года не столь заметное, как в случае с Сочи (но и аэропорты в Анапе, Геленджике, Краснодаре были закрыты). См. график Travelline

Количество номерночей

в прибрежном кластере Краснодарского края (без учета Сочи)

+5%

--- 2021 — 2022



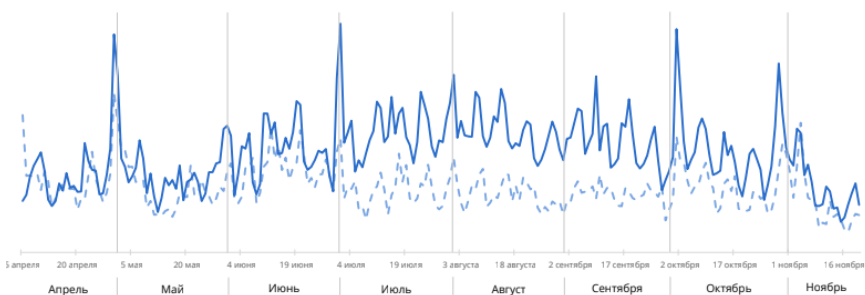
А вот горный кластер КК «уделал» всех - превышение прошлогодних показателей в полтора раза! И это в летний сезон, когда «по традиции» россияне имели обыкновение стремиться к морю!

Количество номерночей

в горнолыжном кластере Краснодарского края

+55%

--- 2021 — 2022



При этом в прибрежном кластере КК Travelline зафиксировал некоторое падение продолжительности пребывания туристов. (Возможно, это связано с удлинившимся временем проезда на курорты, т.е. вместо курорта туристы часть времени тратили на дорогу).

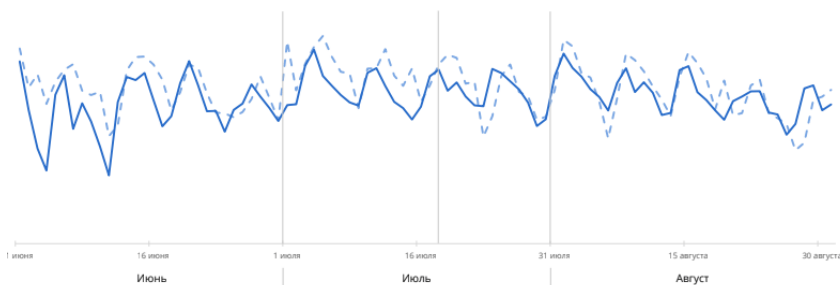
*Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.
Фокус – Москва и столичный регион*

Длительность проживания

в прибрежном кластере Краснодарского края (без учета Сочи)

-5%

--- 2021 — 2022



А что в перспективе? Как выглядит ситуация с бронями на Новый год? Об этом смотрите дальше. А пока вновь обратимся к комментариям по летнему сезону.

«По деньгам, наверное, в Сочи 2022 год был лучшим за последние 30 лет, - заметил Дмитрий Богданов, сопредседатель Комитета РСТ по санаторно-курортной сфере. - Но нарастают проблемы – особенно, с кадрами. Количественно и качественно с точки зрения сервиса - не все можно добрать на одной добросовестности».

«В этом году персонал уже к маю был «ушатан» из-за вздернувшегося спроса. А когда в сезон стали ломаться прачечные, отельеры сказали: ну, не будем тогда менять белье каждый день, бог с ними со стандартами. К тому же в чате отельеров Сочи летом можно было читать такое: «В Лазаревском мы снова без воды ...», - продолжил он.

«Роль капитала у нас сильно преувеличена, а роль людей, талантов сильно недооценена», - добавил Дмитрий Богданов.

«Проблема с кадрами в гостеприимстве особенно остро стоит в Дагестане, - сказал Умар Айдинов, президент Международной академии горного туризма. – Дело не только в уровне зарплат, но и в социальной сфере. На Домбае, например, школа и садик вместе находятся в одном маленьком двухэтажном здании. Сотрудники с детьми испытывают дискомфорт. В результате кадры переезжают из Дагестана в Сочи и Красную поляну».

«Адская проблема с персоналом стоит и на Камчатке, - заметил Вадим Прасов. – В наш проект в регионе будем «хантить» людей на детские садики».

Остра проблема в Дагестане и с вывозом мусора. Туристы готовы быть эко-сознательными, но в регионе не хватает мощностей для утилизации мусора.

Умар Айдинов также выразил осторожное отношение к некапитальным средствам размещения, к нашествию глэмпингов. «Глэмпинг – это история про турбазу, хижину, но не про системный туризм», - сказал он.

Интересный «кейс» (опыт) отельера в Дагестане недавно приводил Алексей Мусакин, управляющий партнер компании Cronwell Management (см. публикацию).

Очень важно для отельеров сейчас, как будет пройден Новый год.

В прибрежном кластере КК Новогодняя ночь – по данным TravelLine - пока не дотягивает до уровня прошлого года, но, в целом, по объему номерночеловеческих кластер идет вровень с 2021 годом.

Брони на будущее

в прибрежном кластере Краснодарского края

+0%

Куда как радостнее картина в горнолыжном кластере. Здесь и Новогодняя ночь выглядит бодрее, и общий объем броней (но не заездов пока) превышает прошлогодний показатель – см. график

Брони на будущее

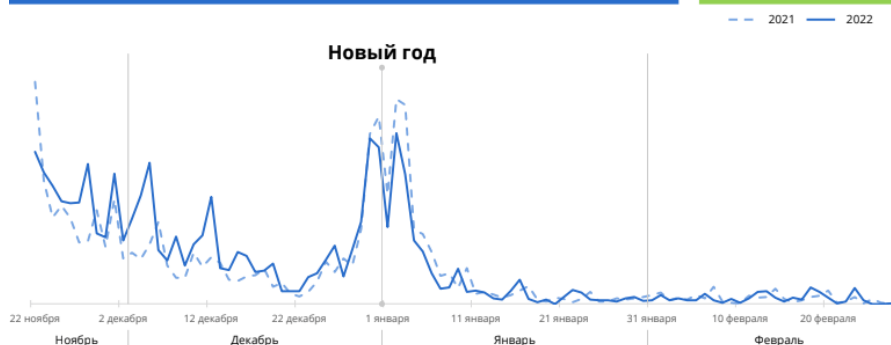
в горнолыжном кластере Краснодарского края

+23%

Для полноты картины посмотрим, что происходит на Ставрополье. Новый год проседает, но количество броней на будущий период пока опережает показатель предыдущего года

Брони на будущее

в Ставропольском крае

+12%

Т.е. на перспективу отельеры на Юге могут – с одной стороны – смотреть со сдержанным оптимизмом. Но – с другой стороны – вызовы конкуренции и трендов – не дают прочной опоры для приятных прогнозов.

В связи с чем, отельерам на Юге стоит ясно отдавать себе отчет, какие каналы продаж для них работают лучшего всего – если брать онлайн. На первом месте, бесспорно, Ostrovok. А дальше еще идет ряд ОТА – см. данные TravelLine ниже:

Топ-10 каналов продаж

по данным с 1 сентября по 23 ноября

Вся Россия		ЮФО	
ostrovok.ru	29,37%	ostrovok.ru	28,02%
Яндекс Путешествия	17,67%	Яндекс Путешествия	19,07%
bronevik.com	13,50%	bronevik.com	8,94%
Acase.ru	9,56%	Alean.ru	7,94%
101hotels.com	5,92%	101hotels.com	7,33%
Zabroniryi.ru	5,46%	Acase.ru	5,99%
OneTwoTrip	3,70%	OneTwoTrip	3,85%
Alean.ru	2,66%	Pegas	2,74%
Городской центр бронирования	2,26%	Zabroniryi.ru	2,73%
HotelBook.pro	1,75%	Дельфин	1,70%

Чтобы номера лучше продавались, важно, чтобы тариф (ы) был (и) оформлен так, чтобы у гостя не оставалось вопросов – что он бронирует:

- Дайте тарифу понятное название
- Укажите цену со скидкой
- Приведите информацию о питании
- Укажите подарки – услуги, входящие в стоимость номера

Гостю должно быть понятно, чем один ваш тариф отличается от другого с точки зрения наполнения услугами и выгодами / преимуществами для гостя.

Портал Hotelier.pro еще вернется в следующих публикациях к темам, обсужденным на форуме Ruviera. Сейчас важно отметить, что форум Ruviera Expo & Forum 2022 был не только богат на деловые контакты, но и повысил готовность отельеров к различным ситуациям и сценариям в будущем.

<https://hotelier.pro/news/item/kurorty-rossii-situatsiya-i-stsenarii/>

Four Seasons выписала «индугенцию» глэмпингам

Компания представила свое новое предложение - Naviva Tented Experiences: *проживание под тентами в стиле глэмпинг*.

Когда традиционалистский Four Seasons начинает стирать границы между помещением и улицей, вводя «палаточные» условия проживания гостей, мир отельеров вздрагивает. Это - тоже «новый мир» гостеприимства?

Официально открывшись 1 декабря в Пунта-Мите (Мексика), Naviva призвана погрузить гостей в пышную зелень на территории 48 акров с видом на Тихий океан. На курорте всего 15 «номеров» - сообщает издание Skift, к материалам которого Hotelier.pro периодически обращается для представления своим читателям широкой картины происходящего в мире гостиничного гостеприимства (см. статью).

Каждый аспект - от материалов, использованных в строительстве, до красиво обставленной мебели - демонстрирует «биофильный» подход создателей Naviva Tented Experiences к дизайну.

В каждой из 15 стационарных «палаток» имеется небольшой бассейн и просторная терраса с душем на открытом воздухе. Единственные другие люди, с кем могут столкнуться гости - это те, кто доставляет им питание по системе «все включено», или их частный гид по погружению в физические и/или духовные практики.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Однако, помимо уединения, на курорте оборудованы места и для коллективного отдыха (что не типично для эстетики и культуры многих брендов роскошных отелей).

Общественное пространство служит и как ресторан, и как место сбора гостей для наслаждения музыкой, беседой или играми (такими, как настольный футбол).

Впрочем, глэмпинг - рискованный продукт, полагают в Skift. На практике красивый проект может развалиться. Затраты на содержание способны оказаться слишком высокими, а плохая погода испортить впечатление от пребывания в глэмпинге.

К тому же, в Four Seasons Naviva нет ни телевизоров, ни рабочих столов, ни стоек регистрации. Некоторым гостям это может не понравиться. Однако компания приняла такое решение намеренно, как часть концепции минимализма и эскапизма.

В России, как известно, отношение к глэмпингам неоднозначное. Опытные отельеры говорят, что глэмпингам нужен правильный контекст, чтобы быть хорошим продуктом.

«Полагаю, надо создавать модульные истории при существующих объектах размещения с инфраструктурой, имеющих территорию, - высказывал свою точку зрения Вадим Прасов, генеральный директор управляющей компании «Альянс Отель Менеджмент», в интервью Hotelier.pro (см. ОТ МОРСКОГО ОТДЫХА - К ОЗЕРНОМУ ...). - Пока еще полностью не ясно, в какой мере, те кто отправился «ставить сферы» в леса и поля, окажутся порядочными работодателями и добросовестными плательщиками налогов. Насколько экологически приемлемым окажется освоение природных территорий под глэмпинги и аналогичные проекты».

На гостиничном форуме Ruviera Expo & Forum 2022 в Сочи Умар Айдинов, руководитель Международной академии горного туризма, также выразил осторожное отношение к некапитальным средствам размещения туристов. «Глэмпинг – это история про турбазу, хижину, но не про системный туризм», - сказал он.

С другой стороны, Виталий Язвенко, управляющий Jewelberry Glamping Hotel, рассказал в интервью Hotelier.pro, что «в 2019 году мы вычеркнули глэмпинг, но ... на следующий день я им занялся». (См. материал).

«Гостиничная индустрия активно развивается, - добавил он. – Вернее, я бы сказал, трансформируется от обычных отелей со стандартным сервисом и маркетингом к чему-то нестандартному. С тем, чтобы удивлять гостей и выделяться среди других».

Four Seasons, несомненно, захотел попробовать свои силы в чем-то нестандартном для традиционалистской гостиничной компании.

Вместе с тем, Виталий Язвенко отмечал: «Нам предлагали уже несколько раз купить или взять в управление готовый глэмпинг. Но часто по ним нет никакой прозрачной статистики, отчеты PnL или не велись, или велись ну так себе».

Между тем, Сергей Петров, основатель проекта и CEO сети глэмпингов «Под небом», считает, что отдельного рынка глэмпингов не существует. (См. интервью Hotelier.pro).

«Мы легко масштабируем наш стек технологий, воронки и каналы продаж, элементы сервиса и продуктовых коммуникаций практически на любой объект. Это могут быть и глэмпинги – загородные отели, и глэмпинги – курортные отели, и объекты агро- и энотуризма, и бальнеология и все, что угодно», - сказал он.

Однако - «Прелесть глэмпингов в том, что это новый продукт, некая «подрывная инновация». В этом формате можно многое переосмыслить и пере придумать, - продолжил Сергей Петров. – Но повторю мысль: отдельного рынка

глэмпингов не существует. Это новый продукт на старых рынках. Да, есть представление у некоторых проектов, что глэмпинг сам по себе — это уже повод для поездки. Чтобы посмотреть и пожить в каком-то новом формате. Мы считаем такой подход крайне неустойчивым. Ведь гостю достаточно съездить один раз и на одну ночь, чтобы удовлетворить интерес. А любой бизнес в области гостеприимства очень чувствителен к длительности проживания и количеству повторных продаж, лояльности гостей. Поэтому гораздо перспективнее строить глэмпинги в качестве средств размещения на существующих или потенциальных точках притяжения».

Рассчитывает ли Four Seasons в своем новом проекте, что располагает такой «точкой притяжения» или считает, что новый «тентовый» проект вытянет сила известного бренда?

<https://hotelier.pro/news/item/four-seasons-vypisala-indulgentsiyu-glempingam/>

Cosmos Hotel Group откроет новый отель в Сочи

Cosmos Hotel Group (входит в состав АФК «Система», далее также – Cosmos HG) возьмет в управление строящийся отель в Адлерском районе города Сочи. Отель будет функционировать под брендом Cosmos Hotels и носить название Cosmos Adler Hotel 4*. Это уже второй отель под управлением Cosmos Hotel Group в Сочи.

Расположенный на первой линии, отель на 100 номеров будет обладать собственной закрытой территорией с бассейном. Дополнительным преимуществом Cosmos Adler Hotel 4* станет транспортная доступность – отель находится в непосредственной близости к железнодорожному вокзалу Адлера, что позволит гостям быстро добраться до аэропорта, центра г. Сочи и горнолыжных курортов Красной Поляны. Здание запроектировано в соответствии с международными требованиями и отвечает всем современным критериям бизнес-отеля категории 4*. Открытие Cosmos Adler Hotel 4* запланировано на июнь 2023 года.

«Открытие отеля Cosmos Adler Hotel 4* соответствует стратегии территориального развития компании и будет способствовать созданию кластера отелей Cosmos Hotels в Краснодарском крае. Сегодня в регионе уже работает Cosmos Sochi Hotel 4* на 153 номера», - отметил Президент Cosmos Hotel Group Александр Биба.

<https://hotelier.pro/news/item/cosmos-hotel-group-otkroet-novyy-otel-v-sochi/>

Первые реновации постолимпийского наследия в Сочи: AZIMUT Hotels начала модернизацию объектов горного кластера

Крупнейшая российская гостиничная сеть AZIMUT завершила реновацию комплекса апартаментов в Розе Хутор, стартовавшую в апреле 2022 года. В результате комплексной модернизации AZIMUT повысил класс-уровень объектов AZIMUT Парк Апартаменты Вальсет Центр и AZIMUT Парк Апартаменты Вальсет Премиум до 4*.

В обоих корпусах полностью обновлены номерной фонд и зоны общего пользования. Теперь гостям представлены более 100 номеров различных ценовых категорий от компактных студий до двухкомнатных вместительных апартаментов повышенной комфортности — с полностью оборудованной кухней, всей необходимой бытовой техникой и удобной мебелью. После реновации во всех апартаментах имеются стиральные машины, системы кондиционирования, гладильные доски и утюги, беспроводные wi-fi зарядные устройства, вместительный гардероб, комплементарные гигиенические наборы и др.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Гостям апартаментов также предоставляются дополнительные услуги, в частности:

- Бронирование билетов на различные виды транспорта
- Бронирование билетов в театры, на спортивные и зрелищные мероприятия
- Заказ такси и организация трансфера
- Продажа ски-пассов
- Продажа сувенирной продукции в лобби корпусов Центр и Премиум

Корпуса находятся в центральной части нижней базы Розы Хутор, вблизи канатных дорог, что удобно для райдеров. Рядом с корпусами Центр (1) и Премиум (3) расположены центральная площадь Роза, зона отдыха на озере, подъёмники «Олимпия» и «Стрела».

Добраться до AZIMUT Парк Апартаменты Вальсет Роза Хутор от железнодорожного вокзала Сочи или из международного аэропорта Сочи можно всего за 40 минут. Можно воспользоваться общественным транспортом либо заказать трансфер на стойке регистрации или при бронировании номера.

Гости могут также пользоваться услугами AZIMUT Парк Отель Фристайл: например, посетить зону финской сауны и массажный кабинет, насладиться блюдами итальянской и кавказской кухонь в ресторане «Рукола», провести мероприятие в одном из конференц-залов или воспользоваться услугами детской комнаты.

На территории AZIMUT Парк Апартаменты Вальсет Роза Хутор находятся: торговый автомат с закусками и напитками, детская площадка, камера хранения багажа, сейф и место для хранения сноубордов и лыж.

Аудитория апартаментов в зимний сезон — это семьи с детьми и любители активных видов зимнего спорта (сноубордисты и лыжники) в возрасте 30-45 лет. В зимний сезон 2011-2022 в корпусах Центр и Премиум AZIMUT Парк Апартаменты Вальсет остановились 11 000 гостей. В новом сезоне ожидается повышение спроса по сравнению с прошлым годом.

<https://welcometimes.ru/news/pervye-renovacii-postolimpiyskogo-naslediya-v-sochi-azimut-hotels-nachala-modernizaciyu-obektov>

Сеть Azimut Hotels удвоила темпы прироста номерного фонда в 2022 году

МОСКВА, 8 дек — РИА Недвижимость. Гостиничная сеть Azimut Hotels в 2022 году показала существенные темпы прироста номерного фонда, сообщил гендиректор сети Максим Бродовский.

"За год к Azimut Hotels присоединились десять новых отелей, а общий фонд гостиничного холдинга Azimut (включает сеть Azimut Hotels, пятизвездочные отели под брендом "Метрополь" в Москве, Геленджике) вырос более чем на 10% и составляет около 12 тысяч номеров", — уточнил Бродовский.

В частности, уточнил он, сеть пополнилась двумя отелями в Москве: перезапустила "Sunflower Ривер Отель" под брендом "Azimut Отель Дербеневская" и добавила в актив бывший Novotel в офисном парке Comcity (4*+, 150 номеров). В регионах под управление Azimut вошли отели в Хабаровске, Тобольске, Ульяновске и два отеля в Екатеринбурге. В мае состоялось официальное открытие первого отеля в Дагестане — "Azimut Парк Отель Каспийск".

Кроме того, сеть анонсировала открытие в 2023 году гостиницы "Azimut Парк Отель Лоо" в Сочи (4*+, 138 номеров) и начала строительство двух отелей на горнолыжном курорте Шерегеш в Кемеровской области.

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

В 2022 году росли практически все гостиничные сети России на фоне взрывного увеличения спроса на внутренний туризм из-за ограничений на зарубежные поездки. По данным аналитиков "Газпромбанка", в текущем году объем отечественного отельного рынка может достигнуть 784 миллиардов долларов — на 24% больше, чем в 2021 году. А к 2026 году они прогнозируют его удвоение — до 1,35 триллиона долларов при среднегодовом темпе роста 14,5%.

Драйвером внутреннего спроса на отечественные отели стали ограничения на зарубежный туризм. А уход с российского рынка зарубежных брендов обозначил спрос на квалифицированное управление их гостиничными активами, говорят в инвестиционной компании Gleden Invest.

Одно из потенциальных направлений дальнейшего роста отечественных сетей — замещение ушедших из России международных брендов, считают эксперты. В марте 2022 года известные международные гостиничные операторы Accor (бренды Novotel и Ibis), IHG (LXR Hotels & Resorts, Waldorf Astoria), Hilton, Hyatt, финская сеть Sokos заявили о частичной приостановке деятельности в РФ, а в июне Marriott и другие сети заявили о полном уходе с российского рынка.

Партнер консалтинговой компании Commonwealth Partnership Марина Усенко говорит, что принадлежащие зарубежным сетям гостиницы продолжают работать, но, потеряв доступ к международным системам бронирования, а также право на использование бренда, их владельцам приходится искать замену зарубежным сетям.

По словам директора по гостиничному консалтингу NF Group Натальи Розенблюм, в условиях выхода международных брендов из страны основной стратегией владельцев отелей верхнего сегмента является создание собственных брендов и максимальное сохранение тех стандартов сервиса и качества, которые были до этого.

"Спрос мотивирует девелоперов и операторов на множество новых проектов во всех сегментах — от дешевых туров "возле дома" до пятизвездочных курортных зон Москвы или экстремальных трипов к вулканам Камчатки. Результаты туристического бума можно будет увидеть в ближайшие два-три года в виде повышения уровня сервиса и снижения цен вследствие усилившейся конкуренции", — уверен аналитик Gleden Invest Сергей Алексеев.

<https://realty.ria.ru/20221208/azimut-1837244680.html>

4. Юридический практикум для отельеров и вопросы гостиничной безопасности

Это нужно знать каждому отельеру: как вести регистрационный и миграционный учет

Контур.Школа запустила обучающий курс «Регистрационный и миграционный учет для отелей». Получите важнейшую информацию для работы — как ставить на учет россиян и иностранцев без ошибок и штрафов.

Курс максимально насыщен информацией, которая необходима сотрудникам гостиниц и отелей ежедневно. Обучение включает подробный разбор следующих тем:

- Как зарегистрировать гражданина России: процедура, сроки, документы, заселение несовершеннолетних, снятие с учета и т.д.

- Что делать, когда к вам приехал иностранец: процедура, сроки регистрации, документы, особенности нахождения групп иностранцев в РФ и т.д.

- Штрафы и проверки: за что могут наказать отель.

Актуальные требования законодательства, которое регулирует гостиничный бизнес.

- Классификация отелей.

Запишите на обучение ваших сотрудников. Курс дает полную информацию о том, какие нюансы есть при приеме гостей и какие могут быть санкции, если допускать ошибки в этом процессе. Пройдя обучение, сотрудники ресепшена и службы приема и размещения узнают, как:

- быстро и четко регистрировать граждан РФ и иностранцев, используя пошаговый алгоритм действий;

- решать сложные вопросы, которые могут возникнуть при заселении;

- не допускать ситуации, которые приводят к штрафам.

Получите экспертные знания в доступной форме

Лектором выступит Наталья Расторгуева, эксперт в области миграционного и регистрационного учета, чей стаж работы в миграционной службе превышает 20 лет. Материал лектор поясняет на рабочих и жизненных кейсах из практики, благодаря которым легче понять формулировки закона.

А вот что говорят отельеры, которые уже прошли курс:

- Курс посмотрела за 2 дня с большим интересом, все структурировано, систематизировано, доступно. Понравилась подача материала: грамотно, лаконично, четко. Отдельно хочется отметить, что в курсе представлена информация, актуальная на сегодняшний день.

- Данный курс — лучшее из всего, что видела: знания, приобретенные здесь, действительно применимы на практике.

Узнать подробности о курсе и оставить заявку на обучение можно по ссылке:

https://kontur.ru/lp/school-migration-registration-for-hotels?utm_source=welcometimes&utm_campaign=decemberwt

5. Гостиничный рынок за рубежом

В Абхазии начнут классифицировать отели в 2023 году

Власти Абхазии в 2023 году начнут работу по созданию системы классификации отелей, в стране уже есть гостиницы мирового уровня, заявил РИА Новости министр туризма республики Теймураз Хишба.

«Это сложный процесс, но мы обязательно этим займемся», – сказал Хишба.

Он отметил, что в Абхазии уже появились «отели высокого, мирового уровня», а в следующем году власти придут к пониманию классификации гостиниц.

<https://hoteliernews.ru/v-abhazii-nachnut-klassifitsirovat-oteli-v-2023-godu>

6. Интересное и полезное для отельеров

Маркетинг в отеле: 7 советов для роста онлайн продаж

В 2022 году путь гостя при поиске и бронировании жилья в путешествиях сильно изменился. Отельерам и маркетологам пришлось быстро перестроить систему продаж, постараться сохранить базу постоянных гостей и найти новые источники броней.

В статье расскажем, как сеть отелей из Владивостока перешла на новые рельсы онлайн-продаж и каких результатов они добились.

Про сеть отелей 2112Hotels

В составе сети — два отеля: апарт-отель Sunrise***, мини-отель Lampra**, три хостела «Глубина», Optimum, «Сити Парк» и более 30 апартаментов. Во Владивостоке ярко выражена сезонность: пик сезона — с июля по сентябрь, в остальное время проживают командированные, группы детей и гости ДФО.

Для сети отелей 2112Hotels сезон-2022 был удачным, смогли вернуться на допандемийный уровень доходов и загрузки: летом загрузка — 97%, в несезон — 70–80%. О том, какие маркетинговые фишки помогли добиться таких результатов, рассказала Юлия Коршунова, маркетолог сети отелей и апартаментов 2112Hotels во Владивостоке.

1. Развивайте официальный сайт

Сеть 2112Hotels установили модуль бронирования TravelLine на сайт хостела «Сити Парк» в мае 2022 года. До этого на сайте этого объекта был другой модуль. Гости находили отель в поисковиках чаще всего звонили, чтобы забронировать. Средняя конверсия трафика в бронь с модулем TravelLine — 5,23%, а в сентябре — 8,14%.



После ухода Букинга большая часть броней приходит с официальных сайтов объектов. Мы заметили тренд, что люди стали больше доверять официальным сайтам, а не каналам продаж. Для нас это выгодная история: за брони с сайта мы платим 4%, а OTA — от 10%.

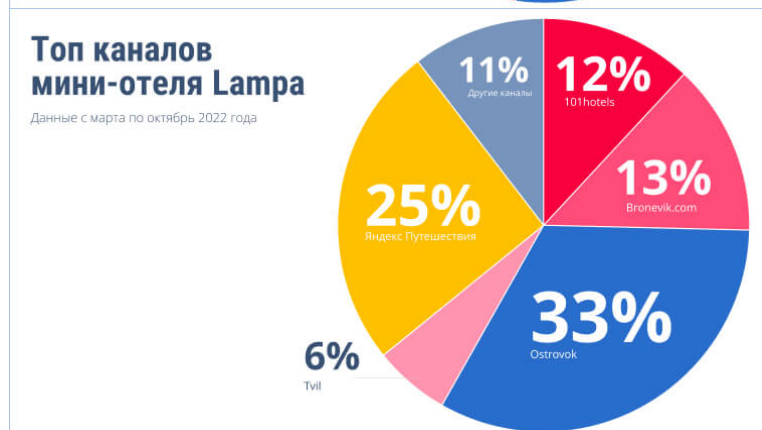
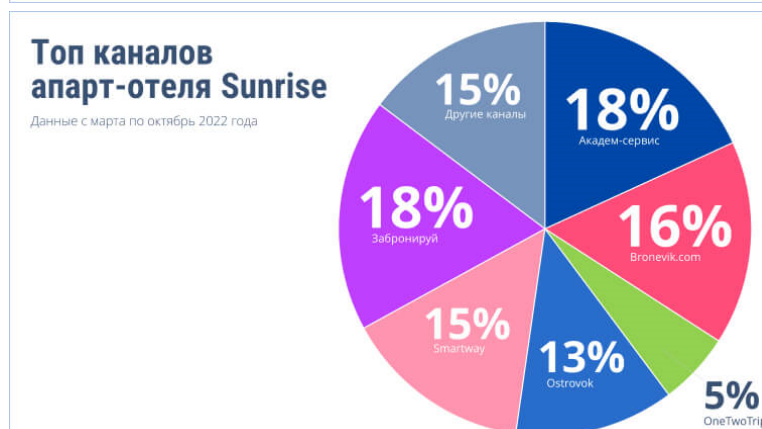
Если раньше мы могли завести специальный тариф для агента с учетом его комиссии, то сейчас большинство каналов запрашивают цену от открытого тарифа на сайте. Для отеля это не выгодно. Поэтому мы вкладываемся в развитие официального сайта и прямых продаж.

2. Подключайте нужные каналы продаж

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

Для каждого объекта, города и региона — свой топ каналов продаж. Даже в рамках одной сети во Владивостоке брони приносят разные каналы.

Не нужно бежать сломя голову подключать все доступные каналы в менеджере каналов. Вы потратите много времени, но результат вряд ли будет соразмерным. Сначала посмотрите, какие каналы актуальны для вашего региона, проверьте статистику в дашборде TravelLine, там есть вся информация.



Уход Booking.com больше всего сказался на хостелах, но мы адаптировались и научились работать. Например, больше всего броней в капсульный хостел «Глубина» приходит из Яндекс Путешествий. Они нам стали практически заменой Букингу.

Посмотреть рейтинг каналов для своего объекта можно в дашборде TravelLine. Выставляйте фильтр по региону, звездности и номерному фонду, чтобы получить более точный рейтинг.

3. Ищите новые источники привлечения трафика

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

Локальные каналы продаж

Например, во Владивостоке есть местная доска объявлений FarPost.ru наподобие Авито. Для отслеживания броней с этого канала Юлия подключила специальный инструмент. Он фиксирует звонки по подменному номеру, записывает их и показывает пропущенные. Это удобно!

Яндекс Дзен

Это платформа Яндекса для публикации небольших полезных или развлекательных статей. В Дзене хорошо заходят статьи про достопримечательности города, например, «Владивосток за один день: куда сходить и что посмотреть».

Идея запустить Яндекс Дзен в сети 2112Hoels пришла после прямого эфира в телеграм-канале TravelLine. Леонид Чирков, руководитель отдела маркетинга отеля «Престиж» в Сочи, рассказал про этот канал привлечения гостей и после эфира провел консультацию.

«Мы согласовали бюджет, нашли копирайтера, который пишет статьи в Дзен. Тексты должны быть уникальными, чтобы статьи хорошо продвигались. Мы еще в начале пути, но планируем развивать наш канал на Дзене», — отмечает Юлия.

Статусы в WhatsApp

Если у гостей записан номер телефона отеля или апартаментов, то они могут в WhatsApp во вкладке «Статус» увидеть добавленный нами контент. Это похоже на истории в Instagram. Там можно размещать как еженедельные акции, так и просто информацию о стоимости.

Сеть отелей 2112 использует статусы для продвижения акций. Вот так они подогревали акцию «Черная пятница» в апарт-отеле Sunrise.

«Казалось бы, кто смотрит эти статусы? Но, как показала практика, их люди реально просматривают и бронируют. Используйте этот способ привлечения трафика, если общаетесь с гостями в WhatsApp», — советует Юлия.

Промокоды

Создавайте отдельные промокоды под акции, давайте небольшую скидку по промокоду для незавершенных бронирований, чтобы мотивировать гостей забронировать у вас.

Юлия поделилась своим опытом использования промокодов: «Мы создавали промокод для блогера, который проживал в нашей сети. По использованию промокодов легко отследить эффективность акции: в личном кабинете TravelLine можно посмотреть, сколько раз использовали промокод и на какую сумму были эти брони».

Акция с кешбэком

Для поездок в Дальневосточный федеральный округ был повышенный кешбэк — гостям возвращалось до 40 000 рублей. Такие условия действовали только для последнего этапа акции в 2022 году — с 25 августа по 10 сентября.

В акции принимал участие трехзвездочный отель Sunrise. С официального сайта пришло 6 броней на сумму 154 000 рублей в рамках акции с кешбэком. Если акция будет проходить в 2023 году, в ней однозначно стоит принять участие.

4. Запускайте рекламу

В сентябре с рекламы на сайт сети пришло броней на 292 000 рублей, в августе — 322 000 с учетом затрат в 10 000. Цена лида — 180–200 рублей в среднем. Запускают ретаргетинг: он догоняет тех, кто ушел с сайта без брони. После

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

Фокус – Москва и столичный регион

приостановки работы Букинга стали запускать рекламу на отдельные сайты сети по конкурентам.

Мы работаем в рамках ограниченных бюджетов — 10 000 в месяц на сайт сети 2112hotels.com и 5 000 на отдельные сайты отелей и хостелов. Рекламу запускаем в Яндекс Директе, она работает уже три года, хорошо адаптировалась к бюджету и нашла основные конверсионные площадки. Чаще всего брони приходят с главной страницы Яндекса, новостей, mail.ru, РИА Новости и других новостных порталов.

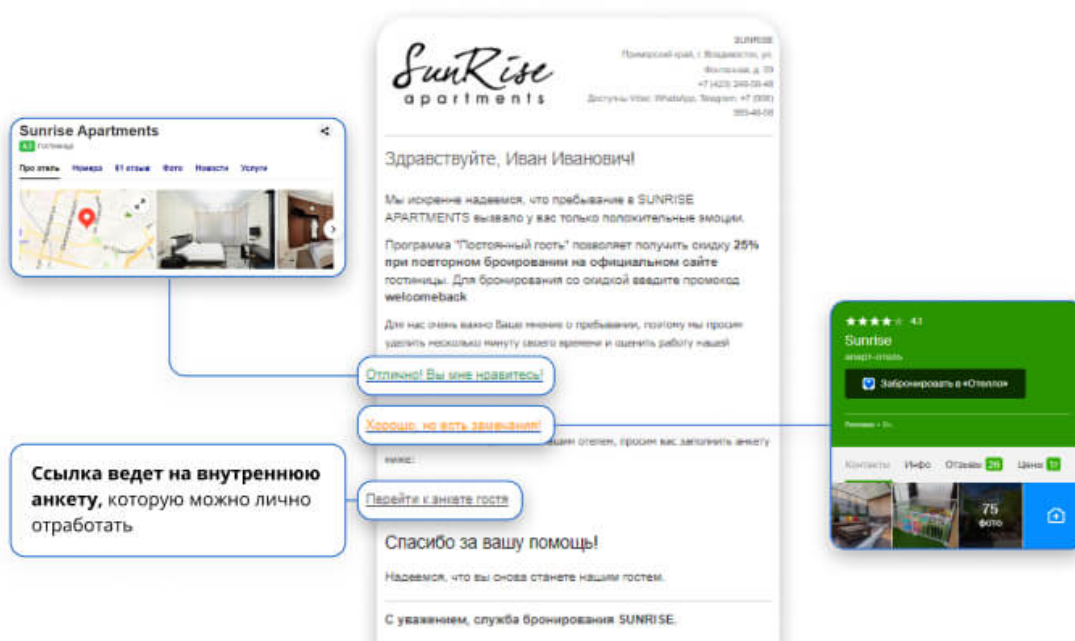
Юлия поделилась, на что делает акцент в рекламных объявлениях для разных объектов. Например, для апарт-отеля Sunrise акцент на скидку: скидка 20%, даты акции и цена 2 500 вместо 3 000. В рекламе для хостела акцент на расположение: хостел в самом центре Владивостока, 3 минуты до центральной площади, 5 минут до ж/д вокзала и морвокзала.

5. Разделяйте отзывы

В личном кабинете TravelLine можно настроить feedback-письмо с просьбой оставить отзыв. В зависимости от того, настолько гостю понравилось проживание у вас, вы можете разделить источники отзыва.

Например, в отеле Sunrise такое распределение отзывов:

- если гостю все понравилось, то ссылка из письма ведет на Яндекс Карты;
- если понравилось не все, то на 2ГИС;
- если совсем не понравилось, открывается внутренняя анкета.



Для каждого объекта мы сделали табличку с QR-кодом, который ведет на карточку компании в Яндексе. Просим гостей оставлять отзывы, потому что чем больше активности происходит в карточке, тем выше Яндекс поднимает компанию в поиске в Картах. Важно проявлять активность — отвечать на отзывы, загружать актуальные фотографии

6. Отслеживайте мероприятия в городе

В хостелах часто размещают группы детей, которые приезжают на спортивные или другие мероприятия. Чтобы успеть отправить организаторам предложение по размещению, сотрудники 2112Hotels стали отслеживать события в городе. Детские группы чаще всего останавливаются в хостеле «Сити Парк», в месяц в там проживают 7–8 групп.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Объявления про размещение групп с детьми публикуем на сайте FarPost.ru. Например, в хостеле «Сити Парк» очень большая кухня, в ней можно 24 человека посадить за раз. Питание часто заказывают для групп с детьми: их удобно накормить в кухонной зоне хостела. Кроме завтраков, можно заказать обеды и ужины.

Еще активно работаем с командированными — заключаем договоры с организациями, делаем рассылки

7. Создавайте вау-эффект

Это может быть какая-то небольшая фишка, которая приятно удивит ваших гостей. Сеть отелей 2112Hotels запустили эксклюзивные завтраки и разработали чек-лист с достопримечательностями.

Эксклюзивные завтраки

Услуги питания сеть отелей не предоставляет. Но они нашли партнера, который разработал специальное меню завтраков только для гостей 2112Hotels. Их привозят по заказу отеля к нужному времени.

Чек-лист для гостей

Для туристов Юлия составила чек-лист с достопримечательностями, кафе и ресторанами, которые стоит посетить во Владивостоке. Этот чек-лист отель отправляет гостям перед заселением. В распечатанном виде можно взять его на стойке регистрации. Гости с удовольствием пользуются чек-листом и благодарят ресепшенистов. :)

Мне очень нравится платформа TravelLine: здесь множество полезного функционала, который можно использовать для привлечения гостей. Я сейчас говорю именно со стороны маркетинга. Различные виджеты, промокоды, скидки, письма — как же классно, когда все собрано в одном месте!

Очень удобный интерфейс. Еще что немаловажно — очень удобный модуль бронирования для гостей. Понятный, адаптированный. Круто, что можно в метрику добавить воронку продаж и отслеживать шаги гостя.

Я не знаю ни одну платформу, где было бы создано столько функционала. А сколько еще собираются внедрить, я просто в ожидании! Многие пытаются сэкономить и отдают предпочтение другим системам бронирования, но я хочу добавить вот что: ни одна система бронирования не даст вам столько возможностей, сколько дает TravelLine. Я всегда говорю «да» тем, кто развивается!

<https://www.travelline.ru/blog/marketing-v-otele-7-sovetov-dlya-rosta-onlayn-prodazh/>