

Отелям нужен дополнительный маркер — такой, как аттестат АБТ

Одна из самых известных гостиниц периода заката советской эпохи — Центральный дом туриста, построенный специально к Олимпиаде 1980 года, — переживает второе рождение. Обновленный отель, который сегодня носит имя «Аструс», недавно прошел аттестацию по программе Ассоциации Бизнес Туризма, впечатлениями о которой поделились коммерческий директор Андрей Михайлец и директор по общим вопросам Татьяна Самохина.

– Всем ли требованиям соответствовала гостиница, когда подошла к аттестации бизнес-отелей по стандартам АБТ?

Татьяна Самохина: У Ассоциации достаточно объемные требования. Не могу сказать, что аттестация представляла большие трудности, но какие-то мелочи пришлось доделывать, поэтому в целом этот проект можно оценить как сложный. На его реализацию было потрачено около трех месяцев. Например, в программе есть такой пункт, как ограничители на окнах. У нас высотное здание. Каждый номер оборудован так, что к окну подойти нельзя: вдоль него идет рабочая поверхность, которая используется как письменный стол, подставка под телевизор и ниша для мини-бара. Но в рекомендациях АБТ указано, что ограничители на окнах должны быть обязательно. Окон — 500. И это надо было сделать.

Во всех полулюксах, люксах, комфортах, сьютах у нас, конечно, есть электронные сейфы. Но было сказано, что они должны быть во всех без исклю-

чения номерах для бизнес-туристов. Конечно, мини-сейфы не очень дорогие. Но номеров-то, повторюсь, 500!

Пришлось повозиться и с розетками. В требованиях есть простой, казалось бы, пункт: розетки должны быть возле рабочей поверхности. А ремонт-то уже прошел! И у нас они расположены у плинтуса, расстояние до которого от стола превышает метр. Это значит, что нам надо было всё переделать.

– В чем вы видите маркетинговую ценность аттестации?

Андрей Михайлец: На розничном рынке мы будем использовать аттестат как дополнительный фильтр. Попробуйте ради эксперимента забронировать отель в Париже, Берлине или Амстердаме. Окажется, что сделать выбор очень сложно: во всех гостиницах есть WI-FI, они расположены в центре города, предлагают выгодные цены, о них есть хорошие отзывы постояльцев. Поэтому сегодня потребителю требуется дополнительный маркер. Думаю, что московский гостиничный рынок будет расти, как и европейский, и инструменты фильтрации неизбежно положительно повлияют на продажи в рознице.

Что касается оптового рынка, мы уже опубликовали в доступных открытых источниках информацию о получении сертификата АБТ. Клиентам важно, что гостиница взяла и продолжает курс на модернизацию, одним из результатов которой стало подтверждение статуса бизнес-отеля. Следующим шагом может быть повышение категории. Мы стремимся, чтобы наши постоянные покупатели понимали, какой у нас курс, ощущали ценность в нас как в постоянном и надежном партнере.



АБТ НАЧИНАЕТ РАЗРАБОТКУ СТАНДАРТОВ АТТЕСТАЦИИ БИЗНЕС-АПАРТАМЕНТОВ

Глубокое изучение рынка показало, что возникла необходимость расширить рамки программы АБТ «Аттестация Бизнес- и Конференц-отелей» и включить в ее стандарт такой набирающий популярность во всем мире тип размещения, как бизнес-апартаменты, т.е. квартиры с качественной отделкой и гостиничным обслуживанием, которые сдаются на срок от двух ночей до нескольких месяцев. С каждым годом число клиентов, отдающих предпочтение апартаMENTам, возрастает, и перед трэвел-менеджерами, которым необходимо забронировать для своих сотрудников этот тип размещения, встают те же вопросы, что и при выборе отеля. Для плодотворной работы бизнес-туриста апартаменты должны быть оснащены доступом к высокоскоростному Интернету, в них должны быть письменный стол, необходимая техника для копирования и сканирования, правильное освещение, дополнительные розетки, фен, гладильная доска и уют и многое другое. Также важны такие нюансы, как наличие в квартире путеводителя по городу, карты метро. А в случае, если деловой турист — иностранец, эти документы должны быть переведены как минимум на английский язык. Имеет значение расположение апартаментов, близость к офису, станциям метро и, конечно, безопасность проживания. Все эти, а также многие другие требования легли в основу стандарта аттестации бизнес-апартаментов, который в настоящее время разрабатывается АБТ. Критерии были сформулированы на основании данных, полученных в результате анкетирования корпоративных покупателей. Цель программы — помочь деловым путешественникам и трэвел-менеджерам в выборе апартаментов при организации командировки, а компаниям, занимающимся продвижением и сдачей сервисных апартаментов в аренду, — заявить о себе.



Беседовала Светлана Деникина