



1. Эльза АБАДОВСКАЯ, административный менеджер компании Covidien
2. Татьяна ПОПЛАВСКАЯ, управляющий директор ОАО «Открытие Холдинг»
3. Анжела СТАРКОВА, ведущий специалист по организации клиентских мероприятий компании «Билайн»
4. Марина СУРЖИКОВА, руководитель event-департамента компании Coral Club International

## Итоговый калейдоскоп АБТ-АСТЕ Russia: причудливые узоры бизнес-трэвел и MICE 2014 г.

В Красном зале гостиницы «Метрополь» в декабре состоялась итоговая образовательная сессия АБТ-АСТЕ Russia. Представители индустрии делового туризма делились профессиональными достижениями, рассказывали о сложностях, сравнивали результаты своей работы с показателями коллег, оценивали перспективы и ставили задачи на будущий год.

Подготовила Наталья ТРАВОВА

Опыт сокращения расходов на бизнес-трэвел поделилась административный менеджер компании Covidien **Эльза Абадовская**. Изменения в локальной трэвел-политике на первом этапе затронули авиа- и ж/д билеты. «Прежде наши сотрудники могли, не нарушая трэвел-политики, купить билет экономкласса, но тарифа «оптимум-эконом», который по цене приближается к бизнес-классу. Поэтому мы прописали группы тарифов, и теперь бизнес-путешественники могут выбирать самый экономичный вариант, – рассказала спикер. – Также мы ввели определенные правила, которые касаются выбора класса билета на поезд. А еще прописали большими красными буквами, что неоправданный возврат или отмена командировки – это личная ответственность сотрудника. То есть забыл отменить бронирование отеля – должен отчитаться». К слову, благодаря такому правилу в третьем квартале 2014 г. в компании сумма за штрафы при возврате билетов понизилась на 41,2%.

О законах бизнес-трэвел в своем выступлении рассказала директор департамента корпоративной поддержки и управляющий директор ОАО «Открытие Холдинг» **Татьяна Поплавская**. «Прежде всего для меня важен сам трэвел-менеджер, потому что любой процесс и любые возможности – ничто без тех людей, которые их создают», – отметила г-жа Поплавская. Другими составляющими успеха, по словам спикера, являются правильно выстроенные процессы и процедуры, отвечающие потребностям конкретного бизнеса в конкретной обстановке. Они должны быть очень четкими с однозначной трактовкой, а также логичными и обоснованными (если вы что-то запрещаете сотрудникам, следует объяснить, почему). Значительную роль играют также Clever Purchasing («умные закупки»), общение внутри компании – с руководством и сотрудниками (важно всегда оставаться объективным и справедливым), работа на опережение, выбор провайдеров и дальнейшее сотрудничество с ними.

Опыт проведения тендера по выбору ТМС поделилась менеджер управления непрямыми закупками компании Cordiant **Мария Низяева**. Как отметила спикер, на

подготовительном этапе необходимо было сформировать требования к услуге, например обозначить приоритетные направления и перечень интересующих гостиниц. Также специалисты Cordiant разработали критерии выбора трэвел-агентства. Среди них минимальные тарифы, возможность работать по трехсторонним договорам с авиаперевозчиками и гостиницами, а также требования к онлайн-системе ТМС.

Руководитель event-департамента компании Coral Club International **Марина Суржикова** рассказала о том, как практически с нуля создать event- и travel-департамент. В своей презентации спикер наглядно продемонстрировала структуру департамента и подробно описала нюансы его работы. Обозначив возможные позиции и обязанности сотрудников отдела по организации мероприятий и бизнес-поездки, г-жа Суржикова отдельно остановилась на т.н. имплантах – сотрудниках ТМС, размещенных в офисе компании-клиента. Эксперт отметила, что если, к примеру, запланировано большое количество однотипных мероприятий в разных городах России и СНГ, без имплант-менеджера сложно обойтись. «Этот человек работает в нашем офисе, но у него за спиной целая компания. Поэтому такому координатору можно отдать большие объемы – даже организацию 40–50 мероприятий в месяц».

Свой самый проблемный и одновременно самый любимый проект уходящего года представила ведущий специалист по организации клиентских мероприятий компании «Билайн» **Анжела Старкова**. На мероприятии по повышению лояльности корпоративных клиентов к бренду «Билайн Бизнес» была обыгран тематика зимней Олимпиады в Сочи. Несмотря на то, что оно состоялось в разгар лета в центре Москвы, была создана такая атмосфера, что незнакомые друг с другом гости – а их было порядка 160 человек – почувствовали себя будто в кругу друзей в Олимпийском парке. Во многом благодаря тематическим викторинам, развлекательной части и акцентам на деталях. К примеру, табличка на веранде указывала, сколько здесь метров над уровнем моря, а прямо посреди зала выступили фигуристы.