



# 10 СЕРВИСНЫХ «ФИШЕК» ДЛЯ КОНФЕРЕНЦИЙ И ДЕЛОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ



Наталья Еремеева, консультант по сервису и гостеприимству, ранее работала в международной сети отелей менеджером по обучению и развитию, а сейчас консультирует отели и участвует как тренер в мероприятиях, конференциях, бизнес-тренингах, которые проводят различные компании в конференц-центрах отелей. Увидев многократно ситуацию, как со стороны отеля, так и корпоративного заказчика, Наталья поделилась с нами некоторыми сервисными «фишками», которые помогут организаторам провести мероприятие в отеле на более высоком уровне.

## 1. ТАБЛИЧКИ И НАВИГАЦИЯ

Самая частая причина недовольства посетителей мероприятий — сложный поиск нужного события и отсутствие навигации. Гости чувствуют себя очень некомфортно, если им приходится несколько раз спрашивать, где именно будет та или иная конференция или тренинг, и как пройти в необходимый им зал.

Обязательно нужно выставить таблички для навигации, причем сделать это как минимум за час до начала мероприятия, а не тогда, когда все участники уже находятся в зале. Важно и то, чтобы состояние табличек для навигации соответствовало уровню события. Например, однажды на конференции в Москве было приглашение пройти на vip-ужин с ее ключевым спикером — мировым гуру маркетинга, которое было напечатано на мятом листе бумаги и криво приkleено на табличку скотчем. Такие вещи, безусловно, сразу бросаются в глаза и, увы, создают не самое позитивное впечатление посетителей.

## 2. ГОТОВНОСТЬ ЗАЛА И ВСЕГО ОБОРУДОВАНИЯ

Иногда сами организаторы-заказчики приезжают в отель буквально за десять минут до начала мероприятия. Но это не значит, что персоналу отеля можно расслабиться. Принятый международный стандарт — полная готовность всего оборудования, помещения, столов для фуршета — как минимум за час до начала конференции. Таким образом, люди, которые случайно приехали раньше, не будут свидетелями того, как передвигаются кресла и подключаются провода аудиосистемы.

## 3. УЛЫБКИ ПЕРСОНАЛА

Однажды я проводила тренинг для международной косметической компании в пятизвездочном отеле в центре Москвы. Я почти опоздала из-за сильной метели и пробок, сломала каблук на сапоге — в общем, утро не задалось. К счастью — пока я шла от входа в отель к конференц-залу — несколько человек поздоровались со мной с искренними улыбками. В течение пары минут плохое настроение как рукой сняло, и мне захотелось улыбнуться каждому из них в ответ. Я почувствовала на себе, насколько важна такая простая вещь, как улыбки тех людей, которые тебя встречают. К сожалению, эти несколько людей, которые так исправили мое утро, не являлись сотрудниками отеля, а были моими знакомыми — представителями компании-заказчика, которые знали меня с прошлых тренингов. Персонал отеля в это время приветствовал посетителей с достаточно уважительными, но в целом нейтральными лицами. А ведь у них тоже был шанс поднять настроение каждому гостю!

## 4. ЗАРЯДНЫЕ УСТРОЙСТВА ДЛЯ МОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕФОНОВ И НОУТБУКОВ

Очень многие люди разряжают свои мобильные устройства в течение мероприятия — например, потому, что активно пишут о нем в инстаграм или в твиттер! Они будут счастливы, если предложить им зарядку для их любимых девайсов. Желательно не дожидаться, пока участники мероприятия попросят вас об этом — а самим сообщить им, что на рецепции отеля есть зарядные устройства для основных типов телефонов и компьютеров, которыми гости мероприятия могут воспользоваться.

## 5. РЕАКЦИЯ НА НЕСТАНДАРТНЫЕ ЗАПРОСЫ

Бывает так, что еще на этапе планирования мероприятия сотрудники отеля сталкиваются с нестандартными запросами, которые сложно выполнить. Например, один из моих клиентов рассказывал, что при организации события в его отеле гости просят не просто декорировать зал, а повесить их собственные шторы или поменять цвет стен.

Здесь стоит обратить особое внимание на то, как именно сотрудники отеля будут реагировать на такие запросы, смогут ли объяснить статусному заказчику, что возможно сделать, а что нет, сумеют ли найти компромисс. Решение о том, в каком объеме можно пойти навстречу гостю, организующему в отеле свое мероприятие, принимает руководитель — например генеральный менеджер отеля или директор по продажам и маркетингу. Что касается менеджеров, сопровождающих данное мероприятие, — их роль в том, чтобы донести это решение до гостя максимально корректно, предложить все возможные приемлемые для отеля варианты, преподнести компромиссный вариант так, чтобы он был принят гостем.

## 8. ПЕРВОЕ ЛИЦО ОТЕЛЯ

Посетителей наиболее важных мероприятий может приветствовать лично генеральный менеджер отеля. По договоренности с компанией-организатором он может кратко выступить перед участниками, сказать им еще раз о том, что рад видеть каждого из них в своем отеле, надеется на то, что мероприятие будет организовано самым наилучшим образом, а в случае возникновения вопросов или проблем — всегда можно обращаться лично к нему или к его менеджерам.

Это занимает буквально пару минут, но всегда вызывает самый лучший отклик среди участников, которые чувствуют, что в этом отеле действительно рады их видеть и заботятся об их комфорте и благополучии.

## 9. КО-БРЕНДИНГ

Для каждого делового мероприятия обычно выпускается довольно много всевозможных полиграфических изделий — приглашения, бейджи, раздаточные материалы. Как правило, дизайном и печатью этих материалов занимается непосредственно заказчик.

Некоторые гостиничные сети дополнительно предоставляют посетителям мероприятий свои материалы — например брендированные блокноты для записей с логотипом отеля.

Тем не менее отель может выступить партнером в разработке и печати материалов для мероприятий — например, напечатав приглашения или брошюры за свой счет при условии, что размещает на них свой логотип и контакты. Благодаря этому у посетителя останется в памяти не только само событие и его организатор, но и отель, в котором оно происходило.

## 6. ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

Очень важно узнать, остались ли посетители мероприятия удовлетворены тем, как оно было организовано, что именно им понравилось, а что нет. Для этого рекомендуется предложить участникам заполнить краткую анкету — оценить организацию мероприятия от 1 до 10, написать свой отзыв и краткий комментарий.

Во многих международных сетях наличие таких анкет на конференциях и мероприятиях, которые организует отель, является обязательным для исполнения стандартом сети.

Менеджер по организации конкретного события может и лично подойти к участникам в перерыве, чтобы поинтересоваться, все ли хорошо и может ли он еще им чем-нибудь помочь.

## 7. РАЗДЕЛЕНИЕ КОФЕ-БРЕЙКОВ.

Часто встречающаяся проблема, особенно в те дни, когда конференц-центр максимально переполнен, это кофе-брейки, предназначенные для разных мероприятий, и необходимость поделить потоки людей так, чтобы всем досталось именно то, что было заказано его компанией, и никто не остался без кофе и круассанов. В такие моменты необходима вся дипломатия и деликатность для того, чтобы сообщить людям, что выставленные угощения предназначены не для них, а для тех, кто находится в соседнем зале.

Такую ситуацию лучше предугадать заранее и предотвратить, максимально разделив кофе-брейки разных компаний по времени, или постараться расположить их таким образом, чтобы люди с разных мероприятий не пересекались и не мешали друг другу.

## 10. КРОССПРОДАЖИ

Важно понимать, что посетители любого события — потенциальные будущие гости отеля, которые могут не только вернуться туда, но и организовать свое собственное мероприятие в будущем.

Например, посетитель отраслевой конференции — это, как правило, сотрудник компании, которая тоже организует свои тренинги, корпоративные выезды и тому подобное. Даже если этот посетитель сам не отвечает у себя в компании за такие события, он всегда может порекомендовать того, кто занимается ими.

Каждому участнику делового события отель может сделать то или иное предложение, например специальную цену на ланч или пребывание в отеле. Это можно преподнести как специальный подарок от отеля всем посетителям деловых мероприятий. Участников мероприятия можно попросить оставить свои контакты — например для получения подарка — благодаря этому у отеля будет возможность связаться с ними и сделать им дополнительное предложение в будущем.

Если выполнить все эти несложные рекомендации, гости мероприятия обязательно будут довольны тем, как оно организовано, и смогут рекомендовать отель своим знакомым и коллегам.