

12.06.2024

Елена Борисова: «Бизнес-туризм остаётся основным направлением деятельности отеля Plaza Garden Moscow WTC»

Первоклассный уровень комфорта, безопасность и безупречный сервис делают Plaza Garden Moscow WTC ведущим бизнес-отелем России. Елена Борисова, его генеральный менеджер, в эксклюзивном интервью нашему журналу рассказала о вызовах для гостиничной отрасли РФ, работе в новых реалиях и векторах развития отеля.

— В 2022 году вам пришлось сменить название ваших гостиниц на «Плаза Гарден» (гостиницы Crowne Plaza (Plaza Garden Moscow WTC) и Holiday Inn Express (Satelinn)) и выйти из системы международных гостиничных цепей. Прошло почти два года, и сегодня уже можно подвести некоторые итоги. Насколько болезненным был этот процесс?

— Учитывая серьёзные предпосылки для кардинальных изменений в работе сетевых отелей в 2022 году, мы максимально подготовились к уходу бренда IHG как в отношении операционных процессов, так и с технической стороны. Основными задачами момента было минимизировать финансовые потери и сделать переход к новому формату работы незаметным для клиента. Не скрою, что определённые опасения присутствовали, но сегодня с уверенностью можно говорить о том, что ребрендинг был очень успешным, а финансовый результат превзошёл ожидания. Сегодня

уже независимый отель Plaza Garden Moscow WTC занимает лидирующее место на рынке гостиничных услуг Москвы, выделяется возможностями как MICE-гостиница и, в определённом отношении, задаёт тренды. Сложный и волнительный опыт ребрендинга помог раскрыть потенциал команды и таланты отдельных сотрудников, сплотить коллектив и нащупать новые возможности.



— Какие меры вам пришлось предпринять, чтобы сохранить загрузку гостиниц на прежнем уровне?

— Как и наши коллеги, мы сделали акцент на внутренний туризм. Постоянно расширяем корпоративную базу, работаем над привлечением гостей из дружественных стран и стран СНГ. Как одна из самых значимых MICE-площадок Москвы, мы проводим крупнейшие мероприятия города в «Конгресс-центре ЦМТ», размещая в отеле большие группы.

Не так давно стартовала программа лояльности «ЦМТ Бонус», предоставляющая ряд привилегий клиентам ЦМТ, включая наши гостиницы. Всё это работает как на сохранение загрузки отеля, так и на его имидж.

— Как изменилась география ваших клиентов, и какую долю сегодня составляет бизнес-туризм?

— Благодаря центральному расположению и уникальности многофункционального комплекса, ЦМТ исторически является значимой бизнес-площадкой столицы. Соответственно, бизнес-туризм был и остаётся основным направлением в сегментации гостиницы Plaza Garden Moscow WTC. Близость к «Сити» и «Экспоцентру» в сочетании с транспортной доступностью к историческому центру, идеально комфортная внутренняя логистика, наличие крупнейшего в России конгресс-центра, наконец, обширная собственная парковка — всё это обеспечивает нам приток делового туризма.

Доля регионального бизнеса за последние годы значительно выросла. Так, например, в процентном соотношении эта цифра составляла 70% в 2023 и 66% в 2024 году. Наш отель популярен как для гостей из Москвы и Санкт-Петербурга, так и из других городов России. Лидируют Нижний Новгород, Тверь, Екатеринбург, Челябинск, Новосибирск.

Активным по-прежнему остаётся юго-восточный регион, в частности, Китай. Если в прошлом году было порядка 9% китайских туристов, то в текущем году цифра уже 13%. Наш отель всегда был любим и востребован гостями из Поднебесной. Сказываются и конфигурация номеров, и наличие на территории ЦМТ аутентичных азиатских ресторанов, близость к офисам китайских компаний, соблюдение персоналом этикета общения и использование китайского языка, безопасность, бесплатный транспорт до «Экспоцентра» в выставочные дни и многое другое.

Развивается туризм из Ближнего Востока. Пока процент гостей из КСА, ОАЭ, Катара и Бахрейна именно в нашем отеле невелик и формируется из бизнеса-туризма, но интерес к России, в частности к Москве, большой. Россия воспринимается как локация с большими возможностями, и гости с Ближнего Востока стремятся сюда за уникальными впечатлениями.

Агентства стараются сформировать туры таким образом, чтобы продемонстрировать всё разнообразие и неповторимость каждого города и региона, и включают в туры Москву, Санкт-Петербург, Казань, Сочи.

Развитие туризма с ближневосточным регионом поддерживаем на самом высоком уровне. Бизнес-миссии, организуемые «Проектным офисом по развитию туризма и гостеприимства Москвы» и Комитетом по туризму, неизменно популярны и приносят ощутимый результат. Так что рост по Ближнему Востоку неизбежен.



— Как влияет на показатели загрузки номерного фонда наличие в вашем распоряжении отелей разного уровня?

— Кластер гостиниц ЦМТ позволяет удовлетворить потребности всех категории гостей. Например, стандартные номера Plaza Garden Moscow WTC востребованы как гостями, приехавшими в Москву с деловой миссией, так и туристами, желающими познакомиться с достопримечательностями Москвы и ощутить пульс столицы. Просторные видовые клубные номера обеспечивают соответствующую атмосферу гостям, для которых важны комфорт, приватность, свободное пространство и дух места. В этих номерах также удобно проживать семьям с детьми.

Особенно ценят гости Plaza Garden Moscow WTC Club возможность использования клубной гостиной и доступ в WTC Fitness, предоставляющий бассейн с 4 дорожками, просторный тренажёрный зал, кардиозоны, джакузи, финские сауны и хаммам.

Гости с длительным проживанием предпочтут Апарт-отель «Международная», который стал «Лучшим апарт-отелем 2023» по версии Национальной гостиничной премии. Отель Satelinn воплощает концепцию загородного смарт-отеля в черте города, находящегося рядом с аэропортом, выставочным центром, Северным речным вокзалом и при этом в шаговой доступности до метро.

Не могу не упомянуть уникальность флагманского отеля Plaza Garden Moscow WTC в отношении концепции и номерного фонда. Прежде всего, это самая большая пятизвездочная гостиница Москвы, состоящая из двух зданий и предлагающая размещение в 727 номерах. 149 клубных номеров повышенной комфортности расположены в отдельно стоящем здании, они обладают увеличенной площадью, современными решениями в интерьерах, захватывающими дух видами на город.

Гостям клубного корпуса предлагается неограниченный доступ в клубную гостиную, где, помимо прочего, предоставляется разнообразное питание в течение всего дня. Хотя Plaza Garden концептуально является бизнес-отелем, гости клубного корпуса относят сервис и оснащение клубных номеров к сегменту люкс.

— Помогает ли вам то, что все ваши гостиницы входят в комплекс Центра международной торговли Москвы и расположены на одной территории, в отличие, скажем, от «Марриотт Империал Плаза», так же имеющей в своём распоряжении трёх-, четырёх- и пятизвёздочные отели? И не мешает ли вам, что в названии гостиниц «Марриотт» присутствует слово «Плаза» Не создаёт ли это некую путаницу для клиентов?

— Не все наши гостиницы расположены под одной крышей. Так, например, отель Satelinn находится в районе Ховрино, а Plaza Garden Moscow WTC — на Краснопресненской набережной.

У многих гостиниц по всему миру в названии присутствует слово «Plaza», что подчёркивает статус, центральное расположение объекта, ассоциацию с бизнесом. В нашем прежнем названии Crowne Plaza, когда мы входили в сеть IHG, тоже присутствовало это слово, так что мы намеренно сохранили его.

Путаницы с объектами Marriott не происходит, так как наши отели совершенно разные по позиционированию, локации, дизайну и истории. Конкретно Plaza Garden Moscow WTC отличается от других отелей прежде всего своей причастностью к ЦМТ. Нас находят не только по названию и месторасположению, но и объёму предоставляемых ЦМТ услуг.

Причастность Plaza Garden Moscow WTC к ЦМТ несомненно работает на результат. Услугами гостиницы активно пользуются как компании-арендаторы, так и посетители больших конференций и форумов, которые проводятся в «Конгресс-центре ЦМТ». Учитывая тот факт, что Plaza Garden Moscow WTC является самой большой пятизвездочной гостиницей, организаторам крупных MICE-мероприятий удобно разместить большую группу и организовать деловую часть и питание гостей в одном месте, сэкономив при этом на транспортных расходах. Наши гости имеют возможность воспользоваться парковкой в центре города, что сегодня является эксклюзивным преимуществом.

— В последнее время, в рамках выполнения поставленной президентом России задачи вдвое увеличить турпоток к 2030 году, Правительство Москвы уделяет особое внимание развитию туристической отрасли. Главный упор Москва делает на развитие культурно-познавательного и развлекательного туризма. Насколько это интересно для вас, учитывая тот факт, что вы всегда в большей степени были ориентированы на деловой туризм?

— Желание совместить деловую часть поездки с культурно-познавательной вполне понятно каждому. Этот актуальный на протяжении нескольких лет тренд «bleisure» работает на загрузку отелей и продлевает период проживания бизнес-туриста с двух-трёх до четырёх-пяти дней. Москва предлагает своим гостям невероятные возможности в отношении истории и культуры, развлечений и гастрономии. В Plaza Garden Moscow WTC мы стараемся стимулировать интерес гостей к культурной жизни столицы, помогаем туристам организовать свободное время максимально интересно и ярко.

С недавних пор мы делаем совместные проекты с музеями и театрами Москвы. Наши гостиницы сотрудничают с

«Проектным офисом по развитию туризма и гостеприимства Москвы», а также с Комитетом по туризму города Москвы, участвуют практически во всех организованных ими мероприятиях, конференциях, лекциях. Выступаем как эксперты.