



Елена КУЗЬМЕНКО,
директор по продажам Mercure Kyiv Congress

КОЛЛАБОРАЦИИ В ОТЕЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ: *очередной тренд или возможность стать уникальным?*

Ускоренный темп жизни диктует свои правила. То, что было актуально вчера, может не пользоваться спросом уже сегодня. В силу высокой конкуренции и постоянных изменений в потребностях целевой аудитории, перед корпорациями возникает очередной вызов

Современный турист, вне зависимости от цели поездки, уже достаточно искушен и избалован приобретенным опытом путешествий. 15–20 лет назад гость был под впечатлением просто от качественно предоставленной услуги. Сегодня же его интересуют эмоции, впечатления и новые переживания, которые он приобретает.

Эра массового потребления подходит к завершению. Будущее за теми, кто сможет тщательно изучить свою аудиторию, предоставить уникальный, актуальный и креативный сервис с акцентом на индивидуальный подход (персонализация) и использование современных технологий (*диджитализация*).

Если ранее было достаточно конкурировать на уровне «цена–качество», то на сегодняшний день к двум вышеуказанным аспектам добавляется способность предугадывать пожелания гостей, молниеносно адаптироваться и при этом отличаться от других.

Одним из вариантов решения как раз и выступает коллаборация.

Что же такое бизнес-коллаборация (*a win-win partnership*)? По сути, это вид взаимовыгодного сотрудничества брендов с общими ценностями для повышения лояльности своей аудитории за счет партнера. Совместное генерирование идей и мозговой штурм обеих команд способствуют «рождению» креативных и оригинальных продуктов.

Среди примеров глобальных коллабораций можно выделить: Apple и Nike (в 2016 году выпущена специальная версия часов Apple Watch Nike+ с интегрированным сервисом Nike), Huawei и Porsche (разработка флагманских смартфонов Porsche Design Huawei Mate), совместные коллекции H&M и дизайнеров: Карла Лагерфельда, Донателлы Версаче, Роберто Кавалли, Стеллы Маккартни и др.

Международная группа **AccorHotels** также активно применяет коллаборации в своей деятельности. В июне 2019-го анонсировано партнерское соглашение с авиа-

компанией Air France – KLM. Компании объединяют системы лояльности Le Club AccorHotels и Flying Blue. Участники программы смогут одновременно накапливать баллы и мили в новом сервисе Miles+Points.

Также AccorHotels сотрудничает с медиабрендом L'official. В рамках партнерства издательство разрабатывает редакционные материалы для брендов Raffles, Pullman, Fairmont и Sofitel в журнале L'official Voyage International.



В 2016 году анонсирован старт сотрудничества с холдингом Banyan Tree — ведущим оператором премиум-курортов и отелей в Азии. Banyan Tree получает доступ к стандартам и системе лояльности, Le Club при этом остается независимой компанией. В свою очередь у AccorHotels появляется возможность расширить горизонты и упрочить лидерство в сегменте люксовых отелей.

Mercure Kyiv Congress входит в состав группы AccorHotels. Философия бренда — *in harmony with people and places* (в гармонии с людьми и городами), которая подразумевает симбиоз аутентичности (местного колорита) с инновациями отельной индустрии.



В период ребрендинга и рестарта отеля перед командой была поставлена основная цель — превзойти ожидания и сделать то, что никто не решался.

По итогам, **Mercure Kyiv Congress** стал первым отелем на украинском рынке, который привлек к сотрудничеству партнеров для совместных проектов развлекательного формата Stand-up и Батлум.

Практически с первых дней открытия ведется коллаборация с уникальной экосистемой UnitCity.

Особое внимание уделяется творческой и креативной составляющей. Выстраивается партнерство с украинскими художниками, дизайнерами, парфюмерами, медиаизданиями, блогерами и производителями hand-made.

Kyiv Dance Weekend Festival — грандиозное событие в мире социальных танцев. В период проведения фестиваля Киев стал столицей танцевального искусства. **Mercure Kyiv Congress** оказал поддержку при запуске, освещении в СМИ и приеме на своих локациях участников со всего мира. Подобные проекты вносят значимый вклад в культуру и развитие города и страны.

Помимо бизнес-тандемов, **Mercure Kyiv Congress** активно участвует в социальных проектах совместно с European Business Association, фондом Твоя Опора в рамках «Charity Weekend», «Пробіг під каштанами» и парад «Велодівча».

Отдельно следует подчеркнуть причастность к государственным проектам с целью популяризации туристического потенциала и имиджа Украины. При поддержке Управления туризма и промоакциями и Киевской туристической ассоциации, представители отеля участвовали в международных выставках и воркшопах в Берлине, Мадриде и Тель-Авиве. Также **Mercure Kyiv Congress** принимает делегации при проведении подобных мероприятий в Киеве.

С профильными образовательными учреждениями проводится коллаборация относительно организации стажировок для будущих специалистов. Отелем разработана программа партнерства с целью привлечения и «взращивания» молодых кадров.

Ряд уникальных и интересных проектов будет анонсирован в ближайшее время.

Подводя итоги, в гонке за удержанием своей целевой аудитории, современной компании недостаточно предоставлять качественный продукт. Отели-рам в режиме «нон-стоп» необходимо отслеживать тенденции рынка, адаптироваться, не ожидать «запрос», а предложить его самостоятельно. Будущее за теми, кто не боится ломать стереотипы, выходить за рамки, оправданно рисковать и всегда стремиться быть победителями. 



ПЕРШИЙ ГОТЕЛЬ БРЕНДУ MERCURE В УКРАЇНІ

160 номерів, 2 ресторани з літніми терасами,
басейн, масажний кабінет, фітнес-зал

НАЙБІЛЬШИЙ КОНГРЕС-ЦЕНТР У КИЄВІ

Загальна площа – 5000 м².
2 трансформовані та 2 банкетні зали,
розраховані на
250, 350, 1000 та 1300 гостей



ВЛАСНИЙ КЕЙТЕРІНГ

Масштабні виробничі потужності,
широкий вибір страв для будь-яких
форматів заходів: від кава-брейків,
фуршетів до весільних банкетів

