

## **Рекомендации по подготовке материалов и критерии оценки номинантов**

Уважаемые номинанты! По многочисленным просьбам членов жюри и номинантов прошлых лет мы разработали рекомендации по оформлению материалов и критерии, которыми руководствуется жюри, оценивая номинантов.

### **Основные пожелания:**

- Презентация должна быть компактной и лаконичной (в идеале – 5-6 слайдов),
- Продолжительность видео не более 90 секунд,
- Важно сформулировать ваши конкурентные преимущества, уникальность, отличительные особенности и ценность для клиента,
- Ответить на вопрос: «почему мы лучшие?».

## **Критерии оценки номинантов**

### **1. АГЕНТСКИЕ НОМИНАЦИИ:**

- Лучшее агентство делового туризма с оборотом свыше 6 млрд рублей
- Лучшее агентство делового туризма с оборотом 3-6 млрд рублей
- Лучшее агентство делового туризма с оборотом менее 3 млрд рублей
- Лучшее региональное ВТ & MICE-агентство
- Лучшее MICE-агентство

### **Профиль компании (общая информация):**

- год основания/ время присутствия на рынке;
- количество офисов, их география;
- количество сотрудников в штате;
- среднее количество обрабатываемых транзакций (месяц/год);
- партнерская сеть (например, наличие договоров с гостиничными агрегаторами и т.п.);
- количество клиентов (международные компании приводят показатели только локального рынка!), средний срок работы с ними (краткосрочные/долгосрочные партнерские отношения), прирост за период с 1 июня 2017г. по 31 мая 2018 г.;
- членство в профильных ассоциациях;
- основные достижения за период с 1 июня 2017г. по 31 мая 2018 г. (те, что можно подтвердить объективно – дипломами и т.д.);
- репутация и лояльность (отзывы и рекомендации корпоративных клиентов).

### **Финансовые показатели:**

- показатели финансового оборота и прибыли компании за период с 1 июня 2017г. по 31 мая 2018 г.;
- количество контрактов, подписанных за период с 1 июня 2017г. по 31 мая 2018 г.;
- прозрачность ценообразования, budget compliance;

- конкурентоспособность стоимости услуг;
- наличие выгодных работающих двух- трехсторонних договоров.

#### **Инновации и технологии:**

- использование передовых IT-технологий (надстройки к GDS; OBT; mobile app, etc.);
- использование передовых платежных решений;
- предоставление автоматических отчетов на почту клиента и по требуемому клиентом формату (excel, презентации, графики и т.д.);
- наличие разработок в сфере IT, внедренных за период с 1 июня 2017г. по 31 мая 2018 г.;
- могут ли они считаться инновациями в масштабах только этой компании или индустрии в целом?

#### **MICE:**

- количество проведенных мероприятий за период с 1 июня 2017г. по 31 мая 2018 г.;
- география мероприятий;
- среднее и максимальное количество участников мероприятий;
- Использование технологических решений при организации и проведении мероприятий;
- Собственные креативные разработки;
- Динамика развития за период с 1 июня 2017г. по 31 мая 2018 г.

#### **Сервис:**

- работа офиса 24/7, круглосуточная служба поддержки клиента;
- время обработки заявок и ответов на вопросы;
- гибкость при проведении переговоров;
- подписание SLA по формату клиента;
- Compliance: выполнение обязательств, прозрачность деятельности, противодействие коррупции, отказ от дискриминации и т.д.;
- контроль соблюдения тревел-политики клиентом, рекомендации по оптимизации;
- работа с претензиями, решение нестандартных вопросов.

#### **Персонал:**

- средний стаж работы сотрудников в отрасли (отдельно по топ-менеджменту);
- средняя продолжительность работы сотрудников в одной компании;
- профессиональные требования к сотрудникам;
- принятые в компании системы поощрения персонала;
- наличие образовательных программ – внутренних и внешних.

## **2. ОТЕЛИ:**

- **Лучший гостиничный бренд бюджетной категории в России и СНГ**
- **Лучший гостиничный бренд средней категории в России и СНГ**
- **Лучший гостиничный бренд высшей категории в России и СНГ**

- количество объектов бренда и их география (количество объектов в определенном городе/регионе);
- количество новых объектов бренда, открытых за период с 1 июня 2017г. по 31 мая 2018 г.;
- планы развития бренда;
- номерной фонд;
- конференц-возможности;
- процент деловых путешественников среди гостей отеля, из них – процент постоянных клиентов;
- наличие продуктов/услуг/программ, ориентированных именно на корпоративный сегмент покупателей;
- готовность к подписанию выгодных прямых договоров с клиентом;
- готовность предоставить дополнительные услуги/преимущества помимо выгодного тарифа при подписании прямого договора;
- присутствие отеля/бренда на площадках онлайн-аукционов.

#### **Лучший отель для проведения MICE-мероприятий**

- расположение;
- номерной фонд;
- конференц-возможности;
- наличие продуктов/услуг/программ, ориентированных именно на корпоративный сегмент покупателей;
- готовность к подписанию выгодных прямых договоров с клиентом;
- готовность предоставить дополнительные услуги/преимущества помимо выгодного тарифа при подписании прямого договора;
- присутствие отеля/бренда на площадках онлайн-аукционов;
- уровень сервиса.

### **3. АВИАКОМПАНИИ:**

- **Самая клиентоориентированная авиакомпания в корпоративном сегменте**
- **Лучшая корпоративная программа лояльности (авиасегмент)**

- процент деловых путешественников от общего числа туристов, использующих услуги авиакомпании;
- наличие продуктов/услуг/программ, ориентированных именно на корпоративный сегмент покупателей;
- готовность к подписанию выгодных прямых договоров с клиентом;
- готовность предоставить дополнительные услуги/преимущества помимо выгодного тарифа при подписании прямого договора;
- уровень сервиса на борту.

### **4. ТЕХНОЛОГИИ:**

- **Лучший инструмент онлайн-бронирования (ОВТ)**
- **Лучший инновационный продукт для БТ**

- когда был запущен инструмент? Сколько лет работает на рынке?
- наличие инновационных/уникальных особенностей разработки;
- наличие принципиальных доработок за период с 1 июня 2017 года по 31 мая 2018 года, периодичность обновлений;
- простота и прозрачность интерфейса/использования;
- взаимодействие компании-разработчика с клиентом на этапе внедрения/тестирования продукта;
- возможность «настраивать» инструмент под задачи конкретной компании
- для ОВТ - уровень Adoption Rate;
- успешные примеры оптимизации времени и/или расходов, которой удалось достичь клиентам благодаря использованию этого решения.

## 5. КОМАНДА:

### ➤ Лучшая команда по работе с ключевыми клиентами (агентство)

- наличие в команде «звезд», известных за пределами компании;
- профессиональный опыт команды, включая стаж работы в компании/индустрии, профессиональные навыки и достижения;
- гибкость в проведении переговоров с клиентом;
- скорость решения поставленных клиентом задач.

## 6. ТРАНСПОРТНЫЕ КОМПАНИИ:

### ➤ Лучшая транспортная компания (предоставление автомобиля с водителем)

### ➤ Лучшая транспортная компания (услуги аренды автомобиля без водителя)

- возможность бронирования услуги онлайн (агентами и прямыми клиентами);
- количество обслуживаемых городов;
- коэффициент качества;
- удобство в работе, как в заказах, так и в отчётах и выплате бонусов;
- возможные способы интеграции (API, виджеты/фреймы и т.д.) с ориентацией на агентства делового туризма;
- количество перевезённых за период с 1 июня 2017 г. по 31 мая 2018 г. пассажиров в категории бизнес-трелл;
- количество мероприятий, обслуживанием которых за период с 1 июня 2017 г. По 31 мая 2018 г. занималась ваша компания (с учётом географии).

## 7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ:

- актуальность заявленных тем для профессиональной аудитории, наличие среди них новых, ранее не обсуждавшихся в рамках индустрии;
- ключевые спикеры, хедлайнеры мероприятия;
- формат мероприятия – его инновационность, актуальность в контексте заявленных тем;
- количество и профессиональный профиль участников (гостей);
- отклик со стороны гостей и спикеров по итогам мероприятия (опросы, анкетирования, благодарственные письма и т.д.).

#### **8. MICE-НАПРАВЛЕНИЕ:**

- Визовая доступность;
- транспортная доступность;
- разнообразие возможностей для культурно-развлекательных программ;
- уровень инфраструктуры;
- уровень сервиса;
- Соотношение цена/качество.

#### **9. Лучшая программа социальной ответственности бизнеса**

- содержание и цель программы;
- количество вовлеченных сотрудников;
- эффективность программы и результаты за период с 1 июня 2017 года по 31 мая 2018 года;
- масштаб программы.

#### **10. Тревел-менеджер года**

- проекты по оптимизации затрат, разработке тревел-политики, внедрению технологических решений и пр., реализованные за период с 1 июня 2017 года по 31 мая 2018 года;
- повышение квалификации за период с 1 июня 2017 года по 31 мая 2018 года;
- оптимизация взаимодействия с поставщиками;
- проекты, запланированные к реализации на ближайшее будущее.