№ 83969/IBA от 22.11.2026

CENTRAL ASIAN ASSOCIATION FOR ACCREDITATION OF EDUCATION

International Business Academy обладает международной институциональной аккредитацией в сфере образования, подтверждающей соответствие международным стандартам качества образовательной деятельности

Коммерческое предложение для компании «»

Условия сотрудничества

«International Business Academy» приглашает Вас принять участие в обучении по теме: «Hotel General Manager: состав и причины ошибок на этапе планирования нового отеля. От feasibility study до наиболее эффективных методов управления гостиницей».

Стоимость без НДС: 296 500 тенге.

Стоимость с НДС: 343 940 тенге (включает НДС 16%).

Цена на 2027 год с учетом индексации 10%: 326 150 тенге без НДС; 378 334 тенге с НДС (включает НДС 16%).

*Компания ИП International Business Academy с 2026 года работает на общеустановленном режиме налогообложения с НДС.

Место проведения: очно территория Поставщика/ онлайн платформа ZOOM

Количество участников: 1 человек

Продолжительность обучения: 2 дня (16 академ.часов)

Даты проведения:

Алматы: 26-27 января 2028, 15-16 марта 2028, 15-16 мая 2028, 19-20 июля 2028, 21-22 сентября 2028, 14-15 ноября 2028

Онлайн: 17-18 августа 2027, 21-22 октября 2027, 27-28 декабря 2027, 2-3 февраля 2028, 3-4 февраля 2028, 12-13 апреля 2028, 19-20 апреля 2028, 19-20 июня 2028, 20-21 июня 2028, 21-22 августа 2028, 11-12 октября 2028, 13-14 декабря 2028

* даты требуют дополнительного согласования

Расписание: с 10:00 - 17.30

В стоимость обучения входит: обучение, комплект эксклюзивных обучающих материалов, блокнот, ручка, сертификат International Business Academy, посттренинговая поддержка (3 месяца), обед и кофе-брейк в каждый день занятий (при условии, что обучение очное).

Просим заключить договор заранее как минимум за 1-2 месяца до начала обучения и нам необходимо забронировать даты с тренером.

Исполнитель:



Руководитель Батухтина Н.Е.

International Business Academy — обучение, ориентированное на практический результат, развитие сотрудников и рост эффективности бизнеса.

Описание программы:

1 день

Что такое управление инвестициями и гостиничной недвижимостью для генерального управляющего

- Как грамотно вложить и не потерять? Встаем на сторону собственника/инвестора и смотрим его глазами на управление ГК
- Как использовать потенциал объекта на 100%. Что важнее GOPPAR или прибыль на квадратный метр площади комплекса
- Как распознать упущенную выгоду и внедрить изменения
- Когда начинается и когда заканчивается инвестиционный процесс
- Стратегия и план продаж при подготовке проекта отеля, в период вводного года и в процессе оперативного управления
- Финансовая модель, как основа любых инвестиций и проектов оперативной деятельности отеля
- Подход к сервисной стратегии, разработка портрета своего клиента и ориентация на клиента на этапе строительства / реконструкции
- Эксплуатация и рейтинг гостиницы на ОТА
- Реновация отеля в условиях изменяющихся рыночных условий и потребностей клиентов
- Разработка проекта реновации, обеспечивающего выполнение желаемого плана продаж
- Возможности бесконечной трансформации объектов недвижимости

Практика: Анализ эффективности планировок номерного фонда и общественных зон и холлов отеля

«Стратегический маркетинг и брендинг отеля в условиях меняющейся среды»

- Sales & Marketing — план с ориентацией на сегменты потребителей услуг отеля
- Выбор ключевых для отеля сегментов гостей по методу подстройки «под гостя»
- Определение потребностей выбранных сегментов и аудит актуальности и необходимости в услугах отеля, которые предоставляются на данный момент
- Разработка таргетированных программ обслуживания для каждого сегмента потребителей услуг отеля
    - методы обслуживания
    - опции пакетных предложений
    - тарифные планы
    - условия оплаты услуг
- Поддержание / сохранение лояльной базы отеля, состоящей из ключевых сегментов: приемы, мероприятия, benefits
- «Якоря», позволяющие надолго удержать потребителей того или иного сегмента
- Бренд отеля — как инструмент узнаваемости и «подсаживания» ключевых сегментов потребителей на услуги отеля
- Составляющие бренда отеля в глазах гостей разных сегментов
- Брендирование гостевых зон и номеров с учетом понимания сервиса и бренда для разных сегментов гостей. Продающие планировки и дизайн разных категорий номеров

- Категорийность номерного фонда. Sales-названия категорий и необходимый набор обязательных опций в номерах для разных сегментов гостей
- Стратегическое Sales & Marketing-планирование, его связь с тактическим годовым Sales & Marketing планом и ежедневной оперативной деятельностью отеля по привлечению и удержанию гостей

2 день

«Управление отелем во время рецессий. Оптимизация стоимости и рационализация предоставления услуг. Потенциальные ловушки, ведущие к ухудшению результативности деятельности гостиничного предприятия»

- Стратегии в управлении гостиничным предприятием
- Переориентация каждой стратегии в рецесисонную
- Матрица соответствия основных целей каждой стратегии к новым — рецессионным
- Анализ динамики изменения целей ГК
- Планирование в управлении во время кризисов
- Организационный план и его особенности
- Динамический Sales & Marketing план в период рецессии и его особенности
- Особенности кадрового планирования и ротации в период рецессий
- Линейка услуг отеля и стоимостная сетка
- Антикризисные тарифные планы и предложения для разных сегментов потребителя / клиентов / турфирм
- Отсеивание «ненужных» групп потребителей и удерживание нужных
- Качество сервиса отеля
- «Дешевые» методы поддержания качества услуг на высоком уровне
- Бесплатные методы поддержания положительного клиентского мнения
- Новые маркетинговые возможности в связи с ограниченным бюджетом отеля
- Персонал
- Оптимизация штата
- Создание HR-преимуществ во времена экономического спада
- Качественные предложения персоналу во время рецессии