



BizavNewsWeek

www.BizavNews.ru

Aviation &
Business &
Marketing

№1 (1) 16-29 сентября 2009



Уважаемые читатели!

Я рад, что вот уже почти 2 года в России работает профессиональное издание – информационный портал «BizavNews»! Каждый день наши читатели получают актуальную информацию с разных уголков мира из области Бизнес авиации. В течение 2-х лет мы выпустили около 6.000 новостей, которые каждый день помогают нашим читателям ориентироваться в событийном море Бизнес авиации мира.

За 2 года мы собрали практически всю российскую аудиторию и часть мировых запасов участников рынка Бизнес авиации. Наши «Новости» ежедневно читают 3100 абонентов со всего мира!

Многие участники рынка начинают свой день, с посещения Новостного портала «BizavNews» и чашкой крепкого кофе! Сегодня Я рад предложить Вашему вниманию новый продукт от информационного портала «BizavNews» — еженедельное, аналитико-новостное издание — «BizavNewsWeek»!

Создать данное издание нам помогли письма читателей, обращенные в редакцию «BizavNews» с просьбой расширить новостные блоки и выкладывать с большей регулярностью аналитику рынка. Проанализировав запросы читателей и наши возможности, я принял решение выпустить газету в формате PDF, что на сегодняшний день наиболее удобно для читателей и экономически оправдано для издателя.

Еженедельная газета будет выходить, согласно расчетному плану, в течении 3-х месяцев, 2 раза в месяц, а по истечению данного срока — 4 раза в месяц. Газета «BizavNewsWeek» целиком предназначена для профессионалов в области Бизнес авиации и смежных отраслей. И я приветствую всех, кто сейчас открывает «Первый» номер нашей газеты!

Миссия нашего издания предельно проста:

- освещение наиболее актуальных новостей недели;
- проведение аналитического обзора отрасли за неделю;
- проведение рекламно-информационных кампаний участников рынка;
- формирование канала оперативной обратной связи.

«BizavNewsWeek» — место встречи для специалистов, ценящих время и качество информационно - аналитического продукта.

Это территория знания профессионалов и для профессионалов, которая развивается в одном ритме со специализированным рынком Бизнес перевозок России.

Владимир Бер, Президент компании Экспо Тэк Групп, доцент, зав. кафедры рекламы и PR Университета Н.Нестеровой



АНОНС ГОРЯЧИХ НОВОСТЕЙ

Игра в реактивные самолетики

Помните, что творилось всего год назад? Сколько появилось проектов сверхлегких реактивных самолетов (СРЛС)! Среди них были изящные «птички» и с двумя хвостами, и с двигателями на крыле, и даже водоплавающие амфибии. Другие походили на истребители. Третьи внешне ничем не выделялись, но обещали «вылетать из гнезда» по тысяче штук в год...

стр. 2

Comlux The Aviation Group становится ведущим оператором VIP самолетов Airbus во всем мире

Новый Airbus A319 ACJ был оборудован в центре по оснащению воздушных судов Airbus Corporate Jet в Тулузе (акционером которого является Comlux) и включён в сертификат эксплуатанта воздушных судов на Мальте (AOC Comlux Malta)...

стр. 4

Авиакомпания Royal Jet - взлет во время падения

Бизнес-авиация в странах Персидского залива по-прежнему пользуется большой популярностью, несмотря на глобальный экономический спад. Так, авиакомпания Royal Jet сообщает об увеличении числа бронирований ВИП-чартеров в летний период на 15% (по сравнению с аналогичными показателями за 2008 год).

стр. 4

В Кумторкалинском районе Дагестана строится аэродром для деловой и частной авиации.

В настоящее время в Кумторкалинском районе Дагестана на площади в 50 гектаров ведется работа по заграждению и выкатыванию взлётно-посадочной полосы будущего запасного аэродрома. Об этом информационному агентству «Дагестан» сообщили в ОАО «Авиалинии Дагестана».

стр. 4

Место встречи изменить нельзя

Вопросы конференции, вынесенные на обсуждение, будут посвящены воздушному законодательству (как Воздушного Кодекса, так и ФАПов), регистрации аэродромов и вертодромов, подготовки персонала (пилотов, технического персонала и диспетчеров), регистрации воздушных судов сегмента малой авиации; развития РАОПА как российской части крупнейшей мировой общественной организации в области ГА и международно-го слета общей авиации в 2009 году...

стр. 3

Песня о Соколе

Почти на протяжении года мы наблюдали в режиме реального времени самый громкий start-up на мировом рынке бизнес-авиации – запуск компании Jet Republic. Это было также захватывающе, как телевизионный сериал, вроде Lost, однако хэппи-энда не получилось...

стр. 6

Эффективный маркетинг: современный подход

Конкуренция сегодня все больше становится борьбой идей, а не ресурсов. На рынке побеждают компании, постоянно предлагающие смелые инновационные решения и креативный подход...

стр. 9

Заоблачные удовольствия: рейтинг luxury-авиакомпаний

Лет пять назад ученые все пытались подсчитать, какую часть своей жизни современный деловой человек проводит в пробках. Процент выходил далеко не маленький – то ли 1/10, то ли 1/12, словом, такой солидной частью жизни не бросаются. Но для многих самолет – почти то же, что и автомобиль, настолько часто они вынуждены мотаться по свету по делам...

стр. 11

АКТУАЛЬНЫЕ НОВОСТИ НЕДЕЛИ

Игра в реактивные самолетики

Помните, что творилось всего год назад? Сколько появилось проектов сверхлегких реактивных самолетов (СРЛС)! Среди них были изящные «птички» и с двумя хвостами, и с двигателями на крыле, и даже водоплавающие амфибии. Другие подошли на истребители. Третьи внешне ничем не выделялись, но обещали «вылетать из гнезда» по тысяче штук в год. Да, это было гораздо веселее консервативного рынка традиционных бизнес-джетов: там всего-то шесть производителей, и никто не предлагает ставить двигатели на крыло. Скука смертная!

Мне все это буйство идей нравилось. Сразу вспоминались вечера, проведенные за архивами авиационных журналов: и в 40-х, и в 50-х — всегда в авиации была своя мода, были повальные увлечения, были десятки тенденциозных идей разных конструкторов, чем-то похожих друг на друга. Сначала верили, что будущее — за автожирами. Но до сих пор оно так и не наступило. Потом переключились на оригинальные гибридные решения — конвертопланы. И они тоже не завоевали значимого места на рынке, хотя собирают вокруг себя много романтиков-пропагандистов. А в авиации, как известно, революционные проекты, да еще выгодные в эксплуатации, особо в пропаганде не нуждаются.

Так одни идеи сменяли другие, пока мы не пришли к назревающему буму СРЛС (эти самолеты в англоязычной терминологии называют VJL – Very Light Jet). Но... осечка!

Почему?



Идея маленького реактивного пассажирского самолета была не нова. Даже пращур бизнес-джетов, четырехместный MS-760, можно записать в СРЛС. А что начинает твориться в авиации с 60-х годов! Кто только не предлагал пяти-, шестиместные самолетики, кто куда только не ставил двигатели, крылья и хвосты! Даже послевоенный Messerschmitt готовил проект Jet Taifun. Внешне — вылитый сверхлегкий джет!

Но современные идеологи массового размножения СРЛС, как показывает опыт, явно просчитались со спросом. Возможно, громкие заявления о количестве желающих были результатом тщательных исследований, возможно — способом привлечения инвестиций, но в итоге объем заказов оказался

вполне традиционным для рынка бизнес-авиации. Что сверхлегкий Cessna Mustang, что сверхроскошный Gulfstream G650 по количеству заказов не сильно разошлись, хотя по характеристикам и стоимости они ой как далеки. Да и Cessna при этом никаких тысяч машин и прочих революций не обещала, хотя потенциал у компании — можно позавидовать. А нужно было лишь принять к сведению и скорректировать планы...

Так кто же будет покупать СРЛС? Ставка на владельцев поршневикув изначально воспринималась, скажем мягко, странной. Даже если сделать самолет за миллион долларов — пусть и подороже нового поршневого, его покупка все равно сопряжена с немалой головной болью. Во-первых, нужно переучиваться управлять новой машиной, во-вторых, найти людей, которые будут разбираться в реактивной технике, и в-третьих, потребуется продавать уже имеющийся самолет в случае его ненадобности... К тому же, на практике вышло так, что даже самые дешевые СРЛС стоили дороже миллиона.

А упор на многообещающую концепцию авиатакси? Получался замкнутый круг: успех производителя зависел от нескольких крупных заказчиков. Успех заказчиков зависел от самолетов. А деньги откуда взять? Здесь бы сказать «из воздуха», но, судя по всему, желающих летать на реактивных авиатакси нашлось недостаточно. И, действительно — платишь много, а летишь в тесном салоне и с незнакомыми людьми.

Впрочем, следует признать, что те СРЛС, которые все же увидели или увидят свет — красивые, изящные и инновационные самолеты. Благодаря достижениям современных технологий и появлению новейших материалов умудрились в такую маленькую оболочку вместить узлы и системы, которые есть у больших лайнеров. Но какими бы революционными не казались сверхлегкие реактивные самолеты, их общее количество в сегменте джетов определяется, прежде всего, рыночными факторами. Правда, поначалу эйфория от стремительного роста портфеля заказов на СРЛС вскружила голову некоторым производителям, и они предсказывали просто фантастические цифры серийного выпуска этих самолетов. Однако суровая проза жизни постепенно расставляет все по своим местам. И от этого никуда не денешься, как не изгаляйся — хоть ставь движки на крыло, хоть приделывай два хвоста... ■

Иван Веретенников
Источник: Aerojet.su

Airbus ждет восстановления продаж самолетов



для бизнес-авиации

Крупнейший мировой производитель самолетов для бизнес-авиации – французский концерн Airbus SA – ожидает восстановления спроса на свою продукцию по мере ослабления рецессии и увеличения заказов из Китая, сообщает Bloomberg. Вице-президент Airbus Франсуа Шазель сообщил, что продажи этих машин в следующем году могут достичь уровня 20-30 самолетов.

Спрос незначительно может вырасти и во II полугодии текущего года благодаря восстановлению мировой экономики и повышению цен на нефть, что, в свою очередь, подержит спрос на самолеты на Ближнем Востоке, говорят в Airbus. На долю Ближнего Востока приходится около половины всех заказов Airbus на поставки самолетов для бизнес-авиации. ■

Новые самолеты Air Charter Service

Очередным шагом развития Air Charter Service стало расширение флота компании. Компания предлагает клиентам новые самолеты, добавленные в управление ACS, с целью увеличить предлагаемые клиентам комфорт и надежность.



«Поскольку все самолеты находятся в прямом управлении Air Charter Service, мы предлагаем их по самым конкурентным ценам, а также имеем гибкую систему скидок для клиентов компании. В управлении

ACS на данный момент находятся следующие самолеты: Cessna Sovereign, 3 самолета Challenger 604, Challenger 850 и Learjet 60. Все самолеты являются новыми или недавно прошедшими обновление салона. На все воздушные суда имеются необходимые сертификаты, а экипаж регулярно проходит тренинги по технике безопасности», - прокомментировали в ACS ■

АНАЛИТИКА

Заоблачные удовольствия: рейтинг luxury-авиакомпаний

Лет пять назад ученые все пытались подсчитать, какую часть своей жизни современный деловой человек проводит в пробках. Процент выходил далеко не маленький – то ли 1/10, то ли 1/12, словом, такой солидной частью жизни не бросаются. Но для многих самолет – почти то же, что и автомобиль, настолько часто они вынуждены мотаться по свету по делам. Впору задаваться вопросом, какую часть жизни мы проводим в самолете (и в аэропорту, естественно!), и как прожить эту самую часть максимально приятно – чтобы, как говорится, не о чем было жалеть.

Итак, куда можно отправиться с таким комфортом, чтобы впечатления от перелета были сильнее, чем от поездки? Например, в Таиланд. Авиакомпания 'Thai Airways' заставит вас почувствовать себя королем, даже если вы о том никогда не мечтали: именно поэтому экстралюксовый сервис здесь называют Royal-first. В аэропорту Suvarnabhumi вас встретит личный эскорт, который проведет вас в роскошный зал ожидания и совершит за вас всю процедуру регистрации.

В это время вы, как истинный монарх, будете наслаждаться SPA-салонам, тайским или традиционным массажем и размышлять над изысканными блюдами, которые вам предстоит вкушать на борту. Ну а если бизнес никак не может обойтись без вашего участия в этот момент, вам будет предоставлен удобный офис с переговорной зоной, возможностью проведения видеоконференций и всеми видами современной техники. В самолете вас также ожидает комфортабельное рабочее место со встроенным телефоном, возможностью подключения для ноутбука и современными аудиовизуальными системами. Впрочем, грех работать в таком удобном кресле!

Ведь места роял-класса оборудованы специальными ультраширокими креслами, раскладывающимися в кровать длиной более 2 метров. Вам предложат маску для глаз, шлепанцы и пижаму, а также снабдят косметичкой со всем необходимым в пути.

О том, что в косметичке вы найдете туалетные принадлежности исключительно ведущих мировых марок, и говорить не стоит. В

пути вас попотчуют деликатесами, которые вы сами выберете еще сидя в аэропорту – разумеется, стол сервируется фарфором и хрусталем. А еще говорят, что тайские стюардессы особенно гостеприимны и обходительны – ведь их учат не просто обслуживать пассажиров, но самую капельку влюбляться в каждого из них, чтобы предугадывать желание, еще не успевшее вербализоваться.

Однако вполне может случиться, что во время полета вам хочется не угадывающих желания бортпроводниц в национальной форме, а уединения, возможности поразмыслить о планах развития компании, а может, просто почитать – ведь на это так редко есть время! Не говоря уже о банальном и не чуждом даже самому активному человеку желанию выспаться, и чтобы при этом никто не беспокоил.

Такую возможность предоставляет авиакомпания 'Emirates': здесь вы будете лететь даже не в кресле-кровати, а в отдельном купе! Отдельное место для хранения багажа, шкаф, куда можно повесить костюм и по прилету двинуться на переговоры прямо с трапа, туалетный столик, мини-бар, огромная плазменная панель с более чем шестьюстами каналами... Обширная винная карта и изысканное менюдополняют картину. И, естественно, одним нажатием на кнопку ваше кресло превратится в кровать, и никто не потревожит ваш сон.

Впрочем, можно найти и авиакомпании, которые сделают ваше путешествие без преувеличения роскошным, притом их сервис будет золотой серединой между тайской услужливостью и одиночеством (добровольным, разумеется) на линиях 'Emirates'. Такова, например, гонконгская 'Cathay Pacific'. Первый класс в этой авиакомпании – самый настоящий люкс. Каждое место представляет собой кабинку со стенками и проходом. Внутри этого своеобразного купе найдется и место под багаж, где он не будет вам мешать, и столик для ноутбука с телефоном, и бар, и удобная полочка.

И даже если во время полета вам понадобится срочно обсудить что-нибудь, ваш посетитель не будет нависать над вами, мешая пассажирам, а стюардессам, а спокойно сядет в вашем небольшом, но функциональном кабинете. Ведь напротив каждого кресла здесь помещается удобный пуфик, а когда кресло раскладывается в роскошную кровать одним движением кноп-




ки, пуфик становится изножьем.

Помимо этого, разумеется, к вашим услугам плазменная панель с огромным количеством каналов, обходительный персонал, который с радостью выполнит любую вашу прихоть, разнообразнейшее меню, деликатесы которого удовлетворят ценителей и восточной, и европейской кухни, и многое, многое другое. Но самое главное – это атмосфера уюта. Ведь как только вы решите подремать (под мягчайшим одеялом и на особой подушке, которая при всем ее удобстве еще и даст отдых вашей спине и расслабит шейный отдел позвоночника!), в вашем кабинете приглушат свет, а плазменная панель начнет транслировать умиротворяющие картины – аквариум, берег моря, горящий камин...

В общем, те, кто летали рейсами этой авиакомпании, в один голос говорят, что самый существенный недостаток 'Cathay' – в том, что полеты как-то уж очень быстро заканчиваются. Видимо, именно за это искусство авиакомпания несколько раз получала титул лучшей авиакомпании мира. А такие титулы, согласитесь, просто так не даются.

В общем-то, не странно, что в нашем обзоре ведущие позиции в области создания роскоши и уюта для пассажиров принадлежат восточным компаниям. Все-таки гостеприимству Востока нет равных, и все лучшие черты его в полной мере воплощены в сервисе, который вам охотно предоставят на борту.

Разумеется, удовольствие это не из дешевых, цена за полеты такого уровня – от 3 000 долларов на небольшие расстояния. Однако согласитесь, что когда вы парите в небе, все ваши желания угадываются с полуслова, а в роскошной кровати на высоте нескольких тысяч метров вы видите во сне облака, – такое внеземное удовольствие стоит любых денег. 

Ольга Силецкая, FashionTravel

АКТУАЛЬНЫЕ НОВОСТИ НЕДЕЛИ

Comlux The Aviation Group становится ведущим оператором VIP самолетов Airbus во всем мире

Новый Airbus A319 ACJ был оборудован в центре по оснащению воздушных судов Airbus Corporate Jet в Тулузе (акционером которого является Comlux) и включён в сертификат эксплуатанта воздушных судов на Мальте (АОС Comlux Malta). Воздушное судно базируется в Мадриде и предназначено для частной эксплуатации под управлением Comlux Malta.

Стивен Лавен, CEO подразделения Fly Comlux: "Присоединение к нашему VIP флоту еще одного Airbus A319 ACJ в очередной раз демонстрирует огромный опыт компании в управлении ВС и предоставлении высочайшего уровня обслуживания.



Благодаря совместным усилиям Группы Компаний Comlux, новое подразделение, открытое на Мальте в прошлом году, развивается очень быстро. Сер-

тификат Мальтийского оператора позволяет нам свободно летать между всеми государствами-членами ЕС и предоставлять нашим клиентам удобство и комфорт независимо от того, находится ли воздушное судно в частной или коммерческой эксплуатации."

Энжи Бораниа, старший бортпроводник компании Comlux: "Благодаря ультрасовременному оборудованию и системам развлечения, установленным в салоне, самолет получил прозвище «космического шаттла»! Для обеспечения бесперебойной работы всех внутрисалонных функций, наши стюардессы регуляр-



но проходят специальный курс подготовки в Учебном центре Airbus в Тулузе."

Сегодня VIP флот Comlux включает в себя 15 самолетов: 2 Аэробуса ACJ, 2 Аэробуса A318Elite, 3 Bombardier Global Express (включая 2 XRS), 2 Global 5000, 2 Challenger 605, 2 Challenger 850, 1 Falcon 2000 и 1 Hawker 850. Три из них предназначены для частной эксплуатации (1 Airbus ACJ, 1 Global 5000, 1 Challenger 605).

Авиакомпания Royal Jet - взлет во время падения



Бизнес-авиация в странах Персидского залива по-прежнему пользуется большой популярностью, несмотря на глобальный экономический

спад. Так, авиакомпания Royal Jet сообщает об увеличении числа бронирований ВИП-чартеров в летний период на 15% (по сравнению с аналогичными показателями за 2008 год).

По словам президента и генерального директора авиакомпании Шейна О'Хэри, наблюдается тенденция более поздних бронирований рейсов — за 2-4 дня до вылета. «Мы отмечаем высокий спрос на наши услуги в странах Персидского залива, в том числе в Катаре и Саудовской Аравии», — сказал О'Хэри.

Изменилась и ценовая политика Royal Jet — теперь она учитывает не ту страну, откуда вылетел самолет, а ту, где на его борт поднялись пассажиры. Это сказалось на стоимости бизнес-джетов, которая в отдельных случаях снизилась до 20%.

Собственная служба бронирования — одно из главных направлений стратегического развития Royal Jet, наряду с которым осуществляется целый ряд дополнительных мероприятий, как, например, открытие специализированных центров в аэропортах, а также предоставление дополнительных услуг, включенных в стоимость (ВИП-обслуживание заказа)

В Кумторкалинском районе Дагестана строится аэродром для деловой и частной авиации.



В настоящее время в Кумторкалинском районе Дагестана на площади в 50 гектаров ведется работа по заграждению и выкатыванию взлётно-посадочной

полосы будущего запасного аэродрома. Об этом информационному агентству «Дагестан» сообщили в ОАО «Авиалинии Дагестана».

Параллельно будет вестись строительство специальных помещений для людей. Потом предстоит искать источники инвестирования. Здесь ожидается построить небольшой полноценный аэродром для частной и деловой авиации.

«На этот аэродром будет перекинута малая авиация из наших «Авиалиний», — отметил в одном из своих последних пресс-конференций генеральный директор авиакомпании Мирза Омариёв. — В Дагестане есть люди, владеющие небольшими спортивными, полуспортивными самолётами. Здесь они будут учиться летать, прыгать с парашютом. Плюс к этому будет открыт трек для автогонщиков.»

После реконструкции аэродрома «Махачкала», где всё будет меняться на новое: система ночного контроля, прозрачное сеточное ограждение и многое другое, на новый объект будет перенесено бетонное ограждение и то, что может быть использовано в устройстве этого центра.

Идея запуска аэродрома принадлежит М.Омариёву. А Кумторкалинский район выбран неслучайно. Эта безветренная зона, и место для аэродрома удобное. К тому же это перспектива для переселенцев из Новолакского района. Туда можно трудоустроить около 500 человек, а это налоговая база района.

Источник: РИА Дагестан



Можно только приветствовать появление в России нового медийного органа посвященного профессиональным аспектам деятельности Деловой авиации и пожелать ему успешной работы.

Хотя и не существует полноценного определения термина Деловая авиация или бизнес-авиация, профессиональное авиационное сообщество понимает под этим термином использование гражданских воздушных судов для предпринимательских целей ведения или управления делом (бизнесом). И, в этом отношении, полеты квалифицированного доктора на одномоторной Цессне из республиканского или областного центра для консультации областных районных поликлиник является таким же полетом Деловой авиации как и полет главы крупной транснациональной корпорации на трансконтинентальном Гольфстриме для контроля работы филиалов этой корпорации в других странах.

К сожалению, в последнее время усилиями средств массовой информации в общественном сознании сформировалось устойчивое негативное представление о Деловой авиации как о предметах роскоши, используемых кинозвездами или нуворисами для увеселительных поездок на курорты в не-

семейным сопровождении. Глянцевые журналы с рекламой дорогостоящих бизнес-самолетов с роскошными салонами и баснословными ценами в условиях экономического кризиса у большинства людей не вызывают ничего иного кроме раздражения и неприязни в отношении владельцев таких судов.

В действительности, полеты бизнес-самолетов для увеселительных и рекреационных поездок достаточно редки. Главным образом, во всем мире самолеты и вертолеты Деловой авиации используются, прежде всего, для эффективного управления крупным и средним бизнесом, ведение которого рассредоточено по большим пространствам или по территориям со слабой транспортной инфраструктурой.

Наша великая страна простирающаяся с запада на восток на расстояние 11-ти часовых поясов с транспортной инфраструктурой, определяемой скорее направлениями, чем дорогами, является идеальным местом для развития Деловой авиации, то есть использования гражданских воздушных судов для ведения экономической и социальной деятельности.

Отсутствие четкой законодательной базы, нехватка авиационной техники мирового уровня, слабая инфраструктура аэропортов существенно тормозят развитие этого перспективного вида воздушного транспорта в нашей стране.

Широкое медийное освещение проблем развития Деловой авиации и путей решения этих проблем будет существенным и достойным вкладом нового авиационного издания в развитие транспортного комплекса России. ■

**С пожеланиями успеха,
Е.Ю.Бахтин, к.э.н., КВС,
Вице-Президент ОНАДА.**

АКТУАЛЬНЫЕ НОВОСТИ НЕДЕЛИ

Занимательная география

Спад в национальной экономике вряд ли радикально подорвет основы такой отрасли, как деловая авиация. Кто страдает от кризиса больше других? Компании, рыночные по своей идеологии. А огосударствление экономики, создание трудноуправляемых монстров, в которые заброшены все что-то стоящие национальные производственные активы, породит новую волну управленцев, тратящих деньги не считая. Просто потому, что у этих денег нет осязаемого хозяина. И никакая Счетная палата помешать этим тратам не сможет.

Некоторое время назад я посмотрел статистику вылетов частных самолетов из Москвы. На первом месте в списке пунктов прибытия с большим отрывом стоял Санкт-Петербург. Пять часов на поезде, полтора часа рейсовым самолетом и чуть меньше часа на джете - трасса между двумя столицами самая загруженная даже в воздухе.

Не сложно предположить, что пассажирами частных самолетов на этом направлении преимущественно являются представители «крупного бизнеса», неразрывно связанного с чиновничьей прослойкой. А вот второй по частоте полетов пункт назначения Лондон в этом году, вероятно, сдаст свои позиции: инвесторы уже не рискуют идти на такие нестабильные рынки, как страны БРИК.

Думаю, по итогам года отчет о вылетах бизнес-бортов скажет о состоянии экономики и настроении во власти куда больше, чем официальные новости. Сохранит ли за собой Ницца почетное третье место по частоте полетов или распоряживом сверху «Лазурка» будет закрыта для чиновников? Останется ли в первой десятке Киев - или напряженные дипломатические отношения с Украиной перерастут во что-то большее? В общем, следите за полетами. ■

Источник: газета «Коммерсант - Business Guide»

Автор: Алексей Харнас

Dassault нащупывает дно

Стоимость портфеля заказов французского авиапроизводителя Dassault Aviation в I квартале 2009 г. сократилась на 1 млрд евро. Это объясняется тем, что в результате продолжающегося экономического спада клиенты отказываются от ранее размещенных заказов на бизнес-джеты Falcon. Операционная прибыль компании в линейке многоцелевых истребителей Rafale и бизнес-джетов Falcon в I квартале обвалилась на 44%.

Валовая прибыль составила 1,3 млрд евро против 2,1 млрд в аналогичном периоде прошлого года, что также объясняется отказами на самолеты Falcon. Тем не менее, несмотря на негативные полугодовые результаты, в Dassault Aviation отмечают, что за последние 1-2 месяца на рынке появились признаки стабилизации, а это вселяет надежду на то, что отрасли удалось нащупать дно.

Волна отказов, наблюдавшаяся в предыдущие месяцы, начала стихать — за последние несколько недель портфель Dassault сократился всего на несколько самолетов. Ситуация на вторичном рынке, который воспринимается как важный индикатор здоровья отрасли, также вселяет некоторые надежды на восстановление рынка. Резкое падение стоимости бизнес-джетов «с налетом», наблюдавшееся с началом кризиса, приостановлено, появляются предпосылки к росту цен.

Эти факторы позволяют Dassault рассчитывать на стабилизацию рынка — компания по-прежнему не намерена менять производственный план, предполагая к концу года довести объем поставок до 80 самолетов Falcon. ■

Источник: АТО, №101, июль-август 2009, Новости деловой авиации

АНАЛИТИКА

Песня о Соколе

«Безумству храбрых поем мы песню!..»
М. Горький.

Евгений Бахтин, Президент АВКОМ

Что из себя представляла JetRepublic?

Jet Republic являлась новой компанией, поставившая перед собой амбициозную задачу завладеть 15-20% Европейского (включая СНГ) рынка долевого владения бизнес-самолетами. Представленная этой компанией концепция долевого владения, несколько отличающаяся от традиционных схем в части расширения использования долевых самолетов для чартеров, преподносилась компанией как новая технология, способная снизить расходы совладельцев на содержание ВС. Jet Republic



объявила о закупке в течение ближайших 10 лет до 70 самолетов Learjet-60XR для выполнения программы.

Большинство авиационных экспертов скептически относились к возможности успешного появления нового

игрока на и без того переполненном рынке долевого владения Европы и оказались, в конечном итоге правы.

Принимая во внимание глубокие циклические рыночные колебания спроса, подобные проекты могут оказаться прибыльными только в течение продолжительного периода и требуют долговременные капиталовложения. По-видимому, инвесторы проекта Jet Republic в условиях усиливающегося экономического кризиса поддались общей конъюнктурной панике и отказались от продолжения проекта.

Юлия Дьяконова, Генеральный Директор Джет Траст Групп

Итак, чем запомнится Jet Republic:

1) **Беспрецедентной** по масштабам для рынка деловой авиации PR-компанией. В течение года Jet Republic «нагенерил» информационных поводов столько, сколько все другие игроки рынка вместе взятые за лет пять. Другой вопрос, какой процент маркетинговых усилий компании попал точно в цель – в сердце

Почти на протяжении года мы наблюдали в режиме реального времени самый громкий start-up на мировом рынке бизнес-авиации – запуск компании Jet Republic. Это было также захватывающе, как телевизионный сериал, вроде Lost, однако хэппи-энда не получилось. Компания, заявлявшая, что пришла делать революцию в бизнес-авиации, в конце августа объявила себя банкротом.

Время подвести некоторые итоги, которые, увы, больше походят на некролог.



целевой аудитории? Порой казалось, что пиарщики Jet Republic настолько увлеклись масштабом маркетинговой кампании, что желают охватить все аудитории махом, включая домохозяек и пенсионеров. Еще немного, и мы бы увидели рекламные ролики Jet Republic на общенациональных телеканалах. Подобная публичность понятна, когда компания готовится к выходу на IPO, но

никак не на старт-апе в чрезвычайно узком сегменте воздушных VIP-перевозок, который все-таки требует тщательного таргетинга. Подобные рынки, простите, шапками не закидывают.

На мой взгляд, был определен перебор в масштабной поддержке Jet Republic современного искусства: не верю, что с помощью Кандинского и американских концептуалистов сегодня можно продавать доли в воздушных судах.

2) **Яркой**, не побоюсь слова, революционной фигурой создателя и CEO компании Джонатана Бриза. Подобных харизматиков мировой рынок бизнес-авиации не видел еще никогда. И, вероятно, не скоро еще увидит. Не случайно, что в западной деловой прессе его называли Стивом Джобсом деловой авиации, а сам он сравнивал, не без амбиций, свой проект с Apple. Ничего не могу сказать о менеджерском таланте Бриза, но у меня, и не только у меня (некоторые британские букмекеры принимали ставки о том, что компания Jet Republic не доживет до 2010 года), возникло недоумение, когда в прошлом году в сегменте долевого владения ВС, давно и прочно монополизированном NetJets, в самый разгар кризиса вдруг появляется новый игрок и размещает заказ на 110 Bombardier Learjet 60 XR. Честно скажу, что первая мысль, которая возникла у меня, что это какая-то масштабная афера. А оказалось, что революция, которую решил в одиночку устроить бывший коммерче-

ский директор NetJets Джонатан Бриз... Что же предложил новый революционер? Новый дизайн авиасалона, спонсорство выставок современного искусства, и заказ самолетов на рекордные \$1.5 млрд. Видимо, этого оказалось недостаточно. Стив Джобс, например, предложил миру доступный персональный компьютер.

3) **Наглостью**. В хорошем смысле слова. Индустрию бизнес-авиации можно отнести к одной из самой консервативной в плане бизнес-идей. Последней Big Idea, всколыхнувшей рынок – программе делового владения NetJets – уже более 20 лет. Сегмент частных перевозок по развитию бизнес-технологий застыл в 90-х годах, и требовался «буревестник», который бы всколыхнул этот рынок. Им и стала Jet Republic. К сожалению, запуск столь амбициозного проекта был проведен не в лучшее время. Но, возможно, подвиги Джонатана Бриза вдохновят новые компании на перемены.



АНАЛИТИКА

окончание. Начало на стр.6

**Иван Веретенников,
директор,
Urcast Media**

Перспективы проекта Jet Republic изначально казались неоднозначными. Рынки Европы и Ближнего Востока не настолько велики, чтобы кормить нескольких крупных игроков подобного рода. Даже NetJets - компания, обслуживающая львиную долю спроса в регионе, с солидной репутацией и действующим парком воздушных судов - не может похвастаться фантастическими доходами. Старт-ап же остаётся практически без шансов: сказывается и необходимый огромный объём инвестиций, и отсутствие клиентской базы, и конкуренция со стороны других компаний, предлагающих подобные услуги (бизнес-модель проекта вполне классическая - долевое владение плюс карточные программы). Даже когда рынок был на пике, рентабельность Jet Republic вызвала сомнения.

В нынешней же ситуации исход был вполне предсказуем, и его наступление оставалось лишь вопросом времени. А ко всем отрицательным последствиям такого исхода добавляется ещё и негативное влияние на производственный сектор, ведь Bombardier остаётся без 25 твёрдых заказов и 85 опционов, и это серьёзный удар по портфелю канадской фирмы.

Судьба NetJets?

В отличие от Jet Republic, NetJets обеспечен солидной финансовой поддержкой инвестиционных компаний Гуру финансистов - Уоррена Баффета. Это гарантирует выживаемость NetJets в условиях временного спада деловой активности. Кроме того, NetJets принимает разумные и эффективные меры по сокращению расходов компании в кризисных условиях: переводит пилотов на сокращенный рабочий график, сокращает производственный персонал, задерживает поставку новых ВС, предоставляет дополнительные льготы долевым владельцам и т.п. Все это, несомненно, позволяет достаточно уверенно прогнозировать выживаемость NetJets.

Редакция BizavNews продолжает следить за ситуацией...

Источник: BizavNews

БРОКЕРЫ И СЕРВИСНЫЕ КОМПАНИИ**Денис Мазирка: Проблемы в системе взаимоотношений оператор – брокер – потребитель, с точки зрения специфики рынка деловых перевозок в России.**

ТопАвиа – молодая брокерская компания. Мы начали функционировать менее года назад во времена спада мировой экономики, когда условия для старта компании уже были не слишком благоприятными. Конечно, сейчас наша компания, как и многие на рынке, испытывает трудности: отток клиентов, усиление конкуренции, снижение маржи и прочее.

Но зачастую, думаю, брокеры со мной согласятся, серьезные убытки мы несем из-за неслаженной работы с оператором, и под убытками в данном случае я подразумеваю также упущенную выгоду.

Казалось бы, что в рабочей схеме оператор – брокер – клиент, все участники сделки заинтересованы в получении своих выгод: Клиент заинтересован в предоставлении ему качественного сервиса, Оператор - в коммерческой загрузке своих судов, Брокер - в получении комиссионного вознаграждения. Но иногда выходит так, что оператор является самым незаинтересованным и безответственным звеном в этой цепочке.

Для примера, могу привести такую ситуацию. У нас был договор с оператором на выполнение перелета внутри России на иностранном судне с иностранной регистрацией. За полтора часа до вылета, оператор сообщил, что в одном из аэропортов разовое разрешение на посадку пока не получено. В итоге брокер за час до вылета стал своими силами пробовать получить нужное разрешение. К сожалению, сложилась непонятная ситуация, когда аэропорт отправил свое одобрение приема данного ВС в Москву, в управление, а там не могли разыскать переданную телеграмму. В итоге получалось так, что директор аэропорта только «за», в управлении тоже не против, а разрешение выдать так никто и не может. В скором времени оно было получено, но в бумаге содержалась ошибка в бортовом номере судна, что привело к необходимости исправления и согласования и соответственно к дополнительной задержке во времени. В итоге разрешение было по-



лучено исключительно стараниями брокера, но только через 1 ч. 10 мин. после запланированного времени вылета. К тому моменту заказчик рейса уже был на полпути к своему дому, так как из-за задержки он опоздал на мероприятие и смысл перелета был утрачен. После этого, на мой взгляд, совершенно справедливо, заказчик потребовал возмещения суммы, оплаченной им за

выполнение рейса + компенсацию. Брокер, в отличие от оператора, с этим согласился. Оператор же, не смотря на пункт договора, в котором прописано, что перевозчик обязуется не только предоставить ВС для перелета, но и получить все необходимые разрешения для выполнения рейса, сослался на то, что данная ситуация относится к форс мажорным обстоятельствам и никакой компенсации он выплачивать не будет. В итоге брокер покрывал эти издержки за свой счет.

Я не хочу делать однозначных заявлений, в нашей практике были случаи, когда по факту разбирательства возникшей ситуации, оператор был готов разделить с нами риски, или полностью компенсировать ущерб, но это скорее исключение, чем правило. Зачастую реалии таковы, что проявить ту самую пресловутую «клиентоориентированность» и гибкость, оператор оставляет на долю брокерской организации. И это при том, что в связке «оператор – брокер», клиентом для эксплуатанта выступает именно брокер. Именно брокеры, на наш взгляд, являются «драйверами рынка»: основными поставщиками клиентов и основными коммуникаторами с потенциальными потребителями услуг деловой авиации, и, судя по многочисленной ежедневной рассылке доступных

окончание на стр.8

АНАЛИТИКА

окончание. Начало на стр.7 ▲



на рынке самолетов, приходящей на нашу почту, многие операторы это понимают. Но пока ситуация остается неизменной, и при запросе самолета брокер по прежнему выступает в роли не «диктующего», а «просящего», находящегося в шатком положении заложника посреднической бизнес-модели, предполагающей ответственность в десятки тысяч евро при прибыли в одну тысячу.

Касательно потребителей рынка деловых перевозок, т.е. заказчиков ВС деловой авиации, также часто возникают сложности во взаимодействии. Тут перед нами встает вопрос о гарантии исполнения обязательств не только со стороны оператора, но и заказчика. Для примера могу привести такую ситуацию, которая, я уверен, не понаслышке знакома многим участникам рынка деловых перевозок.

Заказчики попросили зафрахтовать судно на определенный день, с обратным вылетом на следующий, оговорив при этом возможность обратного вылета ранним вечером того же дня. Все это было зафиксировано в договоре, однако позже, заказчик сообщил, что собирается вернуться в тот же день, но уже поздно ночью. Выполнение рейса по такому графику уже не представлялось возможным, потому что экипаж ВС не укладывался в dutytime, следовательно пассажирам было предложено вылететь или немного раньше, чем они решили, или же на следующий день, в любое удобное для них время. Однако, приняв данную информацию, заказчики не предоставили никакого решения о дальнейшем графике полета. В соответствии с договором, компания начала выполнение рейса и после прилета в аэропорт назначения, ожидая окончательного решения, экипаж был направлен в гостиницу на отдых. В период неоднократных переговоров с помощником главного пассажира в течении дня, принятие окончательного решения всячески оттягивалось. Ответ же был получен только вечером, и оказалось, что ни один из возможных вариантов перелета пассажиров не устраивает, и они отказываются от обратной перевозки. В связи с этим, не смотря на объективные доводы брокера, заказчик принял решение оплатить рейс только частично. И так как несмотря на условия договора не была произведена полная предоплата рейса, брокер так и остался со своими аргументами и обязательствами полной выплаты стоимости рейса авиакомпания, которой принадлежало судно, зафрахтованное для данного перелета. Причем, хотелось бы обратить внимание, что данный заказчик являлся постоянным клиентом этой компании и не однократно пользовался их услугами ранее.

Совершенно очевидно, что в цепочке (оператор-брокер-потребитель), именно брокерская компания является самым

уязвимым звеном. Мы понимаем, что сетовать на несовершенство системы можно бесконечно, и что изменения не наступают, если их никто не инициирует.

Одним из возможных вариантов решения сложившейся ситуации может быть схема слияния брокеров в крупные агентства деловой авиации. Объединение капиталов и компетенций нескольких компаний, позволяет получить оборотные средства для более эффективного продвижения услуг и покупки блок часов под программы рейсов своих клиентов, что так же позволит эффективнее работать с операторами и заказчиками.

Альтернативой может выступать создание коммерческих альянсов оператор-брокер, в которых брокер будет исполнять легитимную функцию корпоративного отдела продаж, сохраняя при этом автономию, или агентства, поставляющего клиентов за агентское вознаграждение от продаж. И подобные союзы уже существуют. Особенно интересно это может быть иностранным операторам, которые еще не достаточно широко известны в России, не имеют опыта ведения бизнеса в нашей стране, не знают его особенностей и не готовы или не имеют возможности тратить средства на содержание собственного представительства. Это цивилизованная и, на мой взгляд, весьма эффективная схема, при которой риски распределяются наиболее адекватно. А главное, подобная, грамотно настроенная бизнес-модель позволяет не просто выжить брокеру и обеспечить загрузку ВС авиакомпании, но и заработать больше, чем поодиночке. Компания TopАвиа готова сесть за стол переговоров и обсудить условия интеграции с компаниями-эксплуатантами, которые,

так же как и мы смотрят в будущее и понимают, что сейчас наступает время союзов, а не конфронтаций. Мы хотим продавать, готовы вкладывать в маркетинг и генерировать прибыль вместе, но мы не готовы платить за чужие ошибки и брать на себя риски, которые никаким образом не можем контролировать сами.

Кстати, к вопросу о контроле, точнее о рыночном регулировании. Теперь, когда основным критерием выбора перевозчика для клиента становится цена, многие компании, поддавшись панике резко опускают расценки. Плюс к этому, демпинг – это излюбленная стратегия «новорожденных» брокеров, которых по нашим наблюдениям, становится все больше с каждым днем. Капитализация таких компаний, как правило: мобильный телефон, компьютер и «средней руки» профессионализм.

Вред, наносимый такими дельцами, заключается в том, что потребитель, обманувшийся в своих ожиданиях, будет полагать, что такой способ ведения бизнеса характерен для всех участников рынка. В результате страдают добросовестные компании, в основе деятельности которых лежит репутация.

В такой ситуации на передний план проблемы выходит необходимость рыночного саморегулирования. А точнее ключевая роль Объединенной Ассоциации Деловой Авиации, как инструмента регулирования рыночной конкуренции. Необходимы общие правила игры, формирование Единого Информационного поля. В частности: ввести общедоступный «черный список» компаний (как операторов так и брокеров), отличающихся некорректным рыночным поведением. Сейчас отдельные компании, предпринимают самостоятельные попытки в этом направлении, осуществляя e-mail рассылки с предупреждением о нарушении принципов деловой этики той или иной компанией, но пока это не стало частью системы. Возможно, чтобы список включал не только участников рынка, но так же и недобросовестных клиентов (например компаний-должников). Разработать документы, регламентирующие деятельность брокеров такие как: кодекс этики и стандарты обслуживания клиентов.

Прибегнуть к мировому опыту, где в рамках повышения поддержки бизнеса члены ассоциации получают правовую поддержку, поддержку маркетинга, помощь в подготовке специалистов, повышения их квалификации, доступ к актуальной рыночной информации и многое другое.

В завершение своего выступления, еще раз хочу подчеркнуть, что являясь частью бизнес сообщества и осознавая, что решение проблем может быть достигнуто объединением усилий участников рынка в рамках как коммерческих, так и некоммерческих союзов, наша компания выражает свою готовность к сотрудничеству и конструктивному диалогу. ☑

АНАЛИТИКА

Эффективный маркетинг: современный подход

Конкуренция сегодня все больше становится борьбой идей, а не ресурсов. На рынке побеждают компании, постоянно предлагающие смелые инновационные решения и креативный подход. При этом чрезвычайное значение приобретает скорость их практического воплощения. Динамизм компании превращается в решающий фактор конкурентоспособности. Изменения становятся образом нашей жизни. Если компания постоянно реализует быстрые и радикальные управленческие нововведения, если совершенствование методов и средств ведения бизнеса поставлено на регулярную основу, то у нее есть шансы динамично развиваться, работать эффективно, укреплять свои рыночные позиции.

Что понимать под инновациями в бизнесе? В первую очередь, современные бизнес-технологии: ERP, CRM, Balanced Scorecard, KPI и другие, принятые и внедренные многими компаниями крупного бизнеса.

То что стратегия у компании должна быть это понятно. А есть ли у вас стратегия? – конечно есть. Ни один руководитель не скажет нет. Однако что значит иметь стратегию? это значит иметь четко сформулированные и правильно выбранные цели.

BSC (Balanced Score Card) – весьма простая и удобная система сегментации целей с учетом причинно следственных связей по основным 4 перспективам:

Финансы, Клиенты, Процессы, Потенциал (или чаще персонал).

Данные Проекция формулируется ответами на простые вопросы:

Какие цели компания должна перед собой поставить, исходя из финансовых ожиданий своих учредителей?

Какие цели относительно наших клиентов мы должны поставить чтобы обеспечить достижение наших финансовых целей?

Какие процессы мы должны выполнить чтобы обеспечить достижение целей в перспективах Финансы и Клиенты?

Какие цели относительно нашего потенциала мы должны

поставить чтобы соответствовать сегодняшним и будущим требованиям?

Я не буду долго останавливаться на целях компании применительно к финансам (и это не компетенция маркетинга), каждая компания здесь решает индивидуально, просто на мой взгляд, сейчас в условиях кризиса «Не до жиру, быть бы живу», ставить цель получения даже 30% доходности это смело.

А что по Клиентам? Главной ценности и капитализации любой компании.

Мой опыт анализа данных ряда компаний деловой авиации красноречиво свидетельствует в пользу принципа Парето (так называемые 80 на 20): 80% прибыли компании приносят 20% приверженных клиентов, а это значит основные усилия компании должны быть направлены на их удержание. Держать клиента, вот приоритет. Как держать – удовлетворить. Как удовлетворить? – внедрить систему управления работы с клиентами так называемый CRM, и под этим я понимаю не скаченную из программы, а умение и желание слушать и слышать клиента. Например, в одной из брокерских компаний анализ данных по продажам показал: из 100% общего числа запросов только 20% обрабатываются реальными рейсами. Конечно, существует коэффициент погрешности, мы все знаем что «праздношатающихся» псевдозаказчиков на рынке хватает. Но поверить в то что 80% обратившихся «за самолетом!» людей «ошиблись номером», просто невозможно. И действительно, настроив «обратную связь» с клиентами, и проведя исследование причин от-



СПЕЦИАЛЬНОЕ ИНТЕРВЬЮ

казов, вскрылась масса недоработок в отделе продаж начиная от оперативности и заканчивая подачей коммерческого предложения. Заметьте, в большинстве случаев цена не являлась ключевым фактором отказа! Важнее было качество обслуживания. Произвели настройку менеджеров «под клиента» – увеличили количество подтвержденных заказов до 40%. Вот вам CRM в действии.

Говорите: Нет клиентов? Зайдите в свой отдел продаж. Обучите свой отдел продаж. Замотивируйте свой отдел продаж. Внедрите систему контроля качества обслуживания.

Совет директорам: почаще заходите в свой отдел продаж с «черного хода».

И еще одно недавнее рыночное исследование: с целью анализа конкурентной среды были взяты десять компаний из Яндекса по запросу Заказ самолета (выбирал компании респондент – представитель целевой аудитории). Легенда исследования: потребитель впервые обращающийся за услугой чартера – что правда. Цели: качество консультирования, сервисы, оперативность, и работа с клиентом по факту предложения.

Вот только некоторые результаты тестирования:

Вопрос про Бортовое меню: 7 из 10 компаний охарактеризовали меню как «Питание хорошее, никто не жаловался».

Вопрос о карте Вин: только 3 из 10 компаний смогли более менее обрисовать ассортимент, а в одной из известных брокерских компаний в качестве отличного виски на борту клиенту предложили Хенесси XO.

Вопрос о Сравнительных характеристиках ВС (здесь я поясню что клиент сразу поинтересовался какие машины подойдут под его маршрут): 5 из 10 ответили «Пришлем предложение там будет написано»

Оперативность: в четырех случаях 4 из 10 клиенту пришлось самому перезванивать чтобы напомнить об ожидании предложения, из них в 2-х кампаниях выяснилось что данные о заказе вообще потеряны (видимо где то на листочке).

Работа с клиентом по факту предложения: только 3 компании из 10 перезвонили клиенту, чтобы поинтересоваться предварительным решением.

Предложений о выезде для проведения консультации/презентации: 0!

И это в сегменте премиальных услуг! Или как некоторые из запрашиваемых компаний себя позиционировали – luxury. Вопрос: зачем продвигаться в Интернете с таким подходом?

А теперь о продвижении: сначала подумайте: **Что продвигать?**

АНАЛИТИКА

Ключевая тройка – Дифференциация, Позиционирование, Торговое предложение (желательно Уникальное торговое предложение, но пока это можно сказать, пожалуй, о Долевом владении, в остальном все предложения примерно одинаковы). Отличайтесь! Нет уникального сервиса? – будьте креативнее других – постройте яркий бренд. В позиционировании отталкивайтесь не от того что можете, а от того, что востребовано и может быть максимально прибыльно. Находите новые ниши. Кризис, с другой стороны, открывает массу возможностей, рождаются новые идеи которые в будущем возможно обернутся миллионами. Например, в своей компании мы увидели нишу консалтинговых услуг для владельцев ВС по части оптимизации расходов. Есть явный спрос на грамотный «кризис менеджмент». И сейчас наши рабочие группы уже реализуют программы для нескольких клиентов.

Или, сейчас в **JetTrustGroup** на стадии разработки ТЭО два инвестиционных проекта в области деловой авиации. Наш опыт показывает, что инвесторы пересмотрели свое отношение к непрофильным активам, плюс снижение требований к доходности проектов (с 30% до 20%).

окончание. Начало на стр.9 ▲

Как продвигать? Пока лидеры те же: Интернет, Рекомендации, Лоббисты.

Добавленная тройка: ИНТЕГРАЦИЯ, КРОСС ПРОМОУШН, КОЛЛАБОРАЦИИ.

Они могут и отраслевыми и межотраслевыми.

Отраслевые: коллаборация брокеров с авиакомпаниями, где брокеры выполняют функции sales-team, получая вознаграждение от оператора (а не клиента!) в % от продаж.

Межотраслевые: коллаборации с тур-агентствами (VIP), консердж службами. Это поможет дать клиентам дополнительные сервисы и усилить конкурентное преимущество.

Кому продвигать? Исследование показывает: 35% потенциальной целевой аудитории не осведомлены или недостаточно осведомлены об услуге (vip чартерные рейсы).

В этих 35% скрывается потенциал рынка.

Бизнес-процессы: ключевое: ФОРМАЛИЗАЦИЯ, СТАНДАРТИЗАЦИЯ, АВТОМАТИЗАЦИЯ.

Персонал: два ключевых слова аутсорсинг и хэдхантинг.

1) В сегодняшних реалиях держать большой штат – недопустимая роскошь. Оставьте в штате, только тех кто генерирует прибыль и выполняет операционные бизнес-процессы. все остальное (бухгалтерия, юристы, маркетинг, PR, IT) выносите на аутсорс. Это может сократить расходы на персонал минимум на 30-35 %.

2) По поводу хантинга: ПРИВЛЕКАЙТЕ ключевые компетенции. В том числе из других рынков. Они принесут новый прогрессивный опыт более развитых секторов экономики. Например сейлзов из туристического рынка MICE (бизнес трэвел). Рынок труда сейчас позволяет обзавестись высококвалифицированными менеджерами по вполне благоприятной цене.

ДЕВИЗ – КАЖДЫЙ СОТРУДНИК ДОЛЖЕН ПРИНОСИТЬ ПРИБЫЛЬ. Наше агентство предлагает полный комплекс маркетинг/менеджмент (в том числе, антикризисный менеджмент) услуг. **JetTrustGroup** всегда открыта для решения новых интересных проектов в сфере деловой авиации. Давайте генерировать прибыль вместе! 📧

Место встречи изменить нельзя

Вопросы конференции, вынесенные на обсуждение, будут посвящены воздушному законодательству (как Воздушного Кодекса, так и ФАПов), регистрации аэродромов и вертодромов, подготовки персонала (пилотов, технического персонала и диспетчеров), регистрации воздушных судов сегмента малой авиации; развития РАОПА как российской части крупнейшей мировой общественной организации в области ГА и международного слета общей авиации в 2009 году. В конференции примут участие представители авиационных властей, представители Администраций Тверской, Московской и других областей.

Участники конференции смогут ознакомиться с докладами «практиков» АОН – представителей бизнеса, частных пилотов

и владельцев ВС по тематическим блокам «производители ВС», «деятельность аэроклубов и школ подготовки пилотов», «аэродромы и вертодромы на территории РФ» и другим. Опыт первых двух конференций, проводившихся в 2007-08 г.г. продемонстрировал «болезненное» состояние АОН и большой интерес участников к проблемам рынка. Здесь впервые был организован диалог представителей бизнеса, частных владельцев воздушных судов и представителей власти.

Пансионат «Волжанка» оборудован грунтовой взлетно-посадочной полосой. Также здесь имеется возможность посадки ВС на воду в акватории Волги. На аэродроме будет организована статическая экспозиция воздушных судов. Место проведения и пожелания участников предыдущих мероприятий определили формат конференции как «встреча «без галстуков»». 📧

ЦЕТ
BIZAV NEWS

3-я межрегиональная конференция
АВИАЦИЯ ОБЩЕГО НАЗНАЧЕНИЯ РОССИИ – 2009
Перспективы развития и пути совершенствования АОН России на современном этапе

8-9 ОКТЯБРЯ 2009 ГОДА
Г.ТВЕРЬ, ПАНСИОНАТ «ВОЛЖАНКА»

WWW.AON.EVENTAIR.RU



Учредитель
ООО Экспо Тэк Групп

главный редактор
Петроченко Дмитрий

контакты +7 495 988 86 45
editor@bizavnews.ru

Редакция не несет ответственности за информацию,
размещенную в рекламных материалах

www.BizavNews.ru