

ДИСТАНЦИОННО ОБУЧЕНИЕ

Бакалавърска програма

Специалност „.....”

РЕФЕРАТ

по дисциплината „Бизнес преговори”

**ТЕМА: Специфика на бизнес преговорния процес във виртуалната
фирма /ConferAgent/**

Разработил:

.....

.....

Преподавател:

--

БОТЕВГРАД

2013

Преговори за провеждане на конференция /ConferAgent/

При организацията на конференция, агенцията се среща с редица проблеми при преговорите с хотела (ресторанта), в който ще се проведе събитието.

Организаторът обикновено преговаря или с хотелския мениджър по продажбите, или с конкретно определено лице. По-големите, скъпи и ангажиращи събития могат да включват Директора на Регионалните Продажби или дори генералния мениджър на хотела. Но това зависи и от категорията и политиката на хотела. Тези хора ще имат различни нива на преговорната сила и власт. Това е работата на агенцията – преговори, които да предоставят най-качествени услуги на клиентите на съответната цена и техните възможности и претенции.

Въпреки, че обикновено хотелите са щастливи да преговарят директно с агента, те използват и наемат професионални посредници, като например компании за управление на дестинации (КУД), така и професионални конгресни организатори (ПКО). Агенцията освен, че може директно да участва в преговорния процес, то тя предоставя и консултации

Опитът показва, че хотелските политики по отношение на пространството за срещи и забавления се различават значително. Някои от тях ще предлагат безплатна пространство за определен брой резервирани спални и ресторантска зала, а други ще таксуват на човек; или свързват пространството с определен порцион на човек. В крайна сметка, политиката зависи от нивото на търсене в даден град или в рамките на конкретен хотелска верига.

Дългосрочната ценова политика е жизнено важен въпрос за този тип мероприятия, тъй като повечето събития се потвърждават много месеци по-рано дори и година напред. Неуспехът да се получи от хотела цена може да бъде много скъпо, особено ако останалите стъпки за организирани и заплатени. Винаги има елемент на риск в бъдещото ценообразуване и за двете страни, тъй като състоянието на икономиката и процента на инфлацията на цените не могат да бъдат точно предсказани. Ключови моменти при преговорите или предоставяне на консултации за индивидуални преговори без агента са: