

Становление



Сергей Дудин, генеральный директор ООО «Эделинк»:

«Мы с вами живем в эпоху перемен, это время возможностей. Статистика утверждает, что российский рынок гостиничных услуг еще молод, незрел, характеризуется ярко выраженной географией и отсутствием отраслевых стандартов. Трудно не согласиться, но статистика всего лишь помогает анализировать прошлое, а будущее формируют те, кто эту историю вершит.

В 2010 году на гостиничном рынке появилось новое имя: «Эделинк». Кто мы и какой вклад готовы сделать в наше общее будущее?»

НЕМНОГО ИСТОРИИ

В 1997 г. компания «Рексофт» решила выйти на российский гостиничный рынок с АСУ собственного производства, прошедшей успешное испытание в Европе и локализованной для России. Эта версия получила название «Эдельвейс», и ее начали распространять в нашей стране. Решение было смелое, но, как показало время, правильное. Опыт общения с управляющими гостиничных комплексов, который был накоплен в процессе инсталляций

продукта в разных городах России, послужил основой для следующего шага – комплексной автоматизации и системной интеграции. Команде понадобились новые знания и люди, в результате появился проектный отдел. Расширялась география внедрений, увеличивалась сложность объектов. В это время были реализованы планы стратегического партнерства «Рексофт» и «ТехноСерв А/С», в результате команда департамента гостиничного бизнеса перешла в компанию «Техносерв

Консалтинг», созданную для продвижения консалтинговых услуг. Следующие шаги стали технологическими:

- автоматизация цепочек отелей;
- выведение на рынок новых вебоориентированных программных продуктов;
- организация новой компании «Эделинк», специализирующейся на гостиничном рынке.

Это день сегодняшний и завтрашний, а в истории останется факт, что в 2010 г. у нас уже было **более 250 клиентов**.

ЗАРУБЕЖЬЕ

В июне 1995 г. компания «Рексофт» начала разрабатывать программу для гостиниц по заказу швейцарской Lodgistic Consulting, занимающейся продвижением похожего продукта **EasyHot**.

В ноябре 1995 г. первая версия продукта была представлена на выставке IGENO в Швейцарии и вызвала большой интерес. Компания Lodgistic Consulting произвела ребрендинг системы, назвав ее **Edelweiss**.

В апреле 1996 г. была произведена первая инсталляция продукта в швейцарском молодежном хостеле.

В мае 1998 г. компания **Sulcus Hospitality (Schweiz) AG** предложила «Рексофт» распространять продукт в Швейцарии, Австрии и Германии. С подписанием соглашения был произведен ребрендинг продукта, его назвали **Winnlodge**.

К концу 1999 г. Winnlodge был установлен в более чем 50 отелях в Швейцарии и Германии. Он успешно конкурировал с такими продуктами, как EasyHot, wlnnMaxx, Lanmark и Fidelio.

В 2000 г. систему назвали **Medallion**, и ее распространением в Европе стала заниматься компания **Aremissoft**.

В 2003 г. продукт приобрела американская компания **Softbrands**.

С 2009 г. **Softbrands** входит в состав концерна Infor.

В 2010 г. продукт был установлен на более чем **1700** объектах.

ПРИНЦИПЫ

С момента создания команда опиралась на базовые принципы, которые до сих пор не устарели и превратились в своего рода корпоративные стандарты.

Внимание. Прежде чем что-то предложить клиенту, постарайся понять его потребности.

Надежность. За твои ошибки клиент расплачиваться не должен.

Новаторство. Нашел новое решение, тестируй, проверяй, внедряй.

Стремление. Изменения происходят очень быстро. От нас требуется современность.

Опыт. Накапливай и изучай – это основа следующего успешного проекта.

Не всегда удавалось следовать этим принципам, особенно в начале пути, когда опыта было немного, а решения не всегда проду-

маны. Однако с каждым новым объектом значимость и практическое понимание этих базовых понятий возрастали. Эти принципы привели нас к успеху, нам есть чем гордиться, но, безусловно, лучшие наши проекты впереди.

ЗНАНИЯ

Существует подход к измерению знаний компании путем суммирования профессиональных дипломов и сертификатов. Регалий достаточно и у нас, но в подходе к знаниям мы исповедуем **принцип концентрации на специфике отрасли**. Важны не общие знания, а только те, которые можно применить. Коллектив у нас хоть и молодой, но у большинства опыт работы в отрасли от 5 до 13 лет. Имея солидный багаж специальных знаний, полученных в результате практической деятельности, мы можем делиться ими со студентами специализированных вузов. Эти знания выражаются не только в количестве установленных учебных версий продукта, на сегодня их 25, но и **проведении обучающих курсов и семинаров**. Вообще, чем дольше работаешь в отрасли, тем лучше понимаешь значение слова «специфика» и совсем по-другому подходишь к требованиям управляющих компаний, понимая, насколько важны малейшие нюансы в гостиничном бизнесе.

ТЕХНОЛОГИИ

Команда развивалась внутри высотехнологичной компании. «Рексофт» всегда работала, используя **передовые и перспективные технологии**, новейшие подходы в разработке программ. Таким образом, продукты, которые мы предлагаем, надежны и современны. Технологии – это не только платформы, но и то, что называют культурой производства. В этом отношении нам очень повезло, мы **развивались в многоязычной среде**, работая с разными заказчиками и в разных сегментах рынка, что, несомненно, помогло нам накопить колоссальный опыт. Будучи в составе таких

компаний, как «Рексофт» и «Техносерв Консалтинг», мы **внедрили в процессы проектное управление и организацию технической поддержки**. Именно эти технологии определяют качество нашего предложения. В 2005-м мы впервые ввели такое понятие, как «проектирование комплекса автоматизированных систем» именно для гостиничного рынка. Наш опыт показывает, что эффективность проектирования автоматизированных систем составляет 1:5, то есть каждый рубль, вложенный в проектирование, дает экономию до 5 рублей на внедрении. Об этом мало кто знает.

БУДУЩЕЕ

На повестке дня увеличение продаж через интернет и новые способы привлечения клиентов, в том числе **программы лояльности**. Для их реализации и поддержки требуются новые информационные инструменты, поэтому мы разрабатываем и предлагаем соответствующие программные продукты. Одним из таких решений стал наш продукт по управлению предприятием (Edel Head Office), включающий в себя системы центрального бронирования (Central Reservation) и поддержки принятия управленче-

ских решений (BI) с возможностью хранения единой базы клиентов (Global Profile). Благодаря этому решению теперь можно свести всю оперативную, финансовую, маркетинговую и управленческую информацию воедино.

Но не только уровень программных продуктов определяет эффективность применения. Завтрашний день предъявит новые требования и к **партнерству**. Мы рассматриваем себя как технологических партнеров наших клиентов, и наша цель – прибыльность и надежность гостиничного бизнеса. Только при таких условиях развиваются информационные инструменты, которые мы разрабатываем.

В этой плоскости одной из основных задач мы считаем **новое качество сервиса** на всех стадиях: от качества проекта до качества технической поддержки внедренного решения. Взаимоотношения отельеров и разработчиков систем после внедрения комплекса не заканчиваются, а только начинаются, потому что это не конечная цель, а рабочий инструмент. Эпоха перемен предоставляет нам новые возможности, и мы стараемся использовать их так, чтобы нам сказали «спасибо» за нашу работу.

РОССИЯ

В 1997 г. «Рексофт» получила эксклюзивные права на дистрибуцию системы «Эдельвейс» в России, странах СНГ и Балтии.

В 1999 г. была произведена полная локализация продукта под российские условия ведения гостиничного бизнеса.

К концу 2001 г. в России его установили на 12 объектах.

В 2003 г. департамент гостиничных систем компании «Рексофт» принял решение заняться комплексными проектами на базе АСУ «Эдельвейс».

В 2004 г. был реализован первый проект по комплексной автоматизации в гостинице «Братя Карамазовы», Санкт-Петербург.

В 2005 г. появляются первые сетевые клиенты: УК АМАКС, «Группа отелей на Невском» и объединение «Геленджиккурорт». К концу года АСУ «Эдельвейс» была установлена на **70 объектах**.

В 2006 г. предложение по комплексной автоматизации уже включало в себя этапы проектирования. Первым объектом стал **СОК «Игора»** в Ленобласти.

В 2007 г. проведено **40** инсталляций продукта в регионах силами дилеров, общее число клиентов достигло **165**.

В 2009 г. департамент гостиничных систем «Рексофт» вошел в состав компании «Техносерв Консалтинг».

В сентябре 2010 г. департамент гостиничных систем был выделен в отдельную компанию «Эделинк». Число клиентов в России и СНГ составило свыше **250**.