

HSMAI Dagen

Radisson Blu Scandinavia Hotel, Oslo, tirsdag 9. oktober 2012

Tirsdag 9. oktober - dag og kveld - bør du tilbringe sammen med HSMAI og mange av våre andre medlemmer og samarbeidspartnere på HSMAI Dagen. Vi venter stor oppslutning. Som kjent går GM Forum av stabelen denne dagen som en del av HSMAI Dagen, men vi har også stort fokus på serviceutvikling gjennom Fans of Good Service samt et eget program for studenter. Noen av foredragene er i plenum for samtlige målgrupper og andre i parallele sesjoner. Med andre ord - konferansen er for ALLE - ikke bare direktørene. **Meld deg på høstens happening i reiselivet! Vi byr på faglig oppdatering med de anerkjente topplederne, paneldebatter, kåringer, fest og nettverks bygging. Kommer du? Interessert i grupperabatt? Kontakt oss på: postbox@hsm.ai eller ring oss på: 916 52 873. Vi håper du også kommer! Her har du det foreløpige programmet:**

08:30 - 09:00	Registrering & kaffe		
09:00-09:05	Velkommen ved Lars Listhaug, General Manager Radisson Blu Scandinavia Hotel og Ståle Stokke, prosjektleder HSMAI. Moderator Sverre Høven COO, director operation and commercial Flytoget AS.		
09:10-09.20	Åpning ved Fabian Stang, ordfører i Oslo.		
09:20-09:40	Flytoget - Nr 1 På kundebarometeret - et casestudie Linda Bernander Silseth, administrerende direktør Flytoget.		
09:40-10:55	Byer er framtidens destinasjoner Garry White, CEO European Cities Marketing I etterkant av innlegget til Garry White blir det debatt. Du møter bla. Carl Erik Krefting, advokaten som ble eiendomskonge. Han er styreleder og medeier i Søylen Eiendom som blant eier Steen & Strøm og Eger. Han vil debattere med bl.a. Ole Warberg, adm.dir. Visit Bergen & President NHO Reiseliv, Per Arne Tuftin, Reiselivsdirektør Innovasjon Norge, og Garry White, CEO European CitiesMarketing. <i>Moderator: Tor Sannerud, adm.dir. Visit Oslo.</i>		
10:55-11:10	Kaffepause		
11:10-12:00	Verdiskaping gjennom Vertskap Hvordan skape en bedriftskultur som ønsker velkommen? Märil Torkelson, daglig leder, Vertskapet Utvikling as.		
12.00 – 12.30	Identifiser dine indre drivkrefter som hjelper deg til å oppnå det du ønsker i ditt liv Jan Fredrik Karlsen, kunstnerisk leder og grunnlegger av Playroom.		
12:30-13:30	Lunsj	Fans of Good Service	Møtebørsen Student
	GM Forum <i>Moderator: Sverre Høven, COO, Director Operation and Commercial Flytoget AS.</i>	<i>Moderator: Ansgar Gabrielsen.</i>	<i>Moderator: Hans Stenseng, Leder, HSMAI Student.</i>
13:30 -13:50	Fremtidens hotellorganisasjon vil se betydelig annerledes ut Young N. Nguyen, CEO & Founder d2o.	Hvorfor har jeg engasjert meg i Fans of Good Service? Ansgar Gabrielsen, leder styringsgruppen Fans of Good service.	Møter mellom reiselivsnæringen og høyskolestudenter og høyskolestudenter innen reiseliv.

13:55-14:15	Sikkerhetstrusler mot hotellnæringen Del 1: Utviklingen i kriminaliteten mot næringslivet. Bjørn Hansen, leder Sentrum politistasjon.	Nille - fra sort andunge til pen svane (men fortsatt like billig...) Pål Wibe, administrerende Direktør Nille AS.
14.15-14:35	Sikkerhetstrusler mot hotellnæringen Del 2: Slik sikrer man sine verdier Thor Martin Bjerke, sikkerhetsrådgiver Hovedorganisasjonen Virke.	Norges service utfordringer! Leverer vi god nok kvalitet og hva bør bli bedre? Per Arne Tuftin, reiselivsdirektør, Innovasjon Norge.
14:35-15:00	Kaffepause	
15.00-15:20	Digitale distribusjonsstrategier for reiselivet? Siri G. Børsum, industrileder Google Norway.	På tjenestesafari med kunden - Hvordan skape kundeopplevelser utenom det vanlige med opplevelsesdesign? Jannecke Drangert-Hveding gründer og daglig leder KOBRA AS.
15.25-16:10	Digitale Strategier for reiselivet <i>Paneldebatt med:</i> Siri G. Børsum, industrileder Google Norway Roy Jacobsen adm.dir, Book Norway AS Espen Asheim, konsernsjef VIA Egencia Svein Arild Mevold, adm.dir Scandic Hotels Roar Ingdal, direktør Commercial Operations Nordic Choice Hotels, Charlotte Gogstad, Managing Director - Nordics at Expedia. <i>Moderator: Sverre Høven, COO, Director Operation and Commercial Flytoget AS</i>	100 enheter - 1 bydel Serviceutfordringer og muligheter Tomas Oberg, senterdirektør Aker Brygge.
16:10-16:40	Pause	
16.40-17:25	Service som merkevarebygger Hvordan differensiere og skape emosjonell appell for sin merkevare gjennom service Paneldebatt med bl.a. Morten Thorvaldsen, administrerende direktør Thon Hotels, Anders Ehrling, konsernsjef Scandic Hotels og Fredrik Utheim, konsernsjef Rica Hotels. <i>Moderator: Hilde C. Solheim, direktør Reiseliv Virke.</i>	
17:25	Avslutning av konferansen	
17:30 18:00	Pause og servering av vin og noe å spise	
18:00 – 18:20	Vis meg ditt kjøleskap og jeg skal si deg hvem du er! Morten Knutsen, Professor Bedriftøkonomisk Institutt.	
18:30	Ingunn Hofseth, adm. dir. HSMAI ønsker velkommen til Prisutdeling Prisutdeling med kåring av Årets Serviceløft i Servicebransjen og Årets Unge Hotelier og Årets Unge Leder i reiselivet. <i>Konfransier Janne Formoe, skuespiller.</i>	
	Tapas, vin, underholdning og nettverksbygging.	



Med fokus på Nordic Choice Hotels

Hotellkjeden har hatt en utrolig vekst og er i dag Skandinavias største. Men hvordan opplever menneskene bak historien Choice-eventyret? Vi intervjuet tre nøkkelpersoner i hotellkjeden og her er deres historie om å bygge en suksess.

TEKST: INGUINN HOFSETH



**PETTER STORDALEN,
EIER OG STYRELEDER I NORDIC CHOICE HOTELS**

→ – Når HSMAI Europe kunngjorde at du var en av Europas topp 10 "Extraordinary Minds in the Hospitality and Travel Industry" fortalte du publikum om bakgrunnen din som en jordbærsejler. Siden da har du hatt mange fremtredende posisjoner i næringslivet. Hva gjorde at du bestemmer deg for å ta spranget inn i dette, og hvorfor valgte du hotellbransjen?

– Jeg anser meg ikke å være i hotellbransjen. Min bransje er mennesker, og min ambisjon har alltid vært å samhandle med dem. Det er hva jeg gjorde da jeg solgte jordbær som tenåring, det er hva jeg gjorde da jeg jobbet

i min fars dagligvarebutikk, og det er hva jeg fremdeles gjør i Nordic Choice.

– Du har blitt applaudert for mange flotte prestasjoner. Hva vil du si har vært, i dine øyne, din mest tilfredsstillende prestasjon, og hva gjorde det spesielt?

– Nordic Choice Hotels er et selskap som bryr seg om mer enn økonomiske resultater. Vi lever etter filosofien om den tredelte bunnlinjen. Dette betyr at vi rapporterer om samfunnsansvar og vårt miljøarbeid. Vi kjenner vår styrk så vel som våre svakheter. Dette inspirerer oss til å gjøre det bedre hver eneste dag.

– Hva er den største utfordringen du måtte overvinne, og hvordan gjorde du det?

– Min største personlige utfordring var å få sparken fra Skandinavias største kjøpesenterkjede, Steen & Strøm. Jeg var på toppen av livet mitt, og følte at ingenting kunne bli bedre. Virksomheten gikk godt og livet var enda bedre. Når jeg fikk sparken kom det helt ut av det blå, og jeg hadde ingen anelse om hva jeg ville gjøre videre. Det eneste jeg visste, var at jeg ønsket å bygge et nytt selskap, et bedre et. Det var starten på Nordic Choice Hotels.

– Hvis du skulle startet på nytt, vel vitende om hva du vet nå, hva ville du ha gjort annerledes?

– Ingenting. Jeg har gjort mange feil, men jeg har lært

av dem. Å tillate en selv å gjøre feil er en nøkkelfaktor til suksess. Når man tror på dette er det åpenbart bortkastet tid å angre på det man har gjort.

– I de tre første årene etter oppkjøpet av Choice Hotels i Skandinavia hadde varemerket en raskere ekspansjon enn noen annen hotellkjede. Kan du fortelle oss mer om reisen?

– Det var en ellevill tid. Vi var en liten gruppe mennesker med en ambisjon om å forandre hele industrien. Vi ble drevet, ikke bare av et mål, men like mye av en hensikt. Vi kjøpte hoteller som ingen trodde på og noen hoteller som alle trodde på. Fra 1997 til 2000 kjøpte vi ett nytt hotell og fikk 50 nye medarbeidere hver fjortende dag. Under den turbulente finanskrisen initierte vi noen av de mest risikable satsningene i Skandinavia. Historien om Nordic Choice Hotels kan oppsummeres med tre ord: energi, mot og begeistring. Det er slik vi gjør forretning.

– Et ord som ofte brukes for å beskrive deg er "visjonær". Hva er noen av de tingene du gjør for å finne inspirasjon?

– Vi er alle visjonære. Folk har en tendens til å glemme hvor fantastisk menneskesinnet faktisk er. Alle har det i seg! Men jeg får inspirasjon som alle andre: gjennom musikk, gjennom å løpe, gjennom andre mennesker og gjennom prestasjoner.





TORGEIR SILSETH,
CEO I NORDIC CHOICE HOTELS
NYLIG KÅRET AV HSMÁI EUROPE SOM ÅRETS CEO

➔ – Du har vært en viktig del av å bygge dette hotell-imperiet, hva har vært det viktigste du har lært?
 – Jeg begynte i hotellbransjen som kokk. Den viktigste lærdommen jeg fikk i denne bransjen stammer fra den tiden. Du kan ikke være redd for å mislykkes, fordi det er det som kommer til å stoppe deg fra å utvikles. I stedet for å drive virksomhet en mot en, bruk sunn fornuft. Hvis du skal på en biltur, trenger du gasspedalen, men du trenger bremsene også! Men viktigst av alt, uavhengig av deres posisjon i bedriften, gi alle og enhver mulighet til å blomstre.
 – I en artikkel fra 2008 krediterer du et lavt sykefravær til en sterk bedriftskultur der folk føler de hører hjemme. Hva vil du si er noen av de viktigste rutinene som bidrar

til en slik kultur?
 – Jeg er ikke sikker på om rutine er rett ord for det. Men alle må forstå at vi bryr oss om hverandre, og at vi jobber sammen for å gi våre gjester det beste. Med felles mål skaper vi samhold. Samhold, som et resultat av en arbeidsplass hvor vi har omsorg for hverandre, har en rekke positive resultater. For eksempel lavt sykdomsfravær.
 – Nordic Choice Hotels fortsetter å overgå seg selv gjennom ulike nye hotellkonsepter. Hva kan vi forvente i fremtiden?
 – Innovasjon oppstår på grensen mellom vårt ønske om å gjøre ting annerledes og behovene til våre gjester. Hva kommer nå? Du er nødt til å vente og se.
 – Hvilke visdomsord vil du dele med unge som søker en karriere i hotellbransjen?
 – Vær åpen og nysgjerrig. Aldri glem at denne industrien handler om mennesker, gjester og ansatte. Hvis du kan gjøre dem fornøyde og stolte, er du garantert suksess.
 – I oktober drar du og Petter Stordalen på en turné kalt Nordic Choice Tour 2012. Hva kommer til å skje på turen?
 – Jeg tror dette kan være det største interne arrangementet i skandinavisk historie. Vi kommer til å møte alle Nordic Choice ansatte på bare 18 dager. Turneen handler om å møte våre kunder og medarbeidere i Norge og Sverige. Vi vil fortelle dem om våre visjoner og verdier, feire alt vi har oppnådd sammen og engasjere alle til å støtte opp om våre nye mål. Men viktigst av alt, vi vil lære av å møte våre ansatte. På den måten vil vi ha den beste forutsetningen for å være et bedre selskap i fremtiden.



SIRI LØINING KOLDERUP,
PROSJEKTLEDER THE THIEF NORDIC HOTELS & RESORTS

➔ – Nordic Choice Hotels bygger for tiden hotellet The Thief i Oslo. Kan du fortelle oss om konseptet bak hotellet?
 – Med The Thief, ønsker vi å stjele våre gjester bort fra hverdagen og gi dem morgendagens hotellopplevelse. Det er et personlig og eksklusivt hotell som tilbyr ekte opplevelser basert på nasjonal og internasjonal kunst, design, gastronomi, nærhet til fjorden og et pulserende bymiljø. Vi legger vekt på kvalitet og komfort og tilbyr våre gjester det beste av lokale og bærekraftige produkter. I hvert hotellrom er utformingen komplettert av nøye utvalgte kunstverk. Kurator Sune Nordgren leder hotellets kunstkonsept. Og noen av kunstnerne inkluderer Sir Peter Blake, Magne Furuholmen, Kjell Nupen og Camilla Löw, med mange flere lokale og internasjonale artister som kommer.
 – Tjuvholmen, der The Thief bygges, har en spesiell historie og gir inspirasjon til hotellets navn. Kan du fortelle oss mer om dette?
 – I det attende århundrets Oslo, brukte dette området å være hjemmet til byens tyver og løsgjengere. Stedet ble snart kjent som Tjuvholmen. I dag huser den lille øya i sentrum av Oslo arkitektur og kunst i verdensklasse, samtidig er det en bydel full av motsetninger: Kystline og bilfrie gater, et kunstsentrum og forretningsdistrikt. The Thiefs beliggenhet er unik i europeisk sammenheng.
 – Under arbeidet med The Thief, hvilken historie vil du si rørte deg mest, og hvorfor?
 – Det er vanskelig å nevne bare én. Gjennom arbeidet med The Thief har jeg møtt mange mennesker med rørende historier. De har påvirket min måte å tenke på. Jeg antar summen av mennesker som ønsker å bidra og som sjenerøst deler, uavhengig av deres historie, ressurser og interesser i The Thief, har gjort størst inntrykk.

– Rom 31: En bok og en kunstutstilling. Hva mer?
 – Sammen med Røde Kors / Nettverk etter Soning gjorde vi en kunstauksjon og har utgitt boken ROM 13. Den anerkjente norske fotografen Marcel Lélienhof portretterte 22 berømte nordmenn som representerer politikk, næringsliv og kultur, blant dem Thorvald Stoltenberg, Samsaya, Geir Lippestad og Bjørn Kjos. Alle portrettene forteller unike historier om å gjøre valg og å ta sjanser i livet. Det handler også om å gi folk en ny sjanse, litt som det Tjuvholmen handler om - byens største comeback. Overskuddet fra auksjonen og boken har blitt donert til Nettverk etter Soning - et initiativ fra Røde Kors Oslo for å hjelpe tidligere fanger å reintegreres i lokalsamfunnet.
 "The List of The Thief" er et årlig utvalg av ny og inspirerende kunst fra norske up-and-coming designere. De velges årlig som en del av The Thiefs nære samarbeid med DogA (Norsk senter for design og arkitektur). "The List of The Thief" har allerede blitt en viktig institusjon og utstillingsvindu for unge, talentfulle norske designere. Designere som Magnus Pettersen, Siren Elise Wilhelmsen og Anne Haavind vil vise frem sine arbeider på hotellet når det åpnes. "Oslo Escape-Routes" er en veldig fin utendørs aktivitet - fire nøye utvalgte turer rundt Oslo som utforsker design, arkitektur, kunst og alternativ kultur. Disse rutene ble utviklet av The Thief i samarbeid med DogA (Norsk senter for design og arkitektur) og Vulkan (et nytt, dynamisk nabolag definert av innovativ og bærekraftig arkitektur).
 – Et slagord for The Thief er at dere skal behandle rockestjerner som gjester og gjester som rockestjerner. Hvordan vil dette bli reflektert i deres hverdag, både før åpningen, og når det er klart for å motta sine første gjester?
 – Ved The Thief, sverger vi ved kvalitet, fokus på detaljer og forsøke å overraske våre gjester. Det betyr at alle våre gjester skal få sjansen til å føle seg som en rockestjerne, med samtidig opplevelsen av diskresjon og komfort i en intim atmosfære. ■



Årets service- løft

På et kveldsarrangement tirsdag 9. oktober under HSMAI Dagen på Radisson Blu Scandinavia Hotel, kåres Årets Serviceløft 2012.

TEKST: INGUINN HOFSETH

➔ Det skal kåres vinnere i følgende kategorier:

- 1: Kundebehandling
- 2: Tjenesteutvikling
- 3: Medarbeiderutvikling
- 4: Klagebehandling
- 5: Fysiske Rom og Systemer
- 6: Kommunikasjon
- 7: Kundeopplæring

Det skal også deles ut en hovedpris. Hovedprisen skal gis til den virksomhet som kan vise til en særlig utvikling på flere av disse kriterier over flere år og især kan vise til hvordan integrasjon av innsatsen på flere områder har bidratt til å forbedre kundeopplevelsen og serviceløftets troverdighet

DIN BEDRIFT KAN DELTA I KONKURRANSEN!

Registrering av arbeider til Årets Serviceløft 2012.

For å sikre juryens arbeid samt gjøre registreringsskjemaene så standardiserte og konforme som mulig er malen for registreringsskjemaet laget i WORD-format. Det er viktig at opplysningene i skjemaet er så fullstendig som mulig, de oppgitte opplysningene danner grunnlag for juryeringen samt det som vises/sies under selve utdelingen. Malen for registreringsskjemaet kopieres og lagres hos deg slik at det kan sendes til oss på e-post til postbox@hsmai.no

Har du spørsmål i forbindelse med registrering kontakt HSMAI på tel: 91 65 28 73.

1. INFORMASJON OM ARBEIDET:

- 1.1. Virksomhet
- 1.2. Dato for innsendelse
- 1.3. Arbeidet skal bedømmes i kategori nr
Dere er velkomne til å delta i flere kategorier.
- 1.4. List opp elementene du sender inn. Dette for å sikre at alle elementene blir vurdert.

2. DOKUMENTASJONSKRAV PR KATEGORI:

- 2.1 Det skal sendes inn egnet dokumentasjon som gir svar på spørsmål som er stilt under den aktuelle kategori nedenfor. I alle tilfeller skal dokumentasjonen omfatte svar på nedenstående spørsmål:
 - Hvilke vurderinger/dokumentasjon mht. endringsbehov

forelå i forkant av utviklingsarbeidet?

- Hvilke endringer/utviklingstiltak som er gjennomført?
- Hvilke forbedringer i kundens serviceopplevelse som er oppnådd?
- Endringens betydning for virksomheten - både for medarbeidere og eiere
- Evt samfunnmessig nytte

2.2 Videre skal det vises til

- Hvordan endringsarbeidet er gjort
- Hvem som har vært involvert
- I hvilken grad utviklingsarbeidet er dokumentert
- I hvilken grad virksomheten har lært noe av endringsarbeidet
- I hvilken grad læringen er dokumentert - evt gjennom standardisering av prosessen for senere gjentakelse
- Anbefalinger til andre

2.3 Generelt skal dokumentasjonen suppleres med kundeforhistorier, beskrivelse fra kunder, markedsundersøkelser (kvalitative & kvantitative) eller lignende som dokumenterer effekter av endringen.

2.4 I tillegg - eller der direkte dokumentasjon av kundeopplevelser ikke er mulig - kan en levere vurderinger fra utenforstående eksperter (konsulenter som har vært involvert i endringsarbeidet regnes ikke som utenforstående) mht antatt forbedring i kundeopplevelsen, dokumentasjon eller vurderinger mht. effekter for kundeopplevelser, tidsbruk, kvalitetsforbedring, endringer i risiko, forbedringer av effektivitet eller liknende forhold som antas å påvirke servicekvaliteten.

1 Kundebehandling

Hvordan foregår møtet mellom kunde og virksomheten? Hvilken del av dette møtet er endret? Hvordan er dette endret? Hvordan struktureres kommunikasjonen i kundemøtet? Hvordan sikres kvaliteten?

2 Tjenesteutvikling

Hvilke tjenesteelementer inngår? Hvilke endringer har skjedd? Vedlegg evt. beskrivelser av servicedesign og endringer i dette.

3 Medarbeiderutvikling

Hvilke tiltak er gjennomført, hvilke og hvor mange medarbeidere har vært berørt, hvor mye medarbeidertid har vært brukt, hvilke systemer osv. har vært brukt, hvilke endringer har dette gitt mht. motivasjon, kompetanse, arbeidsbelastning, sykefravær etc. Vedlegg hvis mulig dokumentasjon mht. medarbeideres opplevelse i forhold til egen situasjon og mht. betydningen for kunden.

4 KLAGEBEHANDLING

Hvilke tiltak er gjennomført mht. innhenting av tilbakemelding fra kunden? Hvilke kanaler benytter man seg av? Hvordan systematiseres informasjonen/klagene? Hvordan håndterer virksomheten oppfølging av svar til kunden? Hvordan bruker virksomheten klagen i en prosess for forbedring av kvalitetssikring?

5 Fysiske rom og systemer

Sende inn bilder, planskisser/planløsninger evt fotografier og beskrivelser mht. utviklingen av de arkitektoniske, innredningsmessige eller tekniske løsninger. Vurderinger mht. hensiktsmessighet og brukervennlig og på hvilken måte de forbedrer kundens serviceopplevelse.

6 Kommunikasjon

Beskrive tiltak som har gitt den aktuelle utviklingen i virksomhetens markedskommunikasjon og/eller intern-kommunikasjon og/eller interaktive kommunikasjon (dvs mellom medarbeidere og kunder) og sammenheng mellom disse. Dokumenter med eksempler, vurderinger fra medarbeidere - i tillegg til generell dokumentasjon som vist ovenfor

7 Kundeopplæring

Materiell som viser virksomhetens opplæring av kunder. Dokumentasjon av tiltak overfor kunder, ansatte og mht. systemer.

3. INFORMASJON OM DELTAGERVIRKSOMHETEN:

- 3.1. Virksomhet
- 3.2. Adresse
- 3.3. Telefon/mobil
- 3.4. E-mail
- 3.5. Kontaktperson med tittel
- 3.6. Ansvarlig for arbeidet (inkl. tittel)

4. INFORMASJON OM EVT. EKSTERNE KONSULENTER:

- 4.1. Er eksterne konsulenter benyttet (hvis ja ? hvilke)?
- 4.2. Kontaktperson med tittel
- 4.3. Telefon/mobil
- 4.4. E-mail
- 4.5. Hvilken rolle har konsulentfirmaet hatt?
- 4.6. Hva er gjort for å overføre kunnskapen fra konsulentfirmaet til virksomheten? ■



«Årets Unge Hotéljer» og «Årets Unge Leder i Reisebransjen»:

Siste mulighet til å nominere kandidater

TEKST: INGUNN HOFSETH

➔ **HSMAI og HRR oppfordrer deg til å nominere kandidater til «Årets Unge Leder i Reisebransjen» og «Årets Unge Hotéljer».**

Årets Unge ledere-kåringen blir en del av HSMAI's nysatsning,

HSMAI-dagen, som arrangeres på Radisson Blu Scandinavia Hotel i Oslo for første gang tirsdag 9. oktober. Prisutdelingen foregår samme sted.

«Årets Unge Hotéljer» og «Årets Unge Leder i Reisebransjen» arrangeres av HSMAI, i samarbeid med HRR og andre samarbeidspartnere fra reiselivsbransjen. Vi forventer fullt hus, med flere hundre deltagere.

Prisene deles ut årlig, og blir til del tunge ledere som har utmerket seg spesielt det siste året, enten ved eksepsjonelt gode resultater i sin jobb, eller som har vært spesielt nytenkende i sin virksomhet og lederrolle. Kandidater blir vurdert i forhold til karriereløp, i tillegg til årets prestasjoner.

Formålet med prisene er å fremme resultatorientert og nytenkende lederskap blant unge ledere, samt å fokusere på viktigheten av lederrollen i hotell-, restaurant- og reiselivs bedrifter. Dette er en pris for hele bransjen. ■

Konkurranseregler

➔ **Den som nomineres må:**

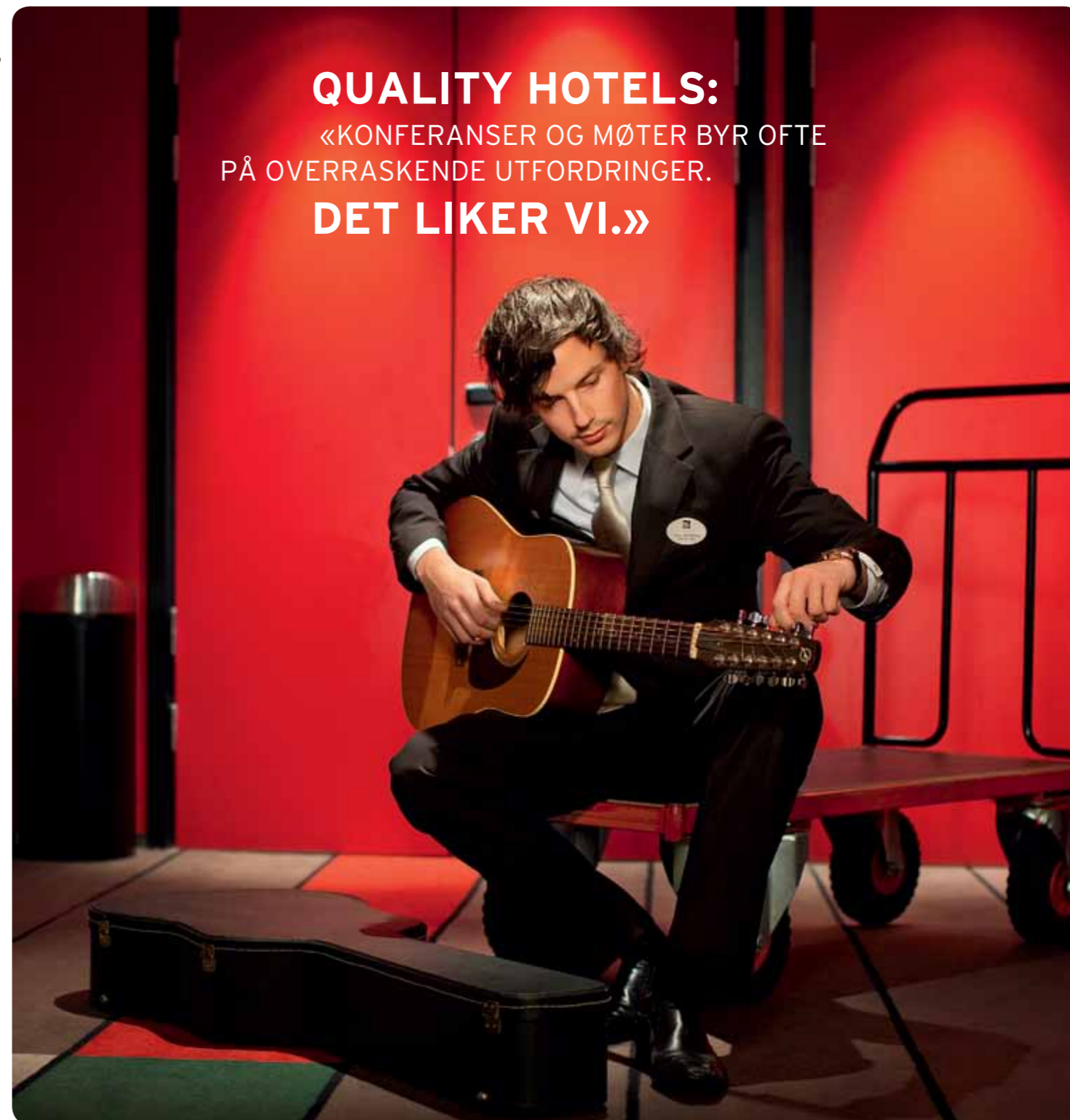
- være bosatt i Norge
- være 35 år eller yngre per 31.12.12
- inneha lederstilling i en reiselivsbedrift i Norge
- Ikke ha blitt tildelt prisen tidligere, men kandidater fra tidligere år kan delta

Alle som arbeider i reiselivsbransjen kan nomineres, for eksempel ansatte på hoteller, hotellkjeder, kongressentre, reiselivsorganisasjoner, flyselskaper, fergeselskaper, cruiseselskaper, restauranter, reisebyråer og turoperatører.

Nominasjon av kandidater skal sendes inn av overordnet i bedriften/konsernet, styreleder, eier eller lignende.

For å nominere en kandidat send inn:

Navn, adresse, e-post, telefon, stilling, arbeidssted, CV, begrunnelse for nominasjon og bilde – samt navn, e-post, telefon, arbeidssted og stilling på deg selv. Kandidater som går videre i prosessen, vil bli invitert til et utfyllende intervju. Nominasjonene av kandidater må sendes oss innen 27. september 2012. Forslag sendes på e-post til postbox@hsmαι.no. E-post merkes med "ÅretsUnge". ■



QUALITY HOTELS:
«KONFERANSER OG MØTER BYR OFTE
PÅ OVERRASKENDE UTFORDRINGER.
DET LIKER VI.»

Hos oss i Quality finner du over 4000 medarbeidere som elsker at det skjer uforutsette ting. Hvorfor gjør vi det? Jo, fordi det er da vi kan vise at du valgte riktig samarbeidspartner. Når vi hjelper deg å arrangere store og små møter, kurs eller konferanser så vet vi at erfaring og fleksibilitet nesten alltid bidrar til et vellykket arrangement.

www.choice.no/quality

Quality Hotels er en del av Nordic Choice Hotels med over 170 hoteller i Norden.

It's taken care of



BY NORDIC CHOICE