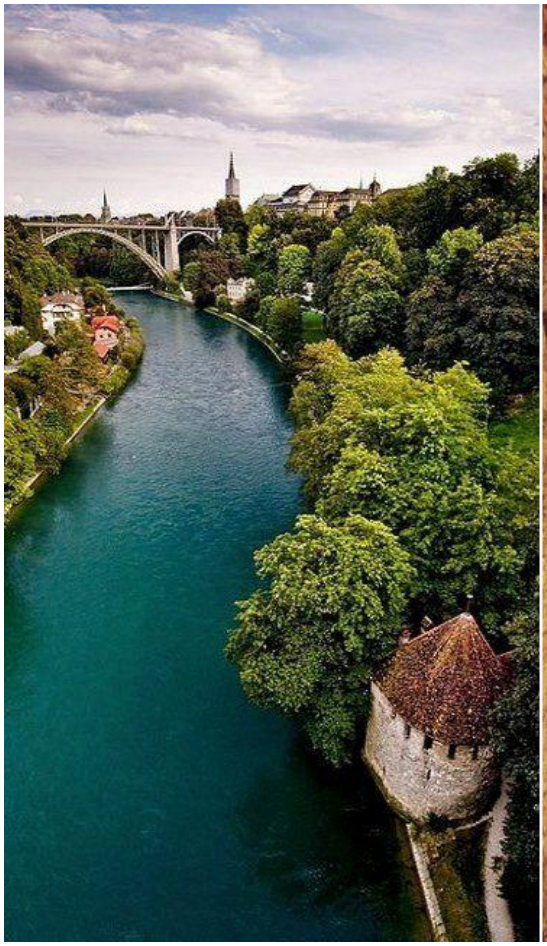
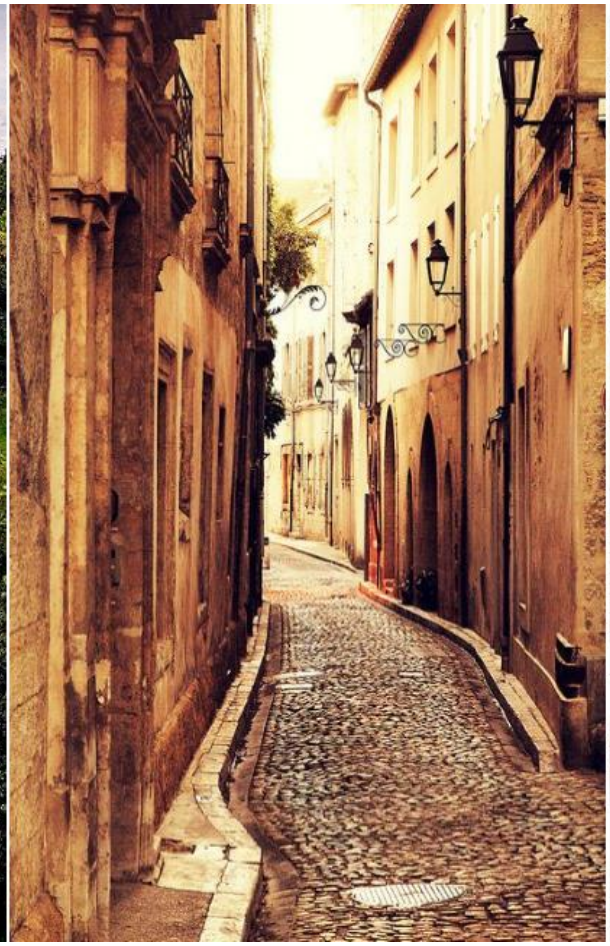
Vitiana e-book #2

Стратегия индивидуальных продаж для турагентов в 2015 году

Что надо знать агенту, формируя индивидуальное предложение в 2015 году?

Принцип «продавать, пока продается» ради прибыли, полученной сегодня и без планирования того, что ждет компанию завтра, не актуален.

Разрабатывая стратегию на год, нужно решить ряд **задач**: проанализировать статистику мирового турбизнеса за 2014-й, тенденции и тренды индустрии, «переварить» эти данные и использовать их в работе.

Создавая Vitiana e-book #2, мы взялись за самый серьезный этап работы – сбор и анализ статистики и трендов. Поэтому здесь вы найдете **ответы на важные вопросы**:

1. *Какие направления пользовались спросом?*
2. *Какой вид туризма потеснил пляжный отдых?*
3. *Какие услуги бронировали в 2014 году?*

Парадокс 2014 года: рост, несмотря на спад; бум городского туризма

В 2014 году индустрия выездного туризма выросла на **4,5%**, несмотря на экономические проблемы. При этом увеличилась и продолжительность путешествий, и стоимость туров.

Катализатором развития в этом году стала Азия (**+8%**). Южная и Северная Америка, Европа (**5%**) также показали положительные результаты.

Согласно данным исследования IPK International, в 2014 году стремительно выросла доля городского туризма и экскурсионных туров.

Становятся востребованы специалисты, способные собрать для клиента продукт с нуля

Общая статистика международного выездного туризма за 2011-2014 гг.

	2011	2012	2013	2014
Выездной туризм	+5%	+4%	+4%	+4.5%
Продолжительность	+4%	+2%	+4%	+3%
Средняя стоимость (€)	+8%	+4%	+6%	+6%

По данным World Travel Monitor, 2014

Какая бы ни складывалась ситуация в экономической сфере, люди продолжают путешествовать, причем делают они это активнее, едут дальше, тратят больше денег.

Итак, какие направления привлекали туристов в 2014 году?
Крупнейшие города Европы и Азии приняли сотни миллионов человек со всего мира. Курортный отдых по-прежнему пользуется большим спросом, но параллельно с этим быстро набирает популярность городской туризм и индивидуальные экскурсионные туры.

Предложения из ниши FIT наращивают свою долю на рынке. Азия и Европа – топ-направления

Что такое FIT-продукт?

FIT – это сегмент индивидуальных продуктов. Когда мы говорим индивидуальный, мы не подразумеваем исключительно «дорогой» или «VIP-обслуживание».

Это может быть как экономная тройка в Будапеште и оформление визы, так и двухнедельная программа с проживанием в отелях 5*, трансферами на лимузинах и посещением закрытых мероприятий.

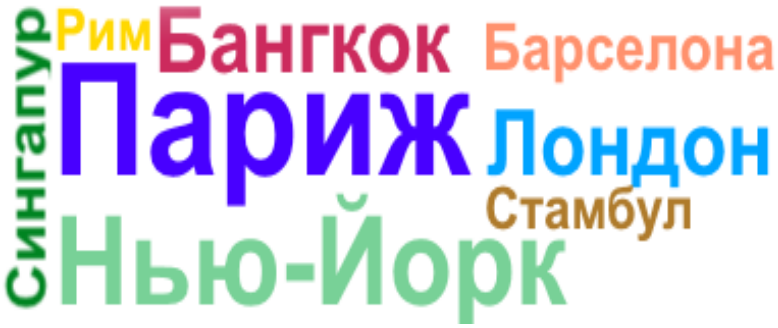
Поэтому **чтобы формировать уникальное предложение**, которое подойдет клиенту и продастся, нужно понимать потребности клиента, ориентироваться в арсенале туристических услуг и знать свежие тенденции. С этого и начнем.

FIT – ниша гибких предложений, позволяющий охватить максимальное число клиентов

FIT-запросы: январь-ноябрь, 2014

Статистика roomsXML:

Международная статистика:



Согласно статистике, в 2014 году Париж посетили **18,8** млн человек, Нью-Йорк – **18,5**, Лондон – **16,1**, Бангкок – **14,6**, Барселону – **12,4**, Сингапур – **10,6** миллиона человек. Если посмотреть на рейтинг самых популярных направлений в системе roomsXML, составленный на основе активности агентов, можно заметить общие тенденции.

А теперь **главный вопрос**: есть ли в вашей компании специалисты, умеющие продавать эти направления, формируя для клиента продукт со знанием и учетом всех тонкостей? Если нет – пора учиться и наверстывать, применяя в работе полученные знания.

Эффективность продаж зависит не только от продукта, но и от самого специалиста

Статистика по Европе

Что можно сказать о Европе в целом? Согласно статистике, в 2014-м туристический поток вырос на **4%** и составил **413** миллионов человек.

Южная и Северная Европа стали самыми быстрорастущими регионами: количество туристов по этим направлениям увеличилось на **7%**. Западная Европа показала **3%** прирост, а Восточная Европа – снижение количества туристов на **1%** в связи с уменьшением объема выездного туризма России в прошлом году.

Юг и Север Европы дают богатые возможности для разных видов туризма круглый год

Городской туризм и экскурсионные туры – стремительно развивающиеся направления

За последние пять лет **курортный туризм** – лидирующее направление выездного туризма – вырос на 18%, и в 2014 году его доля составила 28%.

Экскурсионные туры увеличили свою долю на 32% (до 23%) благодаря туристам из Азии.

Настоящий прорыв произошел в сегменте **городского туризма**: за пять лет он вырос более чем вдвое (+58%), до 20% во всей туристической индустрии. 2014-й год заметно укрепил позиции данного направления.

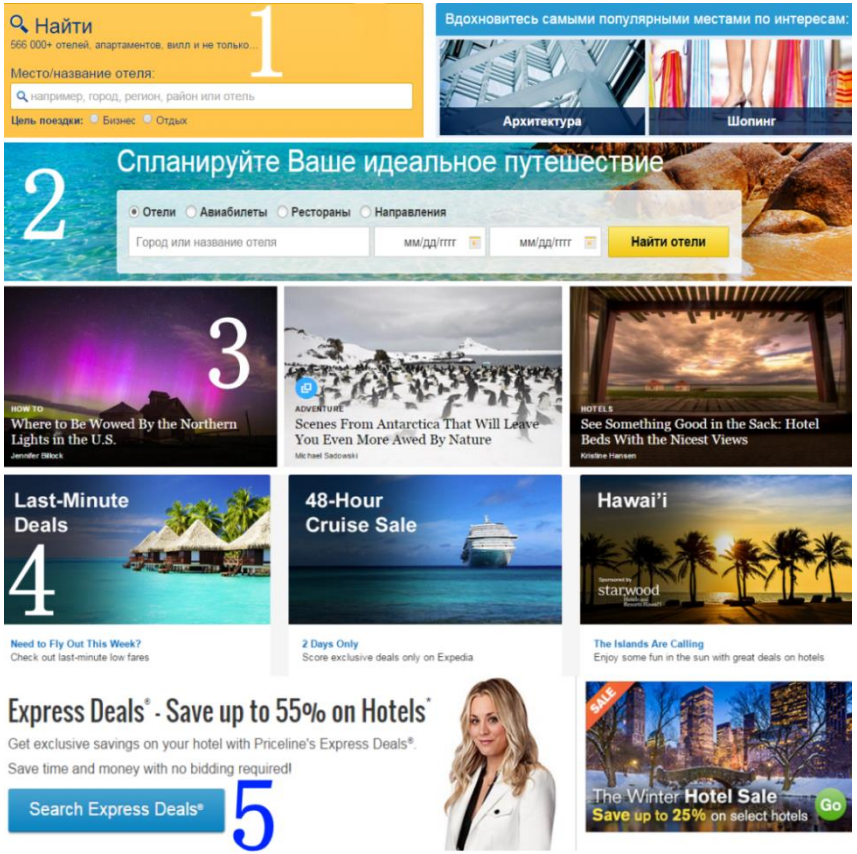
Динамичный рост городского туризма подпитывали лоукосты и увеличение числа экономных отелей и апартаментов.

Городской туризм и экскурсионные туры потеснили традиционный пляжный отдых

А дальше что?

Нарастающая популярность городского туризма и экскурсионных туров, развитие онлайн-компаний, предлагающих доступные туристические услуги, **изменили** положение вещей на мировом рынке.

В современных условиях турагенты работают в одном «поле» не только с традиционными компаниями, но и с **онлайн B2C-системами**, которые позволяют клиенту с любым достатком самостоятельно планировать отдых.



B2C-гиганты позволяют клиенту с любым достатком планировать идеальное путешествие

Теперь вы знаете больше о туристических трендах. Как действовать?

Используйте гибкость FIT-сегмента

Выбирайте **поставщика** туристических услуг → формируйте **предложение** для клиента → увеличивайте **заработок**

Портрет «образцового» поставщика

Международная компания с продолжительной историей на мировом рынке, которая не обанкротится, потому что будет устойчивой к негативным процессам на локальных рынках.

Сервис. Это слово ничего не значит, пока нет проблем и ничего не случилось, но именно он – решающий фактор в ситуации, когда нужно удержать клиента.

Информационная поддержка. Не СПАМ с перечнем спецпредложений, а и общение с партнерами, обучение, активно обновляемый ресурс в онлайне.

Хороший поставщик – устойчивый игрок международного рынка, который всегда «на связи»

Формирование предложения для клиента: рейтинг услуг и средний чек за каждую из них (данные Vitiana)

1 ОТЕЛЬ

Средняя стоимость услуги:

€ 450-550

2 ОТЕЛЬ+ВИЗА

Средняя стоимость услуги:

€ 550 + виза (от € 65)

3 ТРАНСФЕРЫ

Средняя стоимость услуги:

€ 100-120 (в обе стороны)

4 ПРОКАТ АВТО

Средняя стоимость услуги:

€ 350-450

5 ЭКСКУРСИИ

Средняя стоимость услуги:

€ 150-220

6 ДОП. УСЛУГИ

Заказ столика в ресторане, заказ индивидуального обслуживания и т.д.

Отель + виза + экскурсия + трансфер = €950. Комиссия агента – €95 вместо €45-55 только за отель

Что мы сделали для вас

Специализация Vitiana – бронирование отелей и апартаментов, организация трансферов, экскурсий, оформление виз и прокат авто.

В 2014-м в системе добавлены новые **отели** в Италии, Франции, ОАЭ, Турции (Стамбул), США (Лас-Вегас и Нью-Йорк).

Трансферы – в Аргентине, Дании, Доминикане, Италии, на Кипре, Мальте, в Нидерландах, Португалии, России и Турции.

Для украинских партнеров мы расширили возможность **оформления виз** под ваучеры без личного присутствия клиентов. Новые направления – Латвия, Литва, Эстония, Венгрия, Греция, Япония (в общей сложности – **15 стран**).

В дополнение к этому – **экскурсии** в Европе (Великобритания, Франция, Австрия, Италия, Нидерланды и т.д.) и США.

Отель + виза + трансфер + экскурсия + прокат авто + дополнительные услуги = индивидуальный тур для клиента

Vitiana расширяет ассортимент услуг, чтобы вы могли зарабатывать больше на каждом заказе

Заработанные деньги потратьте на это: