

Предисловие

С каждым годом все большее количество туристов устремляется «на юга», а число турагентств растет. Для русского человека стало нормой погреться зимой на пляже в Египте. Таиланд давно уже превратился из экзотики в массовое направление.

Тысячи предпринимателей бросаются в водоворот туристического бизнеса с целью найти свою золотую жилу. Ведь кажется, что это так просто. Сначала заключаешь договор с туроператором и находишь офис в проходном месте. К тебе заходят люди, которым ты продаешь путевки и получаешь за это комиссию. Немного налогов, небольшая плата за аренду, и вот ты уже в состоянии нанять пару менеджеров и бухгалтера, а дальше совсем ничего не нужно делать, только изредка приходить на работу, чтобы забирать деньги и давать указания сотрудникам.

На практике уже с первых дней работы понимаешь, что все не совсем так радужно, как представлялось изначально. Поток друзей, покупающих у вас туры «по знакомству» с очень хорошей скидкой, быстро иссякает. Несмотря на то что офис у вас в проходном месте — люди заходят редко. Дочка ваших знакомых, которую вы взяли в качестве помощницы, не может связать двух слов. Ведение бухгалтерии самостоятельно отнимает много времени и сил.

Постепенно до вас доходит, что нужно было повесить другую вывеску, дать рекламу и воспользоваться бухгалтерским аутсорсингом. Вы понимаете, что лучше взять менеджера с опытом и своей базой, а не обучать новичка.

Но опыт приходит не сразу, а через несколько месяцев, а иногда и лет. Многие выдыхаются на данном этапе и бросают эту деятельность.

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](#)

8 Партизанский маркетинг в туризме

Казалось бы, где-то должен быть учебник по ведению туристического бизнеса, ведь люди как-то работают и зарабатывают. Но выпускники вузов, получившие красные дипломы по специальности «международный туризм», едва ли представляют, в чем будет заключаться их деятельность, а опытные владельцы турагентств не станут делиться с вами своими наработками. Во-первых, из-за занятости, во-вторых, из-за нежелания плодить конкурентов.

Книга «Партизанский маркетинг в туризме» написана специально для того, чтобы поделиться с вами ценным опытом.

Книга состоит из 16 глав, полных решений, которые помогут вам наладить эффективную работу турагентства. Вы узнаете, как сделать предварительные расчеты, правильно выбрать место для офиса, подобрать персонал, где выгоднее разместить рекламу, а также получите рекомендации по общению с клиентами и много других советов по ведению бизнеса.

Советы и рекомендации будут очень полезны как новичкам, так и акулам турбизнеса.

Читайте и применяйте полученные знания на практике!

Алексей Бодякин,
руководитель проекта «Типичный турист»,
vk.com/tiptu