

Балттик

С Е Р В И С

Перспективы российского рынка для въездного туризма в Латвию

Размышления на основе работы одного
туроператора по Прибалтике в России

Туроператор «БАЛТИК-СЕРВИС»

- На рынке с 1996 года
- Начинали с Латвии, затем подключили Эстонию, потом Литву и Калининградскую область России. В перспективе - Польша
- Очень большое внимание уделяем знанию региона, как при разработке турпродукта, так и при его реализации
- Комплексный подход к разработке турпродукта
- Делаем упор на автоматизацию и IT-обеспечение бизнес-процессов
- Большое внимание требованиям Посольств к подаваемым документам

Наши принципы

- Четкость и продуманность клиентской работы
- Взвешенный подход при выборе партнеров
- Учет, учет и еще раз учет. Туризм – это бизнес большого количества маленьких чисел
- Важно не только знать и понимать свою работу но и уважать то, что делаешь ты и твоя команда



Как изменился туристический рынок Прибалтики за 14 лет

1. Стал более цивилизованным, более динамичным, более профессиональным.
2. Характеризуется традиционно высоким качеством сервиса.
3. Здесь помнят русский язык, хотя качество его ухудшается, молодежь знает его все хуже, но уже виден возврат к тому, чтобы знать русский язык – достаточно много бизнесменов и туристов из России, которые плохо говорят на английском.
4. Много небольших отелей с яркими особенностями и индивидуальностью. В этом есть и плюсы и минусы. Наряду с гостиницами, которые принадлежат большим сетям, остается много небольших отелей «камерного» типа.
5. Принимающие компании начали понимать, что люди едут в Прибалтику решать задачи, связанные с восстановлением сил, интересно и содержательно отдохнуть и при этом оптимизируют свои расходы. Тоже самое с лечением и с познавательным туризмом. Сейчас в Латвии поднимают медицинский туризм. Это тоже новое веяние и туроператорам его следует учитывать в работе с клиентами.

О перспективах

Важно понимать, что есть на этом рынке сегодня, как изменяется рынок, и что мы можем сделать для того, чтобы он развивался

Мы , Вы и Они

Мы – отправляющая сторона, - туроператоры и турагентства

Вы – принимающая сторона, - государственные органы управления, туроператоры, отели, транспортные компании и пр.

Они - туристы

Как сделать так, чтобы перейти от трех монологов к взаимовыгодному диалогу трех сторон?



Что может нас объединить и способно повысить общую эффективность

1. Создание (восстановление) единого бренда - «Прибалтика»
 - Для российских туристов характерной чертой является географическая объединение в сознании под словом «Прибалтика» трех стран - Латвии, Литвы и Эстонии. Следовательно, для того чтобы продать отель в Риге, вначале необходимо прорекламирровать Прибалтику, затем Латвию, затем Ригу и только потом отель с его индивидуальными особенностями;
2. Обмен информацией и координация идей
 - Необходимо объединить интеллектуальные, информационные и координационные ресурсы трех стран и туроператоров России;
3. Общие мероприятия по продвижению, объединенные стенды на туристических выставках
4. Координационный (Общественный) Совет по продвижению туризма в Прибалтику
5. Сезонный «Круглый стол туроператоров Балтийских стран» в Посольстве Латвии в Москве, работа в диалоговом режиме - он-лайн.

Запросы туроператоров

- Экспертиза и участие в разработке проектов принимающей инфраструктуры (необходимо использовать наши знания потребностей, специфики туристического рынка России)
- Предварительное информирование (в идеале – вовлечение в проработку и экспертную оценку) о планируемых рекламных кампаниях и информационных проектах;
- Туроператоры в России - конкуренты, но от наших совместных усилий выиграют все. Увеличение турпотока в Прибалтику в целом и в Латвию в частности, даст больший доход каждому из туроператоров, не говоря уже о выгодах принимающей стороны. Мы готовы подняться до уровня осознания этого тезиса.

Пора от намерений переходить в согласованным действиям!

**От монолога сторон – к диалогу,
к сотрудничеству и партнерству!**



Спасибо за внимание!

