SatMarket ™

Туроператор по Прибалтике с 1993 года

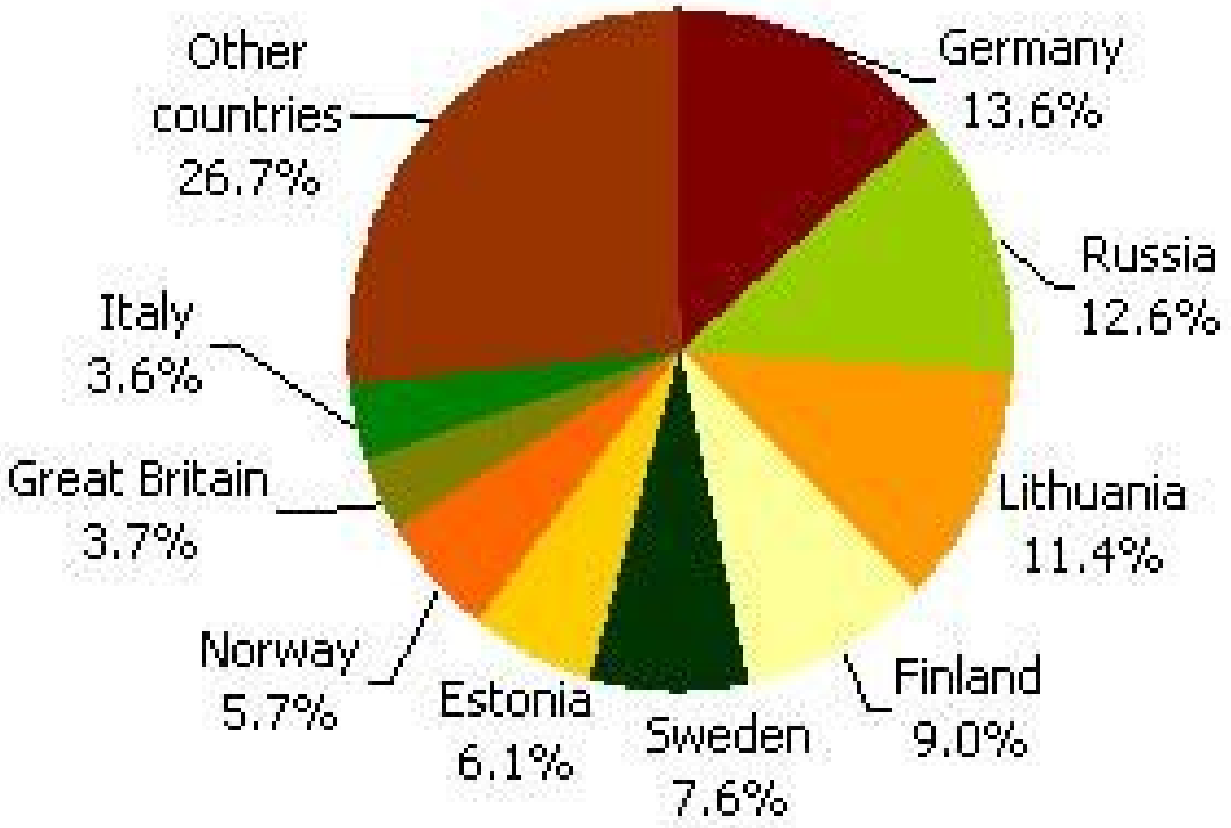
+7(495) 778 78 04, www.satmarket.ru

РОССИЙСКИЙ РЫНОК – как ввести моду на ЛАТВИЮ?

SatMarket ™

Иностранные гости в отелях Латвии – разбивка по странам

2010 год



SatMarket ™

Россияне занимают 2 место по посещению Латвии - после граждан Германии

- В Москве нет туристического офиса Латвии
- Нет человека при Посольстве, отвечающего за туризм и занимающегося туристическими вопросами, продвижением страны
- Не налажена поставка рекламных, промо-материалов на русском языке о Латвии
- Нет системы информирования туроператоров о происходящих событиях (также в этом нуждаются новостные порталы – www.ratanews.ru, www.tourdom.ru и др.)

SatMarket ™

РЕКЛАМА И ПРОДВИЖЕНИЕ СТРАНЫ

- Взаимодействие государственных структур Латвии и туроператоров России - партнерское взаимодействие. У нас общие задачи и единая цель – привлечение туристов
- Реклама на российском рынке без участия туроператоров бессмысленна. Клиент должен понимать – где это купить?
- Участие в больших выставках – экспоненты для профессионалов и частных лиц – разные сегменты. Профессионалам – прямые контакты. Агентам и частным лицам – туроператоры России.
- Прибалтика в сознании россиянина – нечто целое. Почему не объединить усилия всех трех стран и не продвигать весь регион? Опыт соседей – Вышеградская Четверка («Четыре страны – одна мелодия» - Польша, Венгрия, Чехия, Словакия).
- Фам-трипы – не только для журналистов и сотрудников турбизнеса. Педагоги и медработники стали средним классом
- Материалы на русском языке о туристических возможностях – доступность в Москве и других крупных городах России

SatMarket ™

ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ СТОРОНЫ ЛАТВИИ

как страны для посещения

- Географическая близость
- Отсутствие акклиматизации
- Полное отсутствие языкового барьера
- Богатая культурная жизнь
- Интересные исторические объекты
- Большой выбор городских отелей
- Возможность посещения других европейских стран

SatMarket ™

Недостатки

- Санатории – маленький выбор, высокие цены, несовершенный номерной фонд, маленькая комиссия туроператорам
- Сельский туризм – отсутствие интернет базы данных с on-line наличием мест, отсутствие скидок туроператорам
- Отели – низкие цены на сайтах для on-line бронирования
- Отсутствие организованного регулярного экскурсионного обслуживания
- Очень высокая стоимость ж/д перевозки

SatMarket ™

ЮРМАЛА КАК МОРСКОЙ КУРОРТ

- Неразвитая гостиничная база
- Ни одного открытого бассейна
- Вся концентрация вокруг улицы Йомас
- СПА-ОТЕЛИ – отсутствие выбора
- Ни одного детского клуба
- Мало детских площадок
- Полный пансион отсутствует как вид
- Отсутствие пляжных полотенец

SatMarket ™

Визы в Латвию – положительный момент

- Минимальный набор документов (паспорт, 2 фото и анкета)
- Четкое соблюдение сроков оформления виз консульством
- Режим наибольшего благоприятствования для туристических фирм (курьеры принимаются вне очереди)

SatMarket ™

Как попасть в Латвию

- Авиасообщение – 3 рейса в день из Шереметьево, также по 1 рейсу из Домодедово и Внуково
- Железная дорога – регулярный поезд
- Автобус – Ecolines ежедневно
- Автомобиль – только Грин Карта

НЕДОСТАТКИ – высокая стоимость проезда по ж/д

SatMarket ™

Кто наш турист сейчас?

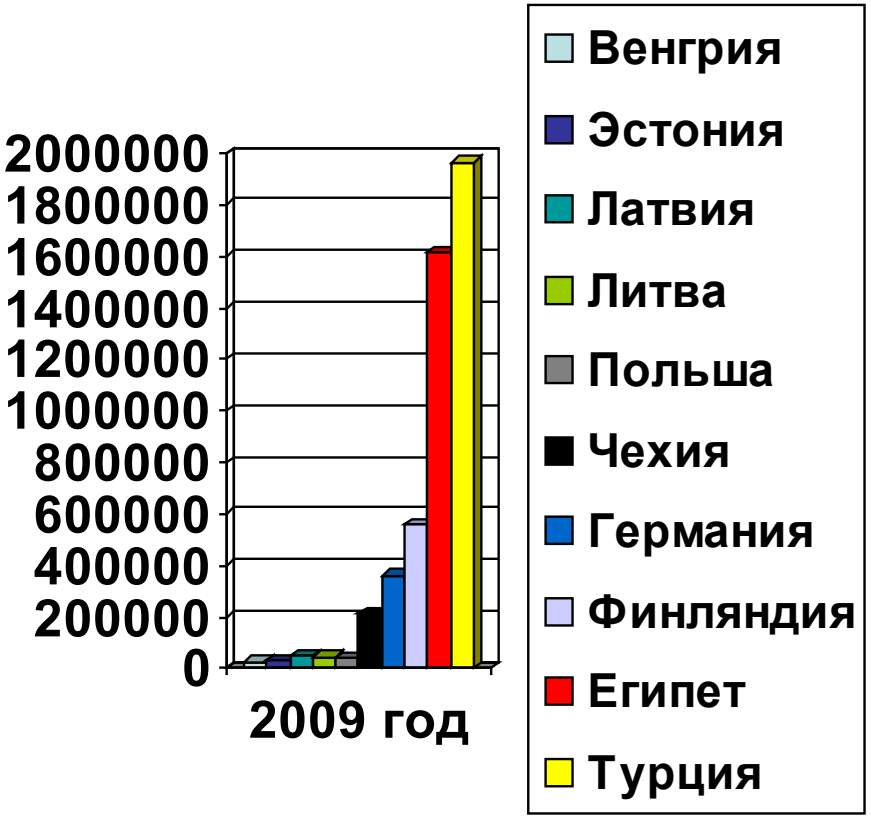
- Любитель умеренного климата
- Любитель наземной перевозки
- Ностальгирующий контингент
- Самостоятельный путешественник
- Возрастной диапазон –от 24 до 64
- Среднего достатка (менеджеры среднего звена, в последнее время педагоги и медработники)

SatMarket ™

СТАТИСТИКА РОСТУРИЗМА

По выезду россиян за рубеж в 2009 году

- Эстония, Латвия, Литва, Польша – менее чем по 50 тысяч человек.
- Чехия-около 300 тысяч
- Финляндия – около 500 тысяч
- Египет и Турция – более полутора миллионов



SatMarket ™

ЧТО РУССКОМУ ХОРОШО

Миллионы Россиян выбирают БЕЗЗАБОТНОСТЬ : купить пакет (готовая конечная цена) – перелет – трансфер – ночлег – питание – анимация – бассейн – гид в отеле с экскурсиями.

SatMarket ™

ЧТО МОЖНО СДЕЛАТЬ

для привлечения россиян на морские курорты Латвии

- Курорты – имеющиеся отели – повернуться лицом к массовому туристу
- Развитие инфраструктуры в Юрмале дальше улицы Йомас
- Реклама иных мест, кроме Юрмалы, развитие там инфраструктуры
- Столица – сборные экскурсии, разработка гарантированного графика экскурсий на русском языке.
- Разработка новых экскурсионных маршрутов.
- Информирование туроператоров России о культурных и иных событиях посредством рассылки

SatMarket ™

LIVE RIGA

- Спасибо, что в Москве
- Почему именно такой вид рекламы? Достигает ли она своей цели?
- Потребителю неясно - что с этим делать
- Клиенту нужен телефон (например, бесплатный номер, переводящий звонки поочередно на номера ведущих туроператоров Москвы)
- Материалы на русском языке – нужны клиенту до отъезда, при планировании поездки

SatMarket ™

Структура российского турбизнеса

- **ТУРОПЕРАТОР**
- Имеет финансовые гарантии в размере минимум 30.000.000 рублей (715.000 евро). Состоит в реестре туроператоров. Имеет право работать с иностранными партнерами.

- **ТУРАГЕНТ**
- Не имеет лицензии или другого разрешения (лицензии отменены в 2006 году). Продает готовый турпродукт. Не имеет права формировать турпродукт сам и работать с иностранными принимающими компаниями.

SatMarket ™

Федеральное агентство по туризму информирует о том, что туроператорскую деятельность вправе осуществлять только зарегистрированные на территории Российской Федерации юридические лица, имеющие финансовое обеспечение, и сведения о которых внесены в Единый федеральный реестр туроператоров (статья 41 Федерального закона от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации").

http://reestr.russiatourism.ru/

На территории Российской Федерации реализацию туристского продукта, сформированного иностранным юридическим лицом, индивидуальным предпринимателем либо организацией, не являющейся юридическим лицом в соответствии с законодательством иностранного государства (далее - иностранный туроператор), вправе осуществлять юридические лица, имеющие финансовое обеспечение, полученное в порядке и на условиях, которые предусмотрены настоящим Федеральным законом.

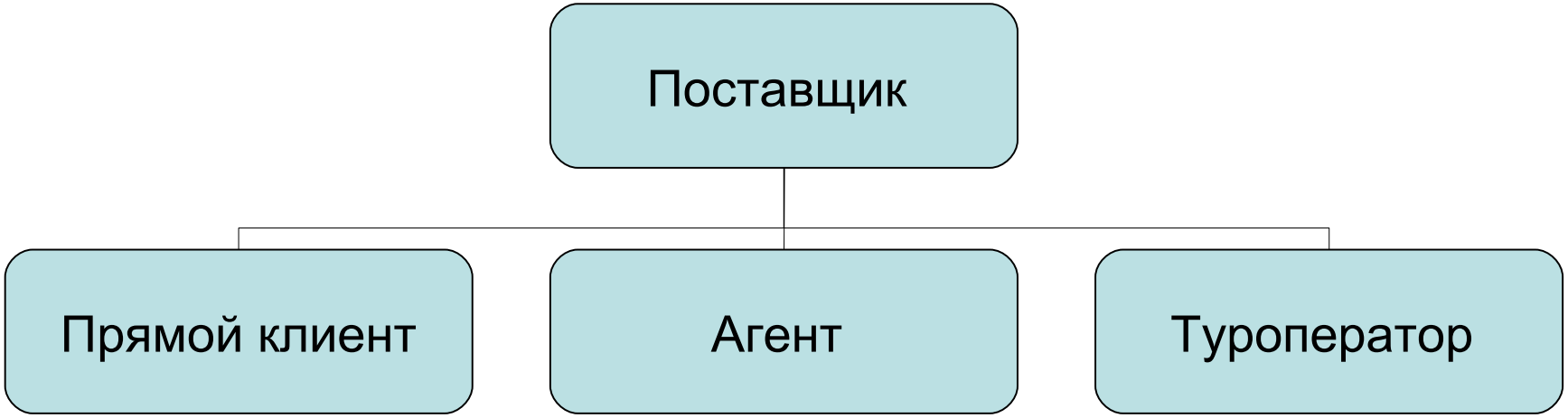
Требования, предъявляемые в соответствии с настоящим Федеральным законом к осуществлению туроператорской деятельности, также применяются в отношении юридических лиц, реализующих на территории Российской Федерации туристский продукт, сформированный иностранным туроператором.

Сведения о туроператоре, имеющем финансовое обеспечение, вносятся в реестр.

SatMarket ™

Структура ценообразования

- Агент – работает на комиссии, минимум 10%
- Туроператор – должен предоставить комиссию агенту и получить прибыль сам (средняя норма прибыли 20%)
- Поставщик услуг – должен учитывать интересы агента и туроператора



ОТЕЛИ И ТУРОПЕРАТОРЫ

- Клиенты активно пользуются интернетом для проверки цен
- Цена на сайте отеля должна учитывать интересы партнеров
- Отелям следует вести более гибкую ценовую политику, учитывать интересы своих постоянных партнеров. Не давать одинаковые контрактные цены и старым, и новым партнерам.
- Недопустимо вмешивать клиента во взаимоотношения партнер-отель