

Наша беседа с Кареном Гончаровым, генеральным директором DSBW-Tours-КОНТИНЕНТ, началась весьма необычно. Он буквально с порога заявил, что «скоро у всех сократится прибыль» и его компания – не исключение. При этом г-н Гончаров не видит в этом ничего страшного. Почему?

# Вызов всему турбизнесу

## Размышления о предстоящем сезоне



Рассказывает генеральный директор DSBW-Tours-КОНТИНЕНТ **Карен Гончаров** (на фото слева)



### Два пути

Настроение у нас в компании хорошее – продажи за лето увеличились по разным направлениям на 20-30%, успешно реализуются внутренние проекты. Конечно, в удачном сезоне сыграл роль не один фактор: тут и отложенный спрос за 2009 год, и укрепление рубля по отношению к евро, и хорошая рекламная кампания. Да и, наверное, просто повезло.

Вообще, кризис на нас повлиял благотворно – он стал проверкой на прочность, мы смогли серьезно осмыслить, в чем наши конкурентные преимущества, а в чем слабые места. Смогли понять, как нам развиваться дальше. Главное – нам удалось усилить свою команду, сохранить агентства и клиентуру, серьезно продвинулись в создании новых технологий.

Начнем с продукта. Здесь мы развиваемся двумя путями. Первый – расширение присутствия на своих традиционных направлениях. Например, в Италии мы теперь занимаемся практически всеми основными регионами: у нас блоки на Римини, Милан, Рим, Сицилию, Венецию, Неаполь, самолет в Геную. Усилили присутствие по Франции: раньше летали в Париж с Air France три-четыре раза в неделю, с этого лета – ежедневно. Увеличили продажи туров в Великобританию, Чехию, Австрию, Германию. Продолжаем развивать автобусные туры. В 2009 году ситуация была жесткой – еле удержали объемы, зато в этом году рост составил по автобусным турам больше 30%. Уверен, это одна из тех ниш, которая будет успешно развиваться.

Второй путь – новые направления, на которых мы активно развиваемся. Вот, вышли на Испанию больше года назад, на весну-лето взяли еженедельный блок 50 мест на Барселону, что неплохо для новичка. Продолжим летать в Барселону и зимой. Начали продавать туры в Португалию, в Латинскую Америку, Израиль, Китай, на горнолыжные курорты Франции, Италии, Австрии, Андорры. Нам важно в своей палитре программ иметь разнообразный продукт, хорошо сделанный, технологичный и по адекватной цене, чтобы ТА могли выстраивать на этой основе долгосрочные отношения и со своими клиентами и с нами.

**DSBW-TOURS-КОНТИНЕНТ** – туроператор по Франции, Италии, Германии, Австрии, Швейцарии, Великобританию, Испанию, Андорру, Португалию, Австрию, Чехию, Финляндию, Скандинавию, Израиль, Латинской Америке, Китаю  
Тел. (495) 781-00-41, 8-800-200-0042, Email: post-a@dsbw.ru, www.dsbw.ru

### Только нужное

Есть острое желание еще глубже внедряться в нишу горнолыжного туризма. Проанализировав итоги прошлого года, мы решили увеличить на зимний сезон блоки на Барселону под Андорру, а также на Милан, Турин, Зальцбург, Шамбери. В этом году добавим горные лыжи в Болгарию. По традиции предлагаем горные лыжи на Новый год и Рождество в Финляндии и Норвегии. Поставим чартерные рейсы в Рованиemi из Москвы и Ростова-на-Дону, а также в Киттиля из Москвы (горнолыжные курорты Леви и Луосто), организуем поезд в Хельсинки и в Куопио. Из Ростова-на-Дону по традиции ставим рейсы в Париж. В общем, ничего лишнего, только нужное, только то, в чем уверены.

### Всеобщая интернетизация

Сейчас идет динамичный процесс изменений на рынке. Растет ниша неорганизованного туризма на фоне «интернетизации» всей страны, и остановить этот процесс невозможно. Можно только попытаться адаптировать свой бизнес. Рынок в любом случае станет более жестким – и для операторов, и для агентов. Часть клиентов будет уходить в «самостоятельное плавание» в Интернет. Ценовой фактор неорганизованного туризма все равно станет давить на туризм традиционный. Наверняка усилится ценовая конкуренция и туроператоры будут вынуждены снижать маржу. Выживут в таких условиях только те компании, которые сумеют сократить свои издержки, сохранив качество обслуживания.

### Новое

В сезоне 2010-2011 DSBW-Tours КОНТИНЕНТ начал продавать туры в Португалию, Латинскую Америку, Израиль, Китай, собирается выходить на горнолыжные курорты Болгарии.

В планах туроператора – плотнее внедриться в нишу горнолыж-

ного туризма, которую он начал осваивать год назад. В ближайшем сезоне компания увеличит блоки на рейсах в Барселону, а также Милан, Турин, Зальцбург, Шамбери.

В новом сезоне DSBW-Tours КОНТИНЕНТ отказывается от

участия в выставках. Эта мысль зрела давно, и вот, пришло время сделать решающий шаг. Кроме того, туроператор выпускает брошюры-дайджест, а основное продвижение – в Интернете.

Туроператор стремится сделать свой бизнес максимально

технологичным. В этом году он завершает работу над Project Z, где будут объединены и автоматизированы все процессы взаимодействия между заказчиками и поставщиками услуг. Успешно внедряется поиск туров и отелей для ТА.

ния. Это касается и туроператоров, и турагентов. Это вызов всему турбизнесу! Наши долгосрочные планы строятся, исходя именно из этого фактора.

В прошедшем сезоне мы также сократили тиражи каталогов. Достаточно сделать брошюры-дайджест с кратким описанием направлений, все остальное – на сайте. У нас больше 500 туров, у каждого десятки дат, ценовые таблицы, спецпредложения, ранние бронирования, акции. Всем этим уже невозможно оперировать, а тем более управлять при помощи бумажных носителей. С этой задачей успешно справляется Интернет. Ну если знать, как им правильно пользоваться.

### Одной кнопкой

Мы завершаем в этом году свой многолетний Project Z – в одной системе объединяем все технологические процессы, от описания продукта и заказа до взаимоотношений с заказчиком и поставщиками услуг, с доступом к этой информации из любой точки 24 часа. Цель – добиться, чтобы компания даже в условиях меньшей маржинальности могла успешно существовать за счет технологий и снижения затрат. Если раньше мы, как и другие, могли позволить себе содержать условно трех сотрудников, чтобы перекладывать бумажки по технологической цепочке, то теперь эту работу должен выполнять один человек. Это не означает, что мы планируем сократить персонал. Закономерное на «ритуальных действиях» время мы сможем рационально использовать для всего того, что мы понимаем под «созданием стоимости в сервисной компании».

Кстати, о персонале. Только за время кризиса мы приняли на работу около 20 опытных менеджеров. И сейчас активно ищем состоявшихся специалистов по новым направлениям. Вообще, в сложившихся условиях самая разумная трата денег – на сохранение уровня зарплат и премий имеющихся сотрудников, привлече-

ние новых специалистов. Короля «делает» свита, командно – сотрудник. По сравнению с фактором персонала даже бренд – вещь эфемерная.

### От технологичного ТО к технологичному ТА

В рамках технологизации можно понять и наши усилия по улучшению сервисов для ТА. Спасибо всем директорам турагентств, которые наши время для общения со мной по этим вопросам? Именно благодаря их замечаниям и мыслям мы и смогли резко продвинуться вперед. У нас сейчас работает достаточно продвинутый личный кабинет ТА, где есть все сведения по заказам? от оплат и анкетных данных туриста до возможности распечатать бухгалтерские документы. Отсюда же ведется и вся переписка по заказу, здесь же имеется удобная система уведомлений. Цель проекта? экономить трудозатраты? свои и партнеров-турагентств. ТА могут теперь получать всю актуальную информацию 24 часа в сутки онлайн. Так что теперь наши партнеры тратят меньше времени и усилий на обработку заказа.

Мы сейчас активно внедряем проект «бесплатный сайт для ТА», а также свой бесплатный «поисковик туров и отелей», который можно вставить на сайт ТА простым копированием ссылки. Клиент имеет возможность выбрать тур или отель и тут же его забронировать на сайте агентства, получить автоматически подтверждение от агентства. В личном кабинете ТА одновременно создается броня, а на e-mail ТА уходит еще и подтверждение. Все максимально технологично. Это один из наших ответов уходу потребителей в Интернет. Это и есть интернетизация, отказ от лишних телодвижений.

Да, мы быстро адаптируемся к предстоящему снижению нормы прибыли в турбизнесе. Она, конечно же, будет разной в разных видах и нишах. Но на нее можно будет жить – было бы все по уму организовано. Так что передовые технологии – ключ к решению этой сложной задачи! **PI**