

Он-лайн бизнес в нише туризма

- [1. Актуальность туризма в целом + \(тенденции\)](#)
- [2. Выгодность туризма как бизнеса для пп](#)
3. Тенденции
- [4. Преимущества партнерства перед тур агентствами](#)
- [4.1. Выгоды онлайн](#)
- [5. Суть предложения](#)

Как это работает и с чего начать

Партнерка: <http://shop.bizmotiv.ru/partner-tb>

Как выйти на рынок туризма с минимальным порогом входа и без специальных знаний и навыков

> Туристический бизнес –

одна из наиболее быстро развивающихся отраслей мирового хозяйства. Международный туризм входит в число трех крупнейших экспортных отраслей, после нефтедобывающей промышленности и автомобилестроению.

Международный туризм - нет привязки к региону

Сейчас это один из наиболее прибыльных и динамичных секторов мировой экономики.

На долю туризма приходится примерно 30% мировой торговли услугами, около 7% мировых капиталовложений и 10,5% мирового ВВП.
10,5 % общемирового ВВП

*По данным WTTC Всемирного совета по туризму и путешествиям

В 2013 году + вклад отрасли в ВВП вырос на 3,2%

количества туристических прибытий

Туристов:

1950 > 25 млн

В начале 60-х годов XX века туризм стал действительно международной индустрией упрямая половине 60-х годов XX века за границу ежегодно выезжало 70 млн туристов В середине 90-х годов XX века их было уже 500 млн, создание крупных транснациональных компаний. Сегодня от туризма определенной степени зависит экономика более 125 стран

2012 > 1 млрд.

2020 > 2 млрд.

30-40 млн в год (4-5%.)

Обороты

Экономический вклад туризма и путешествий, если считать прямой, не прямой и опосредованный эффект, составил в 2012 году \$6,6 трлн. (ежегодный рост в пределах \$500 млрд.), Рост 3.1% в год

Туризм - ключ к развитию, процветанию и благополучию:

- Все большее число направлений открыто и проинвестировано в туризме, превращая туризм в основную движущую силу социально-экономического прогресса через доходы от экспорта, создания рабочих мест и предприятий, и развитие инфраструктуры.
- За последние шесть десятилетий, туризм испытал дальнейшее расширение и диверсификацию, став одним из крупнейших и наиболее динамично развивающихся секторов экономики в мире. Помимо традиционных фаворитов Европы и Северной Америки появились многие новые направления.
- Несмотря на периодические потрясения, международные туристские визиты показали практически непрерывный рост - с 25 миллионов в 1950 году до 278 миллионов в 1980, 528 млн. в 1995 году и 1035 млн. в 2012 году.

Долгосрочная перспектива

- Согласно долгосрочным прогнозам ЮНВТО международный туризм вырастет на 3,3% в год в период с 2010 по 2030 год и достигнет 1,8 млрд к 2030 году.
- В период между 2010 и 2030, рост развивающихся направлений (+ 4,4% в год), как ожидается, увеличит в два раза темпы в странах с развитой экономикой (2,2% в год).
- Доля рынка стран с развивающейся экономикой увеличилась с 30% в 1980 году до 47% в 2012 году и, как ожидается, достигнет 57% к 2030 году, что эквивалентно более чем одному миллиарду международных туристских визитов.

Ключевые показатели мирового туризма:

- 9% от мирового ВВП
- 1 из 11 рабочих мест
- экспорт на 1,3 трлн долл. США
- 6% от мирового экспорта
- с 25 миллионов иностранных туристов в 1950 году до 1035 млн. в 2012 году
- от 5 до 6 млрд. отечественных туристов
- 18 млрд. иностранных туристов - прогноз на 2030 год

>

Туристический бизнес привлекателен для предпринимателей по следующим причинам: небольшие стартовые инвестиции;

растущий спрос на туристические услуги;
высокий уровень рентабельности;
минимальный срок окупаемости затрат.

Тенденции

http://tourlib.net/books_tourism/EkonTur7.htm

<http://36on.ru/travel/for-tourists/32121-razvitie-turizma-prognozy-do-2030-goda>

Открытие границ и переход к рыночной экономике стран СНГ и Восточной Европы предопределили увеличение туристских потоков из этих стран на Запад.

Создание Европейского союза без внутренних границ со свободным передвижением товаров, услуг и людей, с унификацией налоговой политики и дерегулированием транспорта создает условия для все большего развития туризма в этом районе земного шара.

Глобализация - один из основных трендов в индустрии международного туризма, сопровождается концентрацией доли рынка и влияния в руках крупных компаний. Эти компании, помимо экономии в больших масштабах, возможности распределять риск между различными рынками, применения современных маркетинговых схем и доступа на международный рынок труда, также выигрывают от активного применения новых технологий.

Компьютерная система бронирования (КСБ) совершила структурную перестройку в индустрии туризма. В конце 60-х годов она применялась в авиации в США. Потом систему использовали туроператоры, поставляя ее терминалы в турагентства. Из КСБ возникла система глобального распределения (СГР), которая с конца 80-х годов быстро расширилась как по горизонтали, так и по вертикали. В вертикальную интеграцию вовлечен широкий круг туристских продуктов: средства проживания, развлечения, аренда транспортных средств и др. Будущее СГР многообещающе, так как, в свою очередь, она обеспечивает организационную основу для распределения интегрированного туристского продукта.

На микроуровне внедрение передовых технологий способствует более эффективному и быстрому управлению фирмой. Например, в гостиничном хозяйстве данная система выполняет различные функции: контролирует системы энергоснабжения; упрощает деятельность офиса, выполняя функции бронирования и расчета с клиентами; оказывает поддержку маркетинговой службе при составлении баз данных; осуществляет управление складированием и учетом заказов и счетов в производстве продуктов питания и напитков и др.

Компьютерное обслуживание открывает новые возможности перед теми турагентствами, которые преуспели в консультировании своих клиентов, так как в будущем турагентства новых видов, используя

информационные системы для составления индивидуальных пакетов путешествий, будут проводить консультации, а не только заниматься продажей.

Новый турист

С развитием туризма, как считают специалисты, появится "новый" турист. Это означает, что традиционный вид семейного туризма с проведением отпуска каждый год где-нибудь на море или в горах постепенно уступит место новым видам, а именно экотуризму, приключенческому и познавательному туризму.

Туристский рынок в 90-х годах, следуя тенденциям развития других секторов экономики, из рынка продавцов стал рынком покупателей. Это означает, что при производстве туристской продукции компании еще больше должны уделять внимание разнообразным вкусам потребителей. Если раньше турпродукты в основном были неспециализированны, с одинаковыми характеристиками, предназначенными для массового туризма, то сейчас и в будущем туристский продукт должен быть не только диверсифицирован, но и соответствовать тенденции развития туристского спроса, который нацелен на непродолжительное многократное пребывание путешественников в течение года. В этих целях во многих странах создаются новые концепции для привлечения туристов.

- 1) Нет привязки к региону
- 2) Привередливость, экономность (с2с)
- 3) Интернетизация (быстрота, мобильность) - статистика интернета роста пользователей, вовлеченность

- получает гибкие предложения: путешествие туда, куда удобно
- изобилие предложений без ограничений: выбирает поездки туда куда хочет
- получает гарантии: минимизирует риски

Тенденции

Туризм- самая большая и быстроразвивающаяся категория электронной

коммерции в последнее время в интернете. Все больше и больше пользователей стараются бронировать билеты на самолет или номера в гостиницах со своего компьютера будь то дома или на работе, не утруждая себя изнурительными походами в тур. фирмы.

Российский туристический рынок онлайн

Среднегодовой темп роста Online: 84.12%

РОСТ ОНЛАЙН РЫНКА: \$0.7 млрд до \$7.2 млрд в ближайшие 4-5 лет

*По прогнозам ведущих аналитических мониторинговых агентств

Какие есть способы входа в рынок туризма

>

Преимущества партнерства перед тур агенством

1. Порог входа

Стоимость http://bishelp.ru/svoe_delo/otrasl/turizm/turbiz.php

2. Конкуренция Турфирмы уже сейчас не выдерживают конкуренции с крупными туроператорами и начинают уходить с рынка.

3. Интернет

4. Спец знания и навыки

<http://455757.ru/tour/?id=68>

http://vk.com/topic-52397452_29426588

http://vk.com/topic-42212947_26915149

> Интернет и туризм [ценности]:

- экономия денег и ресурсов

- сохранение времени и энергии

Любит проверенные популярные

отели и отдых по системе

«Все включено»

Бронирует отдых

в последнюю минуту

(80% туров продаются в последние

4 недели перед вылетом)

Платит наличными

(72% российский туристов)

предпочитают оплату наличными)

Любит

безвизовые направления

Принадлежит к среднему или
высокому класс

Доля путешественников, которые обращаются к сетевым ресурсам перед поездкой, постоянно растёт. Все они используют различные источники: информационные сайты, страницы туристических агентств, метапоисковые системы, сайты авиакомпаний. Однако далеко не всегда авиаперевозчику удастся привлечь их к своей услуге. К тому же количество туристов, предпочитающих обращаться в офлайн-агентства для покупки билета, весьма значительно.

Web 3.0

>

Что получаете на выходе: готовую бизнес систему в нише туризма:

- с минимальным порогом входа
- без спец навыков и знаний
- полностью в онлайн
- конкурентные цены
- инструменты, пошаговый план
- надежных партнеров и наставников (по сравнению с классическим бизнесом вас будут всячески поощрять к росту и развитию)

Прошу пояснить в чём суть бизнеса.

Если вы говорите, что это очередной проект, где надо вложить, и потом уже что то делать, зарабатывать. Тоя вам отвечу что вы очередной человек, который решил заглянуть, узнать очередные новые “фишки”но не готов действовать, мы с вами не сработаемся, **не тратьте свое время и мое. Вы ищите гарантий и надежности, в то время, как я ищу с вашей стороны гарантий и надежности, готовы вы мне это обеспечить, задумывались вы в этом ракурсе?**

Если это просто ещё один вариант сетевого маркетинга:

- сперва внесите деньги, а потом старайтесь их отбить;
- надо втянуть как можно больше своих и как можно больше с них выжать, - то можете тогда и не пояснять.

1. Снятие возражений

- сперва платить деньги, не зная вас
- получится ли

1. Получаете членство

Принцип: кто ваши клиенты { самостоятельные туристы: более 82% туристов в западных странах 61% бронируют отели в интернете, и эта цифра растет }

Посещаемость booking и xperia более 3 млн. уникальных посетителей в сутки

Посещаемость в росс. сегменте около 800 тыс. в сутки

Предложить им участие в партнерской системе

Предложение компании

Разве сможет кто то отказаться: гарантия, цены 5 крупных, срок действия пакета на 10 человек, групповые поездки, ePayments в любом банкомате мира

Сейчас появился новый вид туристов. Их отличает практичность. Они ищут туры через интернет. Они хотят сделать это быстро, с минимальными затратами и максимальной гарантией качества.

Всем этим требованиям сегодня отвечает швейцарская компания Swiss Halley (Свисхелли). Это онлайн-туроператор, услугами которого сегодня пользуются огромное количество людей в 36 странах мира. Компания Swiss Halley сегодня предлагает самые выгодные по цене предложения и гарантирует своим клиентам выполнение всех взятых на себя обязательств. Страховая сумма составляет 500 тысяч швейцарских франков и защищает клиентов от всех рисков.

Сегодня многие люди планируют отдых спонтанно не планируя на полгода вперед. И таких туристов становится всё больше и больше. В отличие от других клубных систем (заплатил 10 тыс. долларов и пользуешься услугами лишь тогда, когда тебе присылают письмо), где число отелей очень ограничено компания Swiss Halley (Свисхелли) даёт возможность использовать огромную сеть -- 196 тыс. отелей и пользоваться услугами 520 авиакомпаний мира! К вашим услугам круглосуточная горячая телефонная линия. И, главное, гарантия цены и гарантия брони. Как только вы забронировали номер в отеле, он уже оплачен компанией и его нет в продаже. Отель не может его продать дважды. Причём, если вы забронировали номер с видом на море, то получите именно то, что хотели. Система работы компании Swiss Halley гарантирует это!

Именно Швейцария в 2013 году признана Страной с самым высоким уровнем развития туризма признана Швейцария

*Источник: всемирная организация по туризму

3. Следуете пошаговому плану

3. Получаете коучинг от вашего партнера задаете вопросы, обратную связь

План презентации

Актуальность

V

Для пп

V

Тенденции и сложности

<http://www.biztimes.ru/index.php?artid=638>

V

Решение:

Min Конкуренция, Спец навыки [система, пошаговый план, internet]

Решение

1. Готовая бизнес-система на растущем туристическом рынке, по цене на порядок меньше, чем собственное тур агенство.
2. Без спец знаний/навыков.
3. Поддержка, что и как делать, инструкция/пошаговый план.