Об особенностях IT-технологий у туроператора с человеческим лицом

прямой эфир с Кириллом Зимогорским (PAC GROUP)

Компания PAC GROUP имеет в туристической отрасли "человечный" имидж, далекий от ассоциации с технологичным конвейером. И вплоть до недавнего времени казалось, что этому многопрофильнику будет сложно добиться автоматизации процессов работы. Ведь его продукт очень разный. В портфеле предложений есть все: пляжи, горные лыжи, экскурсионка, экзотика и круизы. Многое из этого требует "ручной работы". Тем не менее в новом году PAC GROUP переходит на онлайн-бронирование. Как такое в данном случае возможно? Ответ на этот и другие вопросы, связанные с IT-технологиями туроператора, — в нашем прямом эфире.

ХИТ-ПАРАД тем

Стратегические вопросы, актуальные для компании PAC GROUP в январе:

1. Укрепление лидирующих позиций на горнолыжных направлениях.
2. Продвижение 1Т-технологий.
3. Комплекс маркетинговых мероприятий для агентств.
4. Новые разработки по Европе и экзотическим странам.
5. Подготовка к весенне-летнему сезону.

— Когда компания PAC GROUP осознала важность для себя 1Т-технологий?

— Мы всегда уделяли большое внимание технологиям. И в этом деле даже считаем себя пионерами: еще в 1995 г. одними из первых установили программу "САМО-Тур", которая автоматизирует работу туристического офиса. Я считаю, что эта программа тестировалась и обкатывалась на нас: мы улучшали ее вместе с разработчика ми. В 1998 г. мы перевели офис на платформу "Мастер-Тур", потому что она была написана под Windows и на тот момент предлагала рынку самые прогрессивные технологии. С тех пор продолжаем действовать в тесном контакте с компанией "Мегатек", разработчиком продукта, и полагаю, PAC GROUP является одним из наиболее активных и требовательных клиентов, ведь мы постоянно что-то улучшаем в своей технологии.

Сегодня под 1Т-технологиями мы подразумеваем целый комплекс задач: разработку и поддержание наших сайтов, он-лайн-бронирование и электронные презентации.

— Почему у PAC GROUP несколько сайтов?



— Операторские сайты бывают разные: страноведческие, где есть масса интересной информации для клиента, и "заточенные" для работы с агентствами. Мы решили ни от чего не отказываться, поэтому имеем несколько представительств в Интернете. Свой сайт www.pac.ru мы создавали как рабочую площадку для агентств и добивались, чтобы она была удобной. В частности, сосредоточились на простоте навигации: переходы при поиске информации, обилие перекрестных ссылок, понятный дизайн. Задача заключалась в том, чтобы даже "слепой" нашел то, что искал. Наш сайт — это путеводитель, рассказывающий о продукте так, что легко найти все цены, спецпредложения, зайти в раздел наличия мест и в оперативном режиме увидеть текущую ситуацию. Отсюда можно послать заявку и забронировать тур, хотя речь в данном случае идет не об онлайне. Без ложной скромности я считаю наш сайт одним из лучших с точки зрения информативности. Помимо стандартного набора данных там есть фоторепортажи, отзывы туристов, публикации в прессе. Но излишняя громоздкость тоже ни к чему. Поэтому, учитывая, что у нас много направлений, мы стараемся делать дополнительные тематические сайты, допустим, www.goitaly.ru, который был создан совместно с министерством туризма Италии. Там наши клиенты найдут подробнейший рассказ о стране: ее истории, климате, кухне и прочем. Еще один пример — тематический сайт по круизным программам www.gocruise.ru. В ближайшее время откроется площадка www.ski-atlas.ru,

посвященная горным лыжам, и в дальнейшем этот список будет расширен. Таким образом, мы попадаем в поле зрения той аудитории, которая, пользуясь поисковыми интернет-системами, вводит в запрос общие слова. Тематические сайты являются большим подспорьем в агентской работе с конечным потребителем.



— Что представляет собой он-лайн-бронирование PAC GROUP?

— Такому многопрофильнику, как мы, было довольно сложно поставить столь разные направления на единую автоматизированную систему бронирования. Поэтому, несмотря на то что над онлайном мы начали работать давно, получилась некоторая задержка. Пришлось вместе с "Мегатеком" помучиться, чтобы написать программу, позволяющую бронировать и массовые турецкие Кушадасы, и индивидуальные туры по Италии, и круизы. Было желание ввести онлайн не для отдельных направлений, а сразу для всего многопрофильного продукта PAC GROUP. И сейчас наконец технология готова! Некоторые туристические компании специально брали в штат программистов, чтобы те готовили им оригинальный ГГ-продукт. Мы, напротив, отталкивались от базовой разработки "Мастер-Web", которую адаптировали под свои нужды. В этом есть большой плюс: аналогичные программы установлены у многих туристических компаний, как операторских, так и агентских. IT-рынок сейчас движется к единому информационному пространству. Две основные конкурирующие фирмы — "Мегатек" и "САМО-Софт" — трудятся над созданием общего формата. К примеру, файл с расширением .xml можно будет отправить куда угодно — в агентство, в розничную сеть, — и там сразу смогут с ним работать, не прибегая к дополнительной конвертации. Рынку значительно проще пользоваться универсальной IT-платформой. Итак, мы не предлагаем какой-то экстраординарный он-лайн, но используем хорошо известный рабочий инструмент. В данной ситуации наш принцип — стремиться не к оригинальности, а к простоте и удобству. Весной будет устроен ряд семинаров, посвященных бронированию туров PAC GROUP в онлайне. И впредь мы намерены систематически знакомить агентства с обновлениями в нашей технологии. Обещаем: разберутся все!

— Что такое электронные презентации?



— Одними из первых на рынке мы стали использовать электронные презентации. Не зря говорят: лучше один раз увидеть. Обучение агентств сопровождаем показом визуальной информации: слайды, чертежи, рекламные фильмы. Менеджер не просто рассказывает, а демонстрирует продукт, как говорится, "в разрезе". У нас на презентациях никто не спит! А потом мы раздаем эту информацию агентствам на CD-дисках. Таким образом, менеджер турагентства уже у себя в офисе может для наглядности показать клиенту слайд-шоу, например, о круизах по северным морям.

— А как же имидж оператора с "человеческим лицом"?

— Компания PAC GROUP изначально делала большую ставку на людской ресурс — не зря наш штат составляют сегодня 140 сотрудников. И переход к онлайну не значит, что наши менеджеры станут менее общительны. Мы не отсылаем агентства на сайт. Звоните, пишите, шлите факсы. Мы даже собираемся расширить к лету штат секретарей на телефонах, которые будут предоставлять информацию, если ведущий менеджер занят. В компании по-прежнему развита система кураторства, когда менеджеры "ведут" агентства. В конечном счете, высокие технологии все равно не заменят живого общения.

Журнал Горячая линия. Туризм
Подготовила А. Гордеева