Турагентства находят источник стабильности в морских круизах



В 2019 году туроператор PAC Group запланировал отправить в морские и океанские круизы на лайнерах MSC Cruises порядка 40 тысяч туристов. При этом, отмечают в компании, все больше турагентств начинают заниматься круизами – в прошлом году их стало больше почти на четверть. О стимулах «дрейфа розницы к круизам» – «Вестник АТОР».

Такие данные в ходе совместной презентации для партнеров «Круизы MSC – основа современного бизнеса», состоявшейся 31 января в Москве, сообщил Илья Иткин, генеральный директор туроператора PAC Group.
Морские круизы – стратегически важное направление для PAC Group (туроператор эксклюзивно является генеральным партнером MSC Cruises в 11 странах, и приоритетным партнером – на Украине). Это также один из наиболее динамично развивающихся сегментов бизнеса туроператора – он поступательно растет с двузначными цифрами прироста, начиная с 2016 года.
В прошлом, 2018 году, прирост продаж морских круизов у PAC Group составил 39% год к году. Характерно, что яркую положительную динамику показали в прошлом году все акватории: так, количество бронирований круизов на наиболее популярных у россиян направлениях – по Средиземному морю и по странам Северной Европы – в 2018 году выросло в годовом выражении на 37% и 31% соответственно. Карибский регион показал прирост в 32% год к году, а развивающийся сегмент круизов с отправлением из Дубая (по Персидскому заливу) –139%.

КРУИЗНЫЙ СЕГМЕНТ КАК ИСТОЧНИК ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ

По данным Ильи Иткина, на 2019 год PAC Group запланировал рост круизного сегмента на 31 % год к году. Это означает, что в этом году туроператор отправит в морские и океанские круизы на лайнерах компании MSC порядка 40 тысяч туристов. Такие планы выглядят реалистичными: уже по итогам января 2019 года PAC Group зафиксировал годовой прирост бронирований морских круизов на 25%. Среднесрочной целью PAC Group, по словам г-на Иткина, является выход в 2026 году на планку в 100 тысяч отправленных круизных туристов.
Стратегическую ставку на морские круизы в PAC Group объясняют не только высокой востребованностью этого продукта в России, но и его высокой рентабельностью.
«В отличие от многих других сегментов туризма, испытывающих жесткую конкуренцию с глобальными онлайн-платформами, продажи круизов у туроператоров не демонстрируют снижения рентабельности. Наоборот, она растет», – отмечает генеральный директор PAC Group.
Увеличение продаж круизного продукта зримо сказывается на финансовых результатах. Так, согласно приведенной им статистике, если в 2015 и 2016 годах морские круизы MSC обеспечили 15% и 20% чистой прибыли PAC Group соответственно, то в 2017 и 2018 годах доля круизов в чистой прибыли туроператора составила уже 26% и 35%.

ПАРТНЕР СО СТАВКОЙ НА РОССИЮ

Такие показатели объясняются не только профессионализмом сотрудников отдела продаж туроператора и его широкой агентской сетью, но и правильно сделанной в свое время ставкой на компанию MSC Cruises.

По данным, которые привел в ходе мероприятия специально приехавший в Москву исполнительный директор MSC Cruises Анжело Капурро, сейчас эта вторая в мире по объемам круизная компания обладает самым новым по возрасту флотом.

Флот круизной компании растет фантастическими темпами – на постройку 17 новых судов с 2017 по 2027 годы (три из которых уже спущены на воду) MSC Cruises выделила инвестиции в размере 13,6 млрд евро. По расчетам руководства круизного гиганта, если все эти планы будут реализованы в срок, то к 2026 году каждый четвертый новый пассажир на океанских лайнерах в мире будет перевезен именно на круизных новинках MSC. В 20127 году MSC Cruises рассчитывает перевозить по всему миру свыше 5 млн пассажиров в год.

«Партнерство с MSC органично для нас: важно, что компания не ставит на какой-то один «приоритетный» рынок, и ни одна страна в ее продажах не занимает свыше 17%. При этом MSC Cruises сегодня является игроком номер 1 в Средиземноморье и Северной Европе – а именно на эти акватории в совокупности приходится не менее 70% всех продаж морских круизов в России», – подчеркивает Михаил Фельдман, руководитель круизного департамента PAC Group.

К тому же, по его данным, эта круизная компания максимально адаптирует свой продукт к российскому рынку: так, PAC Group на лайнерах MSC сегодня обеспечивает наиболее расширенный набор русскоязычных сервисов для своих клиентов.

Так, в русскоязычных группах PAC Group на судах MSC Cruises сегодня есть не только русское меню в ресторанах и возможность заказа экскурсий на русском языке в каждом порту, но и постоянно присутствующий на борту представитель, обеспечивающий туристов ежедневными информационными встречами и программами дня, тематическими лекциями о регионе на русском языке. Доступны туристам русскоговорящий персонал на ресепшне и в мини-клубах лайнеров, и даже российский телеканал в каюте.

«Необходимо учесть и то, что в 2019 году у MCS и лайнеров, и отправлений с русскоязычными группами на борту запланировано гораздо больше, чем у ближайшего конкурента по «русификации» своих круизных сервисов. Например, летом 2019 года в Средиземном море MSC Cruises русскоязычные группы доступны для 80 заездов на 10 маршрутов 8 лайнеров, в Северной Европе – для 33 заездов на 9 маршрутах 3 лайнеров, в круизах из Дубая – для 30 заездов 4 маршрутов двух лайнеров, и т.п. Такой уровень поддержки русскоговорящих туристов делает круизный продукт MSC безусловно комфортным и привлекательным для россиян и облегчает продажи турагентам», – поясняет г-н Фельдман.

СЕМЬ ПРИЧИН ПРОДАВАТЬ КРУИЗЫ ДЛЯ ТУРАГЕНТА

Не только туроператор, сделавший ставку на круизы от MSC, получает существенные выгоды в плане финансовой выгоды, но и те российские турагенты, которые уже освоили продажи круизов и сделали их одной из своих основных специализаций. Сегодня, отмечают в PAC Group, все больше агентств – партнеров туроператора стремятся освоить эту нишу.

Так, по данным Ильи Иткина, в 2018 году количество новых турагентств, включившихся в продажу морских круизов MSC, выросло на 22% и достигло 2,5 тысяч.

Сегодня круизы продает уже каждый четвертый партнер PAC Group. По данным туроператора, 94% агентств, продающих круизы MSC, делают до 10 заказов в год, еще 5% – от 10 до 50 заказов, и только 1% – свыше 50 бронирований в год.

«Мы видим, что вовлеченность агентов в продажи круизов пока не слишком велика и в этом направлении предстоит большая работа. Наша задача – наращивать долю агентств из второй и третьей группы», – объясняет г-н Иткин.

По его словам, вовлечение турагентов в круизный бизнес объективно выгодно им самим. И сегодня у розницы, которая смотрит в будущее, есть уникальный шанс обеспечить себе задел стабильности на долгие годы, активно обучаясь продажам круизов и наращивая их долю в своих продажах. Перспективность специализации на продажах круизов обеспечивается сразу комплексом факторов, пояснил генеральный директор PAC Group.

«Во-первых, круизный сегмент, благодаря бурному росту этой индустрии и вводу в строй все новых и новых лайнеров, являются самым быстро растущим рынком в мировой индустрии туризма. И у этого рынка огромный потенциал роста именно в России, так как огромное количество платежеспособных туристов в круизы ещё не просто не ездили», – говорит г-н Иткин.

Высокий потенциал круизов подтверждается и данными партнера: у MSC Cruises на долю России сегодня приходится 2% продаж, в то время как у сходных экономик BRICS– ЮАР и Бразилии – по 5 и 6% соответственно.

Среди других факторов, которые делают морские круизы одним из наиболее выгодных продуктов для розницы, в PAC Group отмечают отсутствие у круизного продукта фактора сезонности, высокую возвратность клиентов (9 из 10 туристов, купивших круиз, отправляются в этот вид путешествия снова), высокий средний чек круизного тура. Последний фактор, при размере агентского вознаграждения у PAC Group от 10% до 13%, играет сегодня первостепенную роль.

Помимо этого, подчеркивает генеральный директор PAC Group, в отличие от других видов пакетных продуктов, круизы наиболее защищены от конкуренции с самостоятельным прямым бронированием – поэтому в 90% случаев морской круиз покупают у турагента.

Наконец, есть и еще одна причина, привлекающая сегодня турагентов к сотрудничеству с PAC Group по круизному продукту MSC. В 2019 году туроператор, объединив три своих отдельных системы (gocruises.ru, pac.ru и pacworld.ru), вывел на рынок единую платформу онлайн-бронирования PAC World, в которой турагентам доступны динамические пакеты с широкими возможностями «конструирования».

Облегчены благодаря новой системе и продажи круизов – такие типы пакетов, как «круиз с перелетом», «круиз+город» и «круиз+пляжный отдых» стали регулярными и доступными в том числе и региональных агентств. В компании подчеркивают, что все авиаперелеты в новой системе бронируются без наценки туроператора, поэтому цены на пакеты с перелетом конкурентоспособны для туриста (а в случае с блочными местами на рейсах S7 в Геную – и однозначно выгоднее, чем самостоятельный подбор авиабилетов из свободной продажи).

В PAC Group уверены, что 2019 год должен показать внушительный рост интереса турагентств к продажам круизов MSC. Компания и сама инвестирует в такой интерес.

Так, туроператор напоминает всем своим розничным партнерам о возможности комфортного и интересного онлайн-обучения по круизному продукту MSC Cruises в рамках обучающего проекта «Бешеная PROкачка» (его «студентами» уже стали более 2,5 тыс. человек из 9 стран и 228 городов), а также о старте третьего сезона мотивирующей партнерской премии «Золотой штурвал».

Вестник АТОР,
01.02.2019