Почему круизы могут обеспечить турагенту стабильную прибыль

Интервью с руководителем круизного направления компании PAC GROUP Михаилом Фельдманом

Туроператор PAC GROUP, несмотря на скачки курса валют и непростую ситуацию в отрасли, констатирует, что объемы продаж круизов сохраняются на прошлогоднем уровне и даже показывают тенденции к росту, а значит, это сегмент рынка, где агент может получать стабильный заработок. Руководитель круизного отдела PAC GROUP Михаил Фельдман рассказал о том, как укрепить агентский бизнес круизным продуктом.



— Михаил, как повлияла осенне-зимняя девальвация рубля на ваш бизнес? Правда ли, что продавать круизы сейчас удается только за счет распродаж?

— Колебания курсов валют, конечно же, повлияли на поведение туристов, и это было особенно заметно зимой. Но парадокс в том, что по итогам прошедшего зимнего сезона нам удалось увеличить объем продаж и прибыль на 8% в сравнении с предыдущей зимой. Также мы видим, что те агентства, которые делали ставку на круизный продукт, пережили самый сложный период, показав высокие результаты продаж.

— В чем секрет такого успеха?

— Секрет в принципах и подходах к работе, в особенностях круизного рынка и преимуществах партнерства с MSC Cruises. А если по пунктам, то, во-первых, это большая глубина продаж. Круизы продаются с глубиной до полугода. Таким образом, зимний продукт

реализуется в летний и осенний периоды. Второй и очень важный фактор, стимулирующий спрос, — наличие на маршруте русских групп. Мы расширили ассортимент зимних маршрутов с русскими группами, и это привлекло дополнительную аудиторию клиентов. В последние несколько лет продажи зимнего сезона растут более интенсивно, чем летнего, это связано с бытовавшей недооценкой возможностей направления зимой. Сегодня же на долю зимнего сезона уже приходится около 35% годового объема продаж.



— И все-таки мы с вами видим, что на рынке преобладает тенденция к экономии, а круизы не назовешь дешевым продуктом. Что вы делаете для стимулирования продаж?

— Круизный рынок сегментирован. Продажи дорогих круизов идут стабильно, и здесь важно иметь высококачественный и уникальный продукт. У нас он есть — MSC YACHT CLUB, представлен на четырех флагманских лайнерах класса FANTASIA. Клиенты совершают круиз класса люкс, при этом сохраняя все преимущества пребывания на огромном лайнере с широкой инфраструктурой. Продажи MSC YACHT CLUB в 2015 году опережают показатели прошлого года, что связано, в том числе, с новыми маршрутами по Северной Европе (Исландия, Ирландия, Шотландия, Норвегия Шпицберген), на которые вывели лайнеры класса FANTASIA.

В бюджетном сегменте, конечно, цена играет роль. Рынок уже хорошо знаком с акцией **Crazy 96 hours**. Согласитесь, даже в кризис тяжело отказаться от 8-дневного круиза на лайнере 5* за 300 евро со всеми портовыми сборами и питанием! Но такие распродажи бывают 2–4 раза в год, не чаще.

Хорошо работают и точечные акции «под ключ», в рамках которых за счет спецтарифов, предложенных MSC и авиаперевозчиками, мы можем предложить очень привлекательную стоимость на готовый пакет. Такие предложения формируем как минимум за три месяца до заезда.

— Но цена, при всей ее значимости, не является в круизном рынке определяющим фактором, какие еще аргументы можете привести в пользу выбора круизов MSC от PACGROUP?

— Качество продукта, его ассортимент и адаптированность к нуждам российского рынка определяют клиентский спрос. При работе с круизами мы делаем ставку на три составляющих.

Во-первых, мы предлагаем более 100 маршрутов с русскими группами, включая круизы с отправлением из портов Сочи и Санкт-Петербурга. Клиент заранее уверен в высоком качестве «стандартного набора услуг» этих круизов: наличие информации на русском языке, включая программы дня и меню в ресторане, возможность забронировать групповые русскоязычные экскурсии, наличие русских ТВ-каналов в каюте и, самое главное, сотрудник PAC GROUP оказывает поддержку на борту на всем протяжении круиза.



Во-вторых, наличие индивидуального и группового пакетного продукта. Мы предлагаем туристам выбор — приобрести только круиз или воспользоваться готовой программой «Круиз + авиа», «Круиз + пляж», «Круиз + сити-тур», а клиент уже сам примет оптимальное решение.

В-третьих, удобство при работе с продуктом, его технологичность, но это тема отдельной подробной беседы.