

# Секреты «шоколадного бизнеса»

Мнения обывателей о работе турагентств сотканы из мифов

**С КАЖДЫМ ГОДОМ желающих отдохнуть за пределами нашей страны все больше. Как туристу выбрать страну, организовать поездку и оформить все документы? В этом поможет разобраться менеджер по туризму.**

Высоким профессионалом считается тот, кто «расшифрует» мечту клиента: ведь многие порой сами не знают, чего хотят. Многие представляют себе туризм «шоколадным бизнесом», где все замечательно: общаешься с разными людьми, едешь за рубеж и еще получаешь за это деньги. Но так думают непосвященные в тяжелую рутинную работу данной сферы услуг. На самом деле будни менеджера по туризму – кропотливый труд, мелочей в котором не бывает.

В турфирмах, которые давно работают, накоплены многолетний опыт, личные контакты и огромный пласт информации по странам и отелям: мы понимаем, что отвечаем за жизнь и здоровье наших клиентов.

Нужно постоянно быть в курсе дел отдыхающих: не забыла ли их встретить принимающая сторона, довольны ли питанием, не возникает ли проблем с персоналом или местным населением. Часто взволнованные туристы могут позвонить среди ночи и попросить развеять их сомнения.

Для менеджера очень важно уметь оперативно разрешить негативную ситуацию, не теряя при этом рабочего ритма: проблема одного туриста не должна сказаться на других.

Часто в поездках по рекламным ту-

рам всего за неделю нужно осмотреть массу отелей, их номерной фонд, инфраструктуру, оценить экскурсионные программы, изучить достопримечательности страны. Здесь не следует полагаться на цепкую память, нужно все записывать и структурировать наблюдения. Это пригодится потом, когда посыпятся вопросы дотошных клиентов.

Опытный менеджер по туризму свободно ориентируется в огромных объемах информации, молниеносно комбинирует разнообразные варианты отдыха. Остальное – дело техники: забронировать авиабилеты, заказать гостиничный номер, оформить страховку. Здоровые амбиции приветствуются. Исключены хамство, раздражительность, узость мышления и лень.

Страдающим склерозом путь в эту сферу закрыт. Чтобы продать зарубежный тур, нужно знать все о данной стране. Менеджер держит в голове

**Высокий профессионал – тот, кто «расшифрует» мечту клиента**

и большое количество информации. Высокая степень личной организованности, подвешенный язык, плюс свободное владение иностранными языками необходимы ему повседневно.

Всегда надо быть готовым к неожиданностям. Причин, которые в любой момент могут перечеркнуть всю работу, – огромное количество. Цунами в Таиланде – наглядный пример. Наводнения, землетрясения, политические конфликты, международные теракты. Да что угодно.



Принимающая сторона забыла встретить туристов, предоставила не тот номер, некачественно оказала услуги... Вернувшись домой, люди идут в турагентство, требуя компенсацию. Палочка-выручалочка во всех ситуациях – менеджер.

Значит, менеджер по туризму должен обладать железной выдержкой и уравновешенным характером. Даже в самых продуманных турах и на самых обкатанных маршрутах никто не застрахован от нестыковок и накладок. Перенесли или отменили рейс, возникли проблемы с размещением в отеле, не устроило качество обслуживания, кухня или организация экскурсий – всеми этими проблемами туристы незамедлительно делятся с менеджером, продавшим тур. От умения и желания работать с людьми в этой сфере напрямую зависит профессиональный

успех и финансовое благополучие – менеджеры в турагентствах «сидят на процентах»: их доходы связаны с количеством проданных туров.

Вне зависимости от того, в каком сегменте туристического рынка заняты специалисты, существует одно общее для всех требование – владение, по крайней мере, одним иностранным языком. Базовым, разумеется, будет английский, но чем больше менеджер знает языков, тем дороже стоит. Человек, строящий карьеру в этом бизнесе, должен неплохо разбираться в особенностях геополитики регионов, с которыми он работает, знать их историю, культуру, традиции и обычаи. Залог успеха здесь – искренняя заинтересованность, любознательность, желание постоянно открывать для себя новые грани мира и делиться своими находками с окружающими.

И, наконец, ни один специалист данной области не сможет обойтись без досконального знания законов и

правовых норм, работающих в туристической индустрии. В первую очередь – законов «О защите прав потребителей» и «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

Обострение конкуренции между турорганизациями приводит к тому, что объектами конкуренции становятся не только цены на туристские услуги или их качество, но и наличие опытного, квалифицированного персонала. Поэтому многократно возрастает значимость формирования в ассоциации турагентств организационной культуры.

Задача недавно созданной в городе ассоциации туристических организаций – повышение профессионального роста менеджеров турагентств, высокое качество обслуживания и в результате – хороший отдых наших земляков.

**МАРИНА МОСКОВЕНКО,**  
директор турагентства MARINA CLUB,  
начальник ревизионной комиссии АТО  
ФОТО > ДМИТРИЙ РУХМАЛЕВ

**Вклад «ГУБЕРНСКИЙ ЭКСПРЕСС+»**

**РОЗЫГРЫШ КВАРТИРЫ**

**ЖК «Астон Парк»**

**18,00%\***  
с первого дня

**Партнер акции ASTON**

**СВЕРДЛОВСКИЙ ГУБЕРНСКИЙ БАНК**

г. Магнитогорск, пр. Карла Маркса, 139  
тел.: 8-800-1000-600 (звонок бесплатный)  
www.sgbank.ru

РЕКЛАМА

## Вносим уточнения

**В МАТЕРИАЛЕ «Удобный кредит», опубликованном в № 91 за 15 августа, допущены неточности.**

Первоначальный взнос для молодой семьи с ребенком в Сбергательном банке России, в частности в его магнитогорском отделении № 1693, составляет не 25 процентов, как было написано, а 20 процентов от стоимости жилья.

Не верна фраза: «...А если второй ребенок, то в качестве взноса на жилье вы можете использовать материнский капитал...». «Во-первых, – уточняет отдел общественных связей отделения № 1693 Сбербанка России, – в качестве первоначального взноса может использоваться сертификат на получение субсидии на покупку или строительства жилья, который выделяется исполнительными органами субъектов Российской Федерации по кредитованию молодых семей и работников бюджетной сферы. Во-вторых, средства материнского капитала, на который имеет право семья при рождении (усыновлении) второго, третьего ребенка или последующих детей, могут использоваться только на погашение основного долга и уплаты процентов по ипотечным кредитам или займам на приобретение (строительство) жилого помещения, заключенным по 31 декабря 2010 года включительно. (Федеральный закон от 29 декабря 2006 года N 256-ФЗ «О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имеющих детей»)».

Турист едет за тысячу миль, чтобы сфотографироваться на фоне своей машины. Эмил Гейнст