



# Тихонов Антон Валерьевич

Управляющий собственник,  
Россия, Кемерово

Итоговый отчет о результатах за время  
участия в программе

Эталонное управление  
продажами: **Внедрение**

Турагентство:  
**ООО "Отдых"**

В турбизнесе 9 лет,  
из них 5 вместе с TurMarketing

Структура:  
4 офиса / 14 менеджеров

*“В общем, 5'ый год с ТМ - полет нормальный. Общий прирост с 2015 по 2018 год 265%! Отправили около 5 000 за 2018 год.”*

Наши продажи опять растут +30% к 2018 году. А я трачу на текучку компании часа 2 в день. С 2015 года работа компании сильно изменилась в том числе и благодаря ТМ. Мы правильно выстроили 90% ключевых процессов в компании. 10% процессов пусть будут хаотичные, мы ж не японцы. Небольшой хаос и русский авось должен быть в работе! Это ж весело :).

## **Итоговый отзыв о прохождении программы:**

Совместная работа с моими друзьями из ТМ (думаю, не так много людей могут назвать так Мишу с Димой :)), идет уже почти 5'й год. **Это половина жизни моей компании.**

Все началось с банального сообщения в ВК Диме 31.08.2015: *"Дмитрий, добрый день. А скажите контакты, кто может группу в Вконтакте оформить"*. После этого у нас появился крутой маркетолог :)

Потом была куча переписки, скайп-разговоров, интервью, обсуждение покупки машин и много чего еще... :)

С 2015 года работа компании сильно изменилась (в том числе и благодаря ТМ). Я познакомился со многими крутыми людьми из классных компаний. Особенно спасибо, за ребят из "Планеты" - это та компания, результаты которой показывают, что в туризме **МОЖНО** и **НУЖНО** зарабатывать достойные деньги!

**В общем, 5'й год с ТМ - полет нормальный.**  
**Общий прирост с 2015 по 2018 год 265%!**  
**Отправили около 5 000 рах за 2018 год.**

### **1. Мой главный результат от прохождения программы:**

Да в целом, кардинально нового ничего. Основное: таки запустили "карму" - шел до этого год. Мы правильно выстроили 90% ключевых процессов в компании. 10% процессов пусть будут хаотичные - мы ж не японцы. :) Небольшой хаос и русский авось должен быть в работе! :) Это ж весело.

### **2. Что я успел сделать/внедрить за эти 3,5 месяца:**

Внедрили карму, допилили книгу менеджера, прописали практически все, что делает в повседневной жизни сотрудник.

### **3. Как за счёт этого изменились**

- **Мои менеджеры:** Да они крутые, заряженные на результат компании!
- **Наши продажи:** опять растут +30% к 2018 году.
- **Лично я:** трачу на текучку часа 2 в день.

### **4. Что планирую сделать/добить в ближайшее время:**

Запускаем liv'ы, много личного контента и планируем несколько крутых off'лайн событий.

### **5. Мои впечатления от прохождения программы (в целом):**

Все отлично! :) **Самое главное отличие ТМ от кучи разных коучей/тренеров по продажам:** есть тест-группа, и все материалы отработаны и проверены на 98%. Бери и делай! **Иногда нужно поверить, что ТАК НАДО.** У нас так внедрялись пороги/карма/ЕММ.

# Задание №1: бизнес-процессы менеджеров

1. распечатайте чек-лист эталонных менеджерских процессов, который мы выдали вам на 1'м дне программы. отметьте галочками то, что у вас внедрено (то, с чем у вас всё ОК); крестиками - то, что у вас не внедрено (то, с чем у вас объективно есть проблемы); прокомментируйте крестики - напишите, почему не получается; итог сфоткайте и приложите к посту-отчёту (кнопка choose file).
- 2.стройте менеджерские процессы в текущую версию книги менеджера и пришлите её полную pdf-версию Дмитрию в личку в ВК ( <https://vk.com/dspotapov> ).
3. напишите в посте-отчёте, какие три 'крестика' вы превратите в 'галочки' за октябрь (и как).
4. напишите в посте-отчёте, какие три процесса (не связанные с непосредственно продажей тура) вы бы добавили к этому перечню процессов.
5. опишите (прямо в посте-отчёте) один из процессов, обозначенных в пункте №4, аналогично тому, как мы описали для вас менеджерские процессы.

## Выполнение (отчёт участника):

1. сделано

2. отправлено

3. крестиков нет 😊

4. Процессы (косвенно связанные с продажами):

- подборка и клиенты внесены в qui-quo и импортирована в CRM;
- клиент внесён в программу лояльности и ему создан личный кабинет
- клиенту высланы ссылки на соц.сети компании и клиент подписался
- менеджер получил отзыв от туриста;

5. Описание процесса внесения клиента в программу лояльности:

**Кому выдавать:** Клиент, который в период с 15.09.2019 по 30.09.2019 (авиаперелет + проживание + трансфер).

**Правила использования карты**

**Для выдачи карты необходимо:**

1. В карточке клиента выбрать вкладку «Бонусная карта»
2. На против строчки «Бонусная карта» нажать «+»
3. В появившемся окне заполнить поля:
  1. Номер карты — ввести номер. Который написан на карте (Например, «101»)
  2. Количество бонусов баллов «0»
  3. Карта выдана клиенту — если создаете карту автоматически, если же создаете карту из разряда «ручная», то ввести ФИО клиента вручную.
  4. В графе «Прикрепленный менеджер» выбрать менеджера, к которому закреплен данный клиент.
  5. Нажать «Сохранить».

Для этого менеджеру нужно:

4. Открыть раздел «Бонусы» - «Бонусные карты» найти карточку клиента — владельца карты
  5. Нажать «Начислить/Списать»
  6. В открывшемся окне выбрать:
    1. «Операция» - «Начислить»
    2. «Количество баллов» - ввести сумму баллов в размере \_\_\_% от суммы заявки клиентов, по данной карте
    3. «Причина начисления» за рекомендацию по заявке .... (указать номер заявки)
    4. «Дата сгорания баллов» - ничего не нужно вводить.
- Может ли быть программа изменена: Да, актуальная программа будет на сайте \_\_\_\_\_, в разделе «Скидки и акции» - Программа лояльности «\_\_\_\_\_».

**Как начисляются бонусы:**

Бонусы автоматически начисляются клиенту на карту.

**В какой размере начисляются бонусы:**

Бонусы начисляются в размере \_\_\_% от суммы заявки клиента.

клиенту на карту будет начислено \_\_\_% от суммы заявки клиента.

**Как клиент может узнать о бонусах:**

Клиент может узнать у своего менеджера.

**На что можно потратить бонусы:**

Бонусы можно потратить на оплату тура, страховки, авиабилеты.

**Как списывать бонусы:**

Для этого менеджеру нужно:

1. Открыть заявку клиента
2. В разделе «Заказчик (Покупатель)» в колонке «Бонусная карта» нажать значок «+/-»
3. В открывшемся окне выбрать:
  1. «Операция» - «Списать»
  2. «Количество баллов» - ввести сумму баллов
  3. «Причина начисления»: \_\_\_\_\_
  4. «Дата сгорания баллов» - ничего не нужно вводить.

**Может ли клиент потратить больше баллов, чем у него есть на балансе карты:** нет

**Что будет с остатком бонусов:** бонусы начисленные за туры не имеют ограничения по сроку использования

**Можно ли обменять бонусы на деньги:** нет

**Можно ли оплатить бонусами туры, страховки, авиабилеты:** нет

**Может ли клиент увеличить свои бонусы:**

Клиент может передать свою карту друзьям и знакомым. После того как в заявке по карте клиента, будут указаны документы, ему автоматически будет начислены бонусы в размере \_\_\_% от суммы тура друзей, которые будут списаны на бонусный счет.

**Travel42.ru**  
онлайн-магазин путевок

процесс	X / V	комментарии
Каждое входящее обращение должно быть классифицировано	V	Сделано в CRM, в «метках» туристов
Обращения аккумулируются в одно место, откуда затем распределяются по МППТ	V	Все обращения импортируются/заносятся в разделе «обращения» в CRM. Распределяет ответственный менеджер.
По каждому обращению мы собираем все необходимые для продажи тура контакты	V	Включено функция «обязательное поле» для полей «телефон» и «email»
Каждое обращение, по которому собран минимальный набор контактов - fix в CRM	V	Один из KPI сотрудника – «количество созданных обращений», приходится им вносить в CRM все актуальные обращения.
Новым обращениям - МАКСИМАЛЬНЫЙ ПРИОРИТЕТ	V	Прописано в КМ.
Работая с обращениями и заявками, расставляй приоритеты правильно (модель приор-ин)	V	См. п.1
По каждому обращению / заявке в CRM обязательно должно быть действие-напоминание	V	Руководитель отдела продаж проверяет, чтобы все обращения были с датой очередного контакта туриста, согласно его статуса и регламента для этого статуса, который прописан в КМ.
Обработывая с обращениями / заявками, используй алгоритм доведения клиента до сделки	V	Схринты + серия писем
Общайся с туристом в наиболее результативном канале коммуникаций	V	Подборки и продажи по телефону/SN не делаем, все обращения закрываем на приход в офисе/наше, такой контакт – самый низкий приоритет.
Продажа начинается с досконального сбора потребностей	V	Уже на автомате.
Упрости клиенту выбор вариантов	V	Да, такая работа ведется в офисе.
Клиента заинтересовал вариант - фиксируй его выбор, поддержи лайфлайном и сразу оформляй (бери \$ и паспорта)	V	Да, такая работа ведется в офисе.
Клиент говорит, что ему надо "подумать" или высказывает возражение - отработай с этим, сохранив инициативу за собой	V	Да, такая работа ведется в офисе.
Продай тур - объясни клиенту его дальнейшие действия, нарисовав понятную "дорожную карту"	V	Введен чек лист по всей цепочке ППО с момента продажи.
Вноси данные туристов БЕЗ ОШИБОК	V	В процессе прописания в КМ.
Турист ожидает подтверждения бронирования? Проверь следующие звенья: Оператора / Авиакомпанию / Отель	V	Туристу приходит автоматическая отписка из CRM, после подтверждения от ТО.
Владывайся в ПостПродажное Обслуживание	V	Все работает в связке: чек лист: mailchimp + автоматические sms + прозвоны менеджеров
Мы поддерживаем клиентов во время путешествия	V	4 мобильных телефона на каждый офис 24/7 для поддержки клиентов.
Мы не ждём, когда наши постоянные клиенты оставят нам очередную заявку - вместо этого мы сами звоним им, чтобы её получить	V	Согласно процесса ППО.

## Задание №2: управленческие бизнес-процессы

1. распечатайте чек-лист эталонных управленческих процессов, который мы выдали вам на 2'м дне программы. отметьте галочками то, что у вас внедрено (то, с чем у вас всё ОК); крестиками - то, что у вас не внедрено (то, с чем у вас объективно есть проблемы); прокомментируйте крестики - напишите, почему не получается; итог сфотографируйте и приложите к посту-отчёту (кнопка choose file).
2. встройте управленческие процессы в текущую версию книги директора/управленца и пришлите её полную pdf-версию Дмитрию в личку в ВК ( <https://vk.com/dspotapov> ).
3. напишите в посте-отчёте, какие три 'крестика' вы превратите в 'галочки' за октябрь (и как).
4. напишите в посте-отчёте, какие три процесса вы бы добавили к этому перечню процессов.
5. опишите (прямо в посте-отчёте) один из процессов, обозначенных в пункте №4, аналогично тому, как мы описали для вас управленческие процессы.

### Выполнение (отчёт участника):

#### 1. Сделано

2. Текущей версии нет, делаем новую КД.

3. Явных крестиков нет, есть V, которые надо улучшить, такие как планерки и т.д.

4. Можно добавить такие процессы как:

- планирование финансовых потоков компании и соблюдение финансовой дисциплины
- оценка маркетинговых вложений и планирование результатов этих вложений
- ежегодная аттестация сотрудников компании по продукту/технологии.

#### 5. Ежегодная аттестация

При формировании V&V на год, Директор формирует программу по повышению уровня сотрудников компании.

Для поддержания нужного уровня, необходимо контролировать и оценивать 2 показателя:

1. Знание продукта, который составляет не менее 70% продаж компании;
2. Знание техники и технологии продаж, для поддержания эффективных показателей менеджера на том уровне, который соответствует его должности.

Для анализа этих двух показателей необходимо:

1. Составить график обучения сотрудников на 12 месяцев с помесечной детализацией по продукту/технике продаж;
2. Составить программу обучения с перечнем стран и дат их изучения, со ссылками на ресурсы с актуальной информацией, либо прописать те критерии, по которым менеджер сможет найти данную информацию на профессиональных ресурсах, либо в отчетах с рекламных туров сотрудников компании;
3. Если необходимо, согласовать графики обучения с ответственными сотрудниками компании (отдел кадров, руководители офисов), а так же с привлекаемыми сторонними специалистами;
4. Сформировать и запланировать бюджет данного мероприятия;
5. Составить график ежемесячной аттестации для каждого менеджера по продукту/технике продаж;
6. Сформировать итоговый аттестационный лист для подведения итоговой оценки прохождения в разрезе менеджера/компании/месяца/года с общим доступом для всех участвующих в процессе сотрудников;
7. По итогам месяца/квартала/года проводить планерки по оценке проведенных мероприятий. По итогам вносить корректировки в случае необходимости.

#### Почему мы так работаем?

В сфере туризма постоянно происходят какие то изменения в информации по странам/отелям/инфраструктуре, поэтому наличие актуальных знаний у менеджеров является обязательным условием сохранения уровня компетенций, который позволит компании эффективно функционировать.

**Выгода менеджера:** Он сможет постоянно иметь и пополнять свои знания новой информацией, а так же соревноваться с другими менеджерами за итоговый результат годовой аттестации, по итогам которой, лучшие сотрудники будут награждены. (какие то призы/грамоты/поездки/благодарности)

**Выгода директора/управленца:** Практически в режиме реального времени можно оценивать как уровень каждого отдельного сотрудника, так и всей команды в целом. Видеть слабые места и оперативно их усиливать, что позволит менеджерам повысить эффективность, что увеличит конверсию, а соответственно и продажи компании.

процесс	X / V	комментарии
Каждый месяц Дир./Упр. ставит план по продажам (марже) на всё турагентство/офис и каждому менеджеру	V	План на сотрудников интегрирован в CRM
Дир./Упр. отслеживает конверсию обращение-продажа (по источникам получения / постоянным клиентам)	V	Воронка в реальном времени в разрезе сотрудник/офис/компания
KPI напрямую влияют на зарплату работников агентства	V	Влияет на формирование оклада
KPI встроены в процесс управления турагентством	V	
Вне работы, непосредственно связанной с продажами, Дир./Упр. ставит перед подчиненными и другие задачи ( ИЗ )	V	Да, меняются каждый месяц в зависимости от текущих задач. ИЗ не влияют на ЗП
Дир./Упр. регулярно проводит планёрки с менеджерами	V	Еженедельная планерка всех офисов.
Дир./Упр. отслеживает глубинную мотивацию подчиненных	V	
Дир./Упр. проводит регулярную оценку менеджеров (раз в мес)	V	Оценка проводится по показателям работы за текущий месяц в сравнении с прошлым периодом и планом этого периода.
Дир./Упр. раз в месяц подводит итоги прошедшего месяца и актуализирует план развития каждого своего подчиненного	V	Ежемесячная планерка по итогам работы
Дир./Упр. создает условия для карьерного роста своих подчиненных (горизонтального и вертикального)	V	Есть и тот и тот
Дир./Упр. даёт обратную связь подчинённым своевременно, используя для этого метод "Гамбургера"	V	
Ставя подчинённым цели / задачи и передавая проекты, Директор/Управляющий использует специальный алгоритм	V	Задачи стараюсь ставить в SMART формате, не всегда конечно получается на автомате это делать
Вместо того, чтобы 24/7 заниматься текущей, Дир./Упр. делегирует её подчинённым	V	Тогда б я жил на работе :)
Передача функционала подчинённым происходит регулярно и "поставлена на поток"	V	см выше
Дир./Упр. делает ту работу, которая необходима для периода агентства на следующую стадию развития	V	Дальше некуда :) Stage 3
Дир./Упр. следит за тем, чтобы каждый процесс, который работает в агентстве, был прописан и вложен в жизнь Мен./Дир.	V	
Мы работаем только с теми, кто принимает наши стандарты работы, неукоснительно следует им и помогает нам их улучшать	V	
Дир./Упр. обеспечивает проведение регулярных обучающих мероприятий для менеджеров агентства	V	Тренинги, вебинары, программа аттестации на год
Ежемесячно Директор / Управляющий проводит ретроспективный анализ коммуникаций своей команды продаж	V	Делаем 1-2 раза в неделю, оценка ведется по специальным анкетам входящих/исходящих звонков
Ежегодно агентство формирует V&V's на предстоящий год	V	Формируем по итогам работы года, план на следующий год и цели/задачи по развитию компании в разрезе года, по всем направлениям работы компании

## Задание №4: стратегическая сессия

Как вы уже знаете из эфира 4'го дня, **вам нужно провести стратегическую сессию в своём ТА. Если у вас есть менеджеры**, сперва прикиньте всё самостоятельно, а потом проводите -> чтобы мы зачли вам выполнение задания, разместите в посте-отчёте ссылки на фотографии со стратегички, на которых есть вы, ваша команда и слайды, которые вы нарисовали + опишите свои впечатления и результаты в свободной форме.

**Если у вас нет менеджеров** (вы пока один) - чтобы мы зачли вам выполнение задания, разместите в посте-отчёте ссылки на фотографии со стратегички, на которых есть слайды, которые вы нарисовали + опишите свои впечатления, результаты и выводы в свободной форме.

### Выполнение (отчёт участника):

#### Провели стратегичку-2019 за 2 дня.

Участники: все сотрудники компании - 18 человек со всех 4 офисов

#### Этап "Ретроспектива"

На 2018 год мы ставили план в декабре 2017 года по всем показателям

На этом этапе я подготовил отчет по работе компании

-Итоговые показатели работы: лиды/конверсия/продажи  
итоги в сравнении план/факт 18 и динамика у 2018

- структура вложений в общее увеличение продаж

- обращения: доли источников/затраты по каждому каналу

- структура и динамика продаж - доли каждого канала  
наземка/инд.туры;

- структура и динамика продаж в разрезе ТО;

На это потратили около 40 мин с обсуждениями

[IMG\\_20181124\\_091044.jpg](#)

#### Этап Vision

На этом этапе я разбил на 2 группы по 9 человек

**Комментарии для тех кто будет проводить:** о тех задачах которые нужно обсуждать и что обсуждать не нужно  
вопросы бытового характера (новый комп/лампы/стол)  
отдельный wish лист для меня и в дальнейшем в зависимости от  
материальной мотивации персонала, ибо все это может быть  
противоречия.

Я планировал модерировать обе команды, но пошел в зал  
"мы сами все сделаем" 😊

Как сделали черновики, все вместе синхронизировали

[IMG\\_20181124\\_105256.jpg](#)

[IMG-20181125-WA0029.jpg](#)



#### Этап "Strategy"

Перед началом

у нас было 41 пунктов с учетом возможности и  
нужности формулировки их в SMART формате именно на 2019 год, сохранили только 20 пунктов. Часть  
пунктов оставили на 2020-2021 гг. **На это ушло 30 мин.**

Разбили коллектив на 4 команды (3-5 чел.), в каждой из которых был как минимум 1 человек, знакомый со SMART форматом. В этот раз я так же участвовал в одной из команд.

Каждой из команд досталось по 4-6 задач в зависимости от их емкости по времени проработки. На этап обсуждений **ушло 1,5 часа.**

После готовности всех таблиц, развесили их на стене. В презентации каждая из группа была уверена, что именно их все задачи самые важные.

Этот момент я решил вот таким способом: выдал каждому сотруднику по 8 наклеек и каждый должен был выбрать из всех 20 задач - 8 наиболее значимых для него. Картинка получилась более чем интересная. **Первый крупный блок**, который собрал больше всего наклеек был направлен на удовлетворение внутренних потребностей менеджеров в обучение/тимбилдингах/тренингах/наставничестве/комфорте/регламентах в коллективе и **второй крупный блок** голосов ушел на вопросы отработки с негативом туристов/снижение доп.функций от менеджеров - автоматизация процессов (типа подписка на рассылку и т.п.).

**Задачи в прямую связанные с продажами, как, например, работа офисов 7 дней в неделю, служба поддержки 24/7, продажа доп.услуг в офисах набрали минимум голосов.**

Когда мы расклеили листочки, сами сотрудники мне ответили, что "мы все поняли! чем меньше у задач листочков, тем скорее мы ее будем делать" 😊

На этом и порешали, что часть возьмем 5 основных задач, которые они выбрали и 5 основных задач из тех, которые влияют на продажи.

[IMG\\_20181125\\_124216.jpg](#)

[IMG\\_20181125\\_124210.jpg](#)

#### Этап "Декомпозиция"

До 4 этапа "Декомпозиция" дошли 10 основных задач, которые отвечают 2 основным критериям:

- от их выполнения зависит доход компании;
- от их выполнения зависят внутренние бизнес процессы.

Самое сложное и долгое получилось как раз 4 этап "Декомпозиция" на который часть задач переформатировали кардинально от первоначального варианта и выработали более эффективный план их реализации.

**В целом на этот этап ушло почти 4 часа из за долгих дискуссий и выработки простых и понятных решений.**

#### Этап составления Action плана

Его вынесли за скобки, так как это будет делать 2 человека и потом предоставят план работы в диаграмме Ганта (диаграмма выполнения задач в периоде времени).



## Задание №5: делегирование

Чтобы мы засчитали вам выполнение задания пятого дня, разместите в этой теме пост-отчёт, включающий в себя:

- 1 - заполненную таблицу-план отдачи функционала;
- 2 - файл с описанием одного проекта/задачи, которую вы будете делегировать в ближайший месяц;
- 3 - расскажите о своём опыте делегирования проекта/задачи из пункта 2.

**Выполнение (отчёт участника):**

п. 1. - во вложении

п. 2 - во вложении

п. 3 - опыт: все работает 😊

НАЗВАНИЕ ФУНКЦИИ [что конкретно передаем?]	ПРОЦЕСС [что именно надо делать?]	ОТВЕТСТВЕННЫЙ [кому передаем?]	КОНТРОЛЬ [кто будет проверять?]	СРОК ПЕРЕДАЧИ [когда будем передавать?]
Расчеты с туроператорами	Контроль оплат заявок ТО согласно сроков оплаты	бухгалтер/гл.бухгалтер	Начальник отдела продаж	с 1.02.2019
Депозиты по авиабилетам	Контроль своевременного пополнения депозитов	Начальник отдела продаж	Исполнительный директор	с 1.12.2018
Зарботная плата	Расчет и выдача заработной платы сотрудникам	бухгалтер/гл.бухгалтер	Исполнительный директор	с 1.02.2019
		руководитель офиса	бухгалтер/гл.бухгалтер	с 1.12.2018
		бухгалтер/гл.бухгалтер	Начальник отдела продаж	с 1.12.2018
		бухгалтер/гл.бухгалтер	Директор	с 1.12.2018
		метолог/гл.бухгалтер	Директор	с 1.12.2018

### РЕГЛАМЕНТ КОНТРОЛЯ РАЗМЕРА ДЕПОЗИТОВ ПО АВИАБИЛЕТАМ

Данный регламент предназначен для осуществления бесперебойной продажи сотрудниками отдела продаж авиа/железнодорожных билетов, а так же сопутствующих услуг, которые предоставляют данные поставщики.

**Ответственный за исполнение данного регламента:** Начальник отдела продаж

**Контроль исполнения регламента:** Исполнительный директор

**Периодичность контроля баланса у поставщиков:** Ежедневно,каждый рабочий день до 17-30 текущего дня.

**Бюджет (депозит) для исполнения регламента:** Для стабильной продажи билетов необходимо поддерживать платежный баланс у поставщиков в достаточном объеме, в размере не менее 15% от месячного оборота по каждому из поставщиков.

**Расчет депозита:** Расчет депозита осуществляется в CRM в разделе "Статистика" - "Продажа услуги и скидки" 1 числа текущего месяца на основании статистика продаж предыдущего месяца.

Для этого в фильтре отбора выбирается прошлый месяц по дате создания заявки, в графе "Партнер" вводится необходимый поставщик услуг.

Далее нажимается кнопка "Применить" и в таблице в графе "Себестоимость" полученная цифра умножается на 15%. Полученная величина будет являться размером депозита, который необходимо поддерживать каждый день на балансе данного поставщика.

#### Процедура пополнения депозита:

Когда величина депозита меньше расчетной величины на текущий месяц, ответственный сотрудник выписывает счет на сумму пополнения депозита, при условии что сумма депозит с учетом пополнения должна быть в диапазон от 15 до 20% от расчетной суммы.

Счет отправляется главному бухгалтеру на оплату до 18:00 текущего дня.

Если необходимо пополнить депозит на величину превышающую установленный размер депозита на текущий месяц, то данное пополнение согласуется с исполнительным директором.

#### Текущие поставщики:

- Пегас Ритейл (<https://aviator.pegast.su>). Логин/пароль для доступа по ссылке: [https://travel42.u-on.ru/supplier\\_edit.php?ss\\_id=172](https://travel42.u-on.ru/supplier_edit.php?ss_id=172)
- Мой Агент (<https://myagent.online>). Логин/пароль для доступа по ссылке: [https://travel42.u-on.ru/supplier\\_edit.php?ss\\_id=414](https://travel42.u-on.ru/supplier_edit.php?ss_id=414)
- Портбилет (<https://portbilet.ru>). Логин/пароль для доступа по ссылке: [https://travel42.u-on.ru/supplier\\_edit.php?ss\\_id=171](https://travel42.u-on.ru/supplier_edit.php?ss_id=171)
- 

**Проверка баланса депозита:** текущий баланс депозита у поставщика можно проверить в личном кабинете на главной странице.

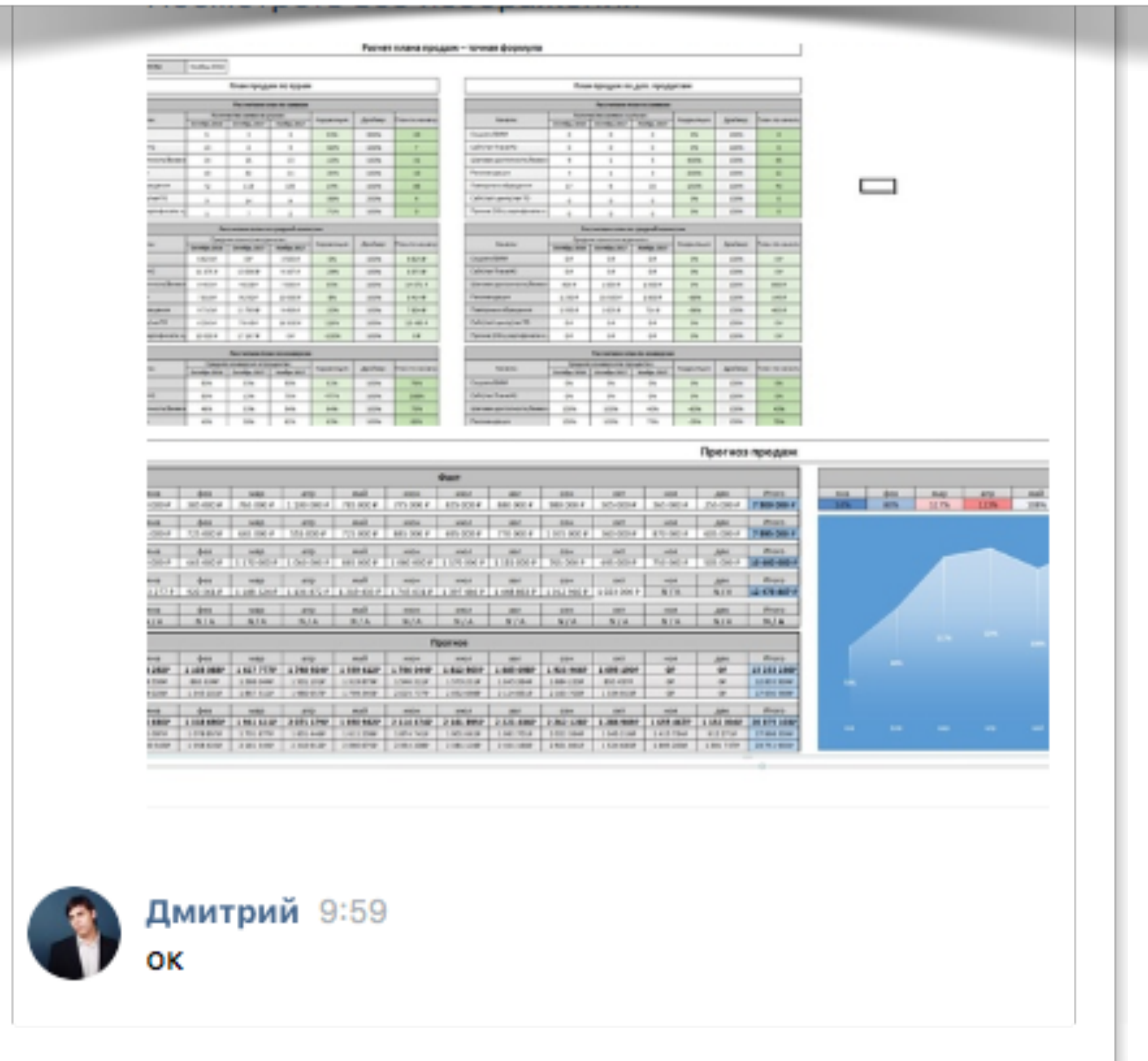
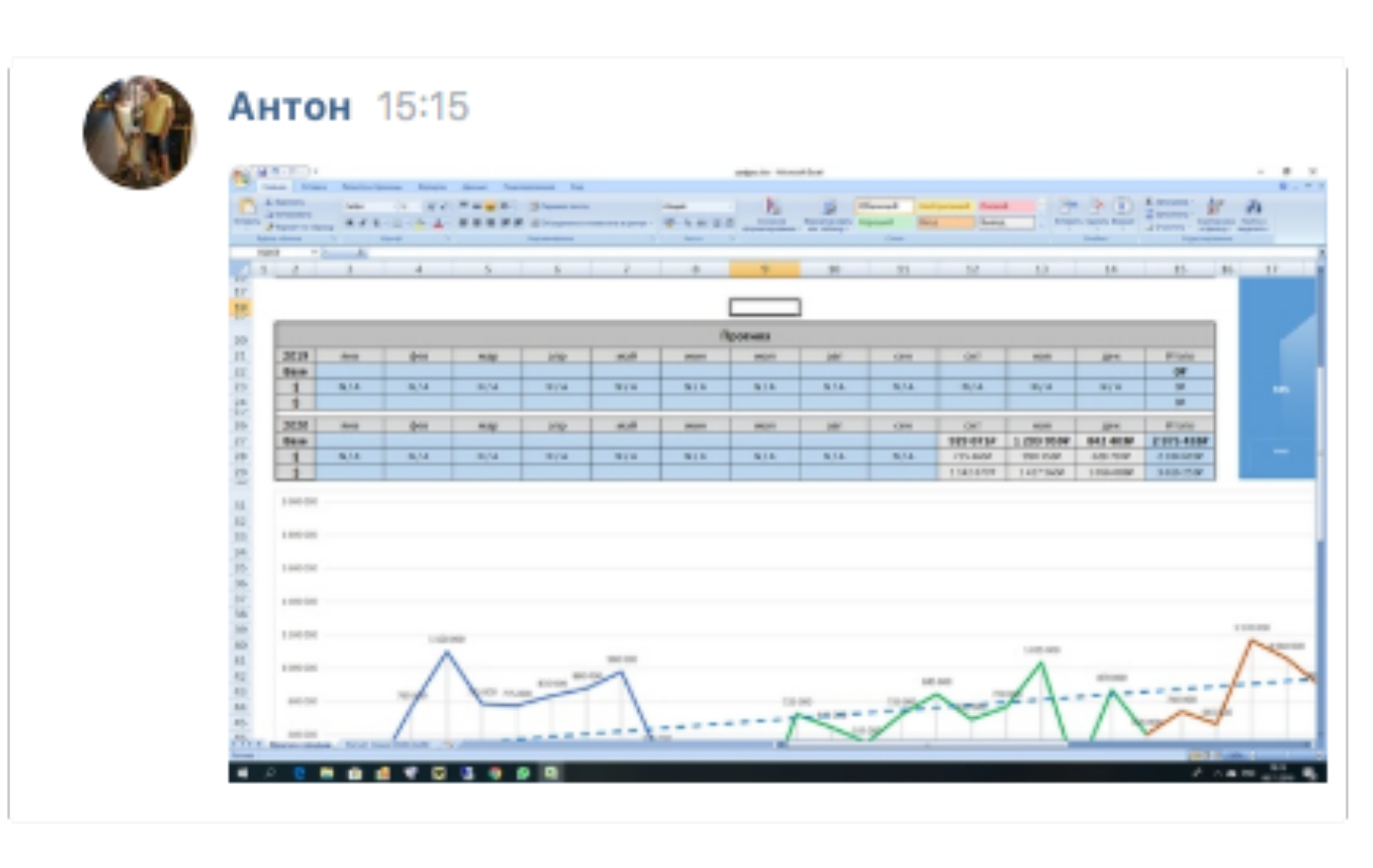
**Выписка билетов в выходные дни при недостаточном размере депозита:** В случае, если по каким либо причинам размера депозита не хватает для выписки билета, баланс можно пополнить одним из ниже перечисленных способов:

- Оформить гарантийное письмо (ГП) поставщику. Образцы ГП расположены на google.Диск в разделе "Документы" - "Гарантийные письма".
- Пополнить баланс корпоративной картой компании. Для этого необходимо сообщить об этом исполнительному директору.
- Оплатить другим доступным способом поставщику (Сбербанк онлайн/Связной и т.п.).

## Задание №6: прогноз продаж и план по продажам

- 0 - добейтесь соблюдения стандартов ведения CRM, которые мы обсуждали в 6'м дне программы;  
**Чтобы мы зачитали вам выполнение задания 6'го дня,**  
**разместите тут пост-отчёт, включающий в себя:**  
 1 - скриншот страницы с расчётом прогноза продаж и историйности по вашему агентству;  
 2 - скриншот расчёта плана по продажам на ноябрь.

**Выполнение (отчёт участника): цифры в таблицах - комиссия**  
**часть цифр изменена по соображениям конфиденциальности**



# Задание №7: нарезка плана по менеджерам + фин.мотивация

1. Разберитесь, как работает механизм распределения плана по менеджерам, зарплатный блок, фактеризация, аналитика и прочие элементы КРП'ника (посмотрите видеоинструкции от Михаила);
2. Сгенерируйте под себя файл-фактеризатор на ноябрь, заполните, начните вести в демо-режиме;
3. В декабре:
  - если раньше НЕ пользовались КРП'ником -> 2й шаг внедрения ИЗ;
  - если вы раньше пользовались КРП'ником -> переходите на новый;

Чтобы мы засчитали вам выполнение задания 7'го дня, разместите тут пост-отчёт, включающий:

- пояснения в свободной форме о том, какую модель начисления вы выбрали (fix / прогр. %);
- скриншот из гуглдокс, на котором видно распределение плана одного из ваших офисов по МППТ;
- перечень бонусных задач, которые вы поставите своим МППТ в декабре.

## Выполнение (отчёт участника):

1. Разобрался, только жду видео по GD
2. Сделал Excel версию.
3. В декабре тестируем

Выбрал прогрес.%, в первую очередь из за того, что последний порог в fix'e ограничивает менеджера по верхней планке.

Допустим, "Цель" - 100 т.р. комиссия, если 7 порогов, то 7 порог = 161 тр. Менеджер сделал 200 тр., то он все равно получит бонус от 7 порога.

Бонусные задачи на декабрь:

1. Провести вебинар по о. Фукуок;
2. Выдать не менее 50 подарков постоянным туристам в офисе;
3. Получить не менее 5 отзывов от туристов с фотографиями
4. Сделать не менее 5 фотографий из жизни офиса для IG, и отправить их маркетологу.



## Задание №8: мотивация, карма, v&v

### Задания, не идущие в зачёт:

а. посмотреть бонусные видео по мотивационным фишкам / теориям мотивации и модели Макгрегора / управленческим приёмам (если ещё не смотрели) / найму персонала (min - про собеседования).

б. внедрять у себя в агентстве KPI / ИЗ / Карму в соответствии с обсуждённым таймингом.

Чтобы мы засчитали вам выполнение задания восьмого дня,

напишите в этой теме пост-отчёт, включающий в себя:

1. Предварительный список хороших и плохих дел (Карму) на первый месяц внедрения - по 5 штук;
2. Проведите мотивационное интервью с МППТ и поделитесь впечатлениями (в свободной форме);
3. Приложите к посту pdf'ку вашей версии документа "Стратегическая цель" (V&V's).

### Выполнение (отчёт участника):

1. Предварительный список хороших и плохих дел (Карму) на первый месяц внедрения - по 5 штук;

Мы используем практически все стандартные позиции для кармы, которые есть в таблице факторизации.

Плохие дела	Штраф	Хорошие дела	Бонус
Опоздал на работу	250р.	Взял видео отзыв у клиента	300р.
Опоздал на работу не предупредив об этом по телефону	300р.	Выложил пост в IG о жизни офиса	150р.
Негативный отзыв клиента о работе менеджера	400р.	Взял отзыв у клиента или рекомендацию у клиента	150р.
Допущена ошибка в договоре с туристом	500р.	Выход на работу в выходной или праздничный день	500р.
Не внесена информация о взаимодействии с клиентом в CRM	250р.	Получил от туриста фото с отдыха	150р.
Не знание рекламных акций турагентства	250р.	Подготовил презентацию или доклад по направлению	300р.
В CRM указан не корректный источник рекламы	250р.	Подготовил информацию для рассылки	300р.

2. Проведите мотивационное интервью с МППТ и поделитесь впечатлениями (в свободной форме);

Интервью провели с новыми сотрудниками. В целом, у нас это достаточно регулярная практика с сотрудниками. Информация которая появляется после интервью позволяет прогнозировать и планировать состав сотрудников в горизонте года работы и вовремя добирать нужных сотрудников. Это в свою очередь позволяет избежать провалов продажах и за нехватки кадров.

3. Приложите к посту pdf'ку вашей версии документа "Стратегическая цель" (V&V's).

### Стратегическая цель компании

Мы, в нашей компании, определи для себя ключевую цель нашей работы:

“Наша деятельность должна приносить выгоду всем участниками отношений:

- **нашими клиентами:** освобождения их личного времени от рутины организации отдыха, чтобы они могли уделять больше времени себе и своим близким;
- **собственникам компании:** приносить прибыль, чтобы развивать компанию в будущем;
- **сотрудникам компании:** возможность зарабатывать достойный уровень дохода, быть уверенным в завтрашнем дне и всесторонне развивать, как в профессиональные, так и личные качества.”

Для достижение этой ЦЕЛИ мы вкладываем большое количество материальных и человеческих ресурсов, постоянно совершенствуя все внутренние процессы компании, а также процессы взаимоотношения с нашими клиентами.

Мы отчетливо понимаем, что добиться взаимовыгодных отношений возможно лишь придерживаясь нижеприведенных принципов и ценностей.

### Наши ключевые ценности и принципы

**Личная ответственность.** Сеть туристических агентств Travel42 - это в первую очередь сплоченная команда профессионалов, каждый из которых разделяет нашу главную стратегическую цель. Мы осознаем свои возможности и понимаем свои зоны ответственности, поэтому ежедневно делаем всё возможное и немного больше, для достижения наилучшего результата - максимального удовлетворения потребностей наших клиентов и превышения их ожиданий от работы с нами по организации своего отдыха.

**Позитив и дружелюбие.** Для нас это не просто работа...это наша жизнь, поэтому любые сложности и препятствия мы встречаем с азартом и улыбкой. А ещё, стараемся «заразить» своим позитивом наших клиентов и сделать всё, чтобы после общения с нами, их настроение становилось чуточку лучше.

**Внимание к деталям.** Мы знаем, что бог и дьявол кроются в мелочах и лишь проявляя фанатичную внимательность ко всему, что мы делаем, мы сможем достичь истинного успеха. Поэтому мы перфекционистичны во всём...и особенно - во взаимодействии с клиентами и сопровождении заявок.

**Работа по внутренним стандартам.** Мы постоянно ищем и осваиваем лучшие практики — методы работы, которые позволяют нам добиваться максимальных результатов — и затем делаем их стандартом работы в наших офисах. Это позволяет нам работать эффективно и демонстрировать нашим клиентам высочайший уровень профессионализма и качества сервиса. Приняв стандарт, все мы неукоснительно следуем ему.

**Постоянное совершенствование стандартов.** Мы работаем по стандартам. Но это не означает, что мы не меняемся. Лучший стандарт - тот стандарт, который постоянно совершенствуется. Все мы открыты для обсуждения корректировок существующих стандартов и постоянно ищем новые и более эффективные способы выполнения нашей работы.

**Постоянное развитие, обучение и обмен опытом.** Мы верим в то, что настоящему великие цели достигаются лишь командами, люди в которых поддерживают друг друга. Каждый из нас обладает уникальным опытом и знаниями, поэтому мы с удовольствием обмениваемся ими и помогаем друг другу расти и развиваться во всем, что касается работы.

**Честность и взаимное доверие.** Наша команда - это наша вторая семья, поэтому мы поддерживаем в ней открытые и искренние отношения, основанные на честности и взаимном доверии.

## Задание №9: планёрки

### Задания, не идущие в зачёт:

- начните проводить ретроспективный анализ коммуникаций (видео уже есть на платформе);
- поживите пару недель в режиме ежедневных (утро+вечер) цифровых планёрок;

**Задание, которое нужно выполнить, чтобы мы засчитали вам прохождение 9'го дня:** выберите проблему, которую хотите решить в своём агентстве; пропишите себе сценарий адаптивной планёрки, за счёт которой вы эту проблему будете решать; проведите планёрку (по крайней мере первую итерацию); в этой теме напишите в свободной форме пост-отчёт, в рамках которого поделитесь впечатлениями и приложите к нему скрин/pdf сценария, который вы использовали в процессе.

### Выполнение (отчёт участника):

- Ретроспективный анализ делаем давно, 1 раз в неделю.
- Планерки цифровые еженедельные проводим. Ежедневно показатели все отслеживаем.
- Планерку провели - ответственных назначили - смотрим результат.

Задача №1 «Просрочка контакта»	
<b>Подводка</b>	Коллеги, у нас периодически появляются туристы, по которым допущена просрочка по дате контакта.
<b>Проблема</b> Почему это важно? Связь с деньгами!!!	Все вы понимаете, что конкуренция очень высока и если мы не будем соблюдать те сроки, которые были обозначены туристам или мы выставили, согласно регламента, то мы можем упустить момент, когда турист будет готов обсудить свой отпуск и с большой долей вероятности его может перехватить другое агентство. В итоге все затраты на привлечение/удержание этого туриста сделаны впустую! Помните, что сред.статистический турист приносит компании в периоде 15-20 лет около 400 т.р.
<b>Негативные примеры</b> Когда и как проблема проявляется? К чему это приводит?	Я вижу, что по прошлому году порядка 10% обращений мы потеряли из за того, что не вовремя позвонили! А это около 600 контактов из которых 200-250 туристов купили бы туры, а это порядка 2 млн.прибыли нашей компании.
<b>Позитивные примеры</b> Каким образом проблема решается? К чему это приводит?	Я вижу, что некоторые из сотрудников показывают позитивный пример и распределяют свои излишние контакты по своим коллегам! И это дает свои плоды, офис выполняет и перевыполняет свои планы.
<b>Что теперь делаем?</b> Связь со стандартами и vision & values.	Я считаю, что мы с Вами должны быть лучшими во всех аспектах взаимодействия с туристом, поэтому просрочка недопустима! Если Вы видите свой план на неделю по контактам и понимаете, что он перегружен, прошу согласовывать перенос каких либо контактов с руководителем отдела продаж или распределять по сотрудникам своего офиса.
<b>Сбор обратной связи</b> Устранение возражений	Хотелось бы услышать ваше мнение по этому поводу.
<b>Контроль</b> Как будет проверяться выполнение/исправление?	Контроль на своевременным контактом с туристом возложена на руководителей офисов. В начале рабочего дня все руководители офисов присылают в общий инфо чат данные по просрочкам каждого из сотрудников. В случае просрочки контактов, начальник отдела продаж заносит в карму.
<b>Итоговое напутствие</b> Что нам даст изменение в работе (процесс + \$)? Вера в сотрудников!	Я уверен, что вы все нацелены на результат, поэтому карма у всех будет положительная!

## Задание №10: скрипты телефонных переговоров

Чтобы мы засчитали вам выполнение задания 10'го дня, выложите в эту тему пост-отчёт в свободной форме, включающий в себя:

1. Перечень ошибок, которые конкретно ваши менеджеры допускают при общении по телефону;
2. Впечатления от старта внедрения новой версии телефонных скриптов.

**Выполнение (отчёт участника):**

У нас прям сформировался список косяков после ретроспектив за 3 года:

1. Не "закрывают" на встречу в офисе
2. Дают ту информацию, которую турист не запрашивал
3. Нет дожима по выяснению потребностей до самой сути
4. Редко обращаются по имени в процессе общения
5. Тяжело подстраиваются под обратную связь от клиента так сказать " гнут свою линию".

Новые скрипты будем внедрять после НГ, когда отработаем их на тренингах.

## Задание №11: скрипты переговоров на встречах

Чтобы мы засчитали вам выполнение задания 11'го дня, выложите в эту тему пост-отчёт в свободной форме, включающий в себя:

1. Перечень ошибок, которые конкретно ваши менеджеры допускают при общении на встречах;
2. Впечатления от старта внедрения новой версии скриптов встреч.

**Выполнение (отчёт участника):**

1. Перечень ошибок, которые конкретно ваши менеджеры допускают при общении на встречах;

Да перечень ошибок стандартный в зависимости от квалификации менеджера, начиная от "не обращаются по имени", заканчивая "не взяли контакты друзей/знакомых, кто собирается в отпуск".

2. Впечатления от старта внедрения новой версии скриптов встреч.

Скриптами новыми пока не занимались, будем январь/февраль внедрять.

## Задание №12: правила торга / выдачи скидков

Чтобы мы засчитали вам выполнение задания 12'го дня, выложите в эту тему документ, регламентирующий политику скидков в вашем агентстве (и комментарий в свободной форме к нему).

Выполнение (отчёт участника):

Делаем скидки, иногда 😊

### Travel42.ru

онлайн-магазин путевок

#### Программа лояльности для туристов

Данная программа направлена на смещение акцента работы с постоянными туристами от раздачи денег (предоставление скидок) на предоставление альтернативных выгод туристу (подарков за накопленные бонусы), что позволит дистанцировать работу нашей компании от работы других турагентств.

**Период действия:** на постоянной основе

**Кому выдавать:** Клиент, который в период с 2010 по 2017 купил хотя бы один пакетный тур (авиаперелет + проживание + трансфер).

#### Правила использования карты

##### Для выдачи карты необходимо:

1. В карточке клиента выбрать вкладку «Бонусы»
2. На против строчки «Бонусная карта» нажать «Создать»
3. В появившемся окне заполнить поля:
  1. Номер карты — ввести номер. Который написан на карте, которая выдается туристу (Например, «101»)
  2. Количество бонусов балов «0»
  3. Карта выдана клиенту — если создаете карту из карточки клиента, то ФИО встанет автоматически, если же создаете карту из раздела «Бонусы» - «Бонусные карты», то введите ФИО клиента вручную.
  4. В графе «Прикрепленный менеджер» выбрать ответственного сотрудника, за которым закреплен данный клиент.
  5. Нажать «Сохранить».

##### Как начисляются бонусы:

Бонусы автоматически начисляются при выборе статуса заявки «Документы выданы».

##### В какой размере начисляются бонусы:

Бонусы начисляются в размере 1% от суммы оплаченной заявки (Например, стоимость тура 100 000 руб., клиенту на карту будет начислено 1000 бонусов).

##### Как клиент может узнать остаток бонусов:

Клиент может узнать у своего персонального менеджера баланс карты покупателя.

##### На что можно потратить бонусы:

Бонусы можно потратить на фирменную сувенирную продукцию Т

##### Как списывать бонусы:

Для этого менеджеру нужно:

1. Открыть заявку клиента
2. В разделе «Заказчик (Покупатель)» в колонке «Бонусная карта»
3. В открывшемся окне выбрать:
  1. «Операция» - «Списать»
  2. «Количество баллов» - ввести сумму баллов всей сувенирной продукции, которую выбрал клиент (сумма баллов за продукцию не должна быть больше, чем на счете)

### Travel42.ru

онлайн-магазин путевок

3. «Причина начисления» - выдача сувенирной продукции и наименование того, что и в каком количестве было выдано.
4. «Дата сгорания баллов» - ничего не нужно вводить.

**Может ли клиент потратить больше баллов, чем у него есть на балансе карты:** нет

**Что будет с остатком бонусов:** бонусы начисленные за туры не имеют ограничения по сроку использования

**Можно ли обменять бонусы на деньги:** нет

**Можно ли оплатить бонусами туры, страховки, авиабилеты:** нет

##### Как клиент может увеличить свои бонусы:

Он может передавать свою карту друзьям и знакомым. После того как в заявке по карте клиента, будут выданы документы, ему автоматически будет начислены бонусы в размере 1% от суммы тура друзей, знакомых на бонусный счет.

Для этого менеджеру нужно:

1. Открыть раздел «Бонусы» - «Бонусные карты» найти карточку клиента — владельца карты
2. Нажать «Начислить/списать»
3. В открывшемся окне выбрать:
  - a. «Операция» - «Начислить»
  - b. «Количество баллов» - ввести сумму баллов в размере 1% от суммы заявки клиентов, по данной карте
  - c. «Причина начисления» за рекомендацию по заявке .... (указать номер заявки)
  - d. «Дата сгорания баллов» - ничего не нужно вводить.

**Может ли быть программа изменена:** Да, актуальная программа будет на сайте travel42.ru в разделе «Скидки и акции» - Программа лояльности «Travel42 CLUB».

##### Почему мы работаем именно так?

**Выгода менеджеров:** работая так, ты вовлекаешь туриста в продвижение нашей компании и твоих услуг за счет брендированной сувенирной продукции, которую получают твои туристы при покупке тура, среди других туристов -> а это дополнительные туристы "по рекомендации".

**Выгода агентства:** используя программу лояльности вместо скидков мы отстраиваемся от других ТА -> турист получает, не просто скидку "1000 р.", а эмоции и осязаемость вещей при покупке тура!

### Travel42.ru

онлайн-магазин путевок

#### Регламент предоставления скидков

Перед тем как предоставить скидку по туру, менеджер должен быть уверен, что были использованы все методы отработки с возражениями.

Если все таки скидку делать нужно, то используется следующая модель расчета диапазона скидков в зависимости от комиссии по туру.

##### Размер комиссии по туру:

Менее 6000 руб - скидки не делаем.  
От 6000 до 8500 руб - Максимальная скидка с тура от 500 до 1500 руб.  
От 8500 до 12.500 руб - Максимальная скидка с тура от 500 до 3000 руб.  
От 12500 до 15000 руб - Максимальная скидка с тура от 500 до 5000 руб

На туры с комиссией от 15000 до 50000 руб. скидка обсуждается индивидуально с руководителем отдела продаж!

**На туры с комиссией от 50000 руб. скидка обсуждается индивидуально с Директором!**

# Задание №13: памятка по стране

**Задание, которое идёт в зачёт:** сразу после эфира 'забронируйте' за собой страну в комментариях -> для этого просто напишите сообщение, в теле которого есть только название страны -> у вас есть время до 14'го января, чтобы встроить в этот пост документ-памятку по выбранной стране, написанный по шаблону, который мы выдали вам на эфире.

## Выполнение (отчёт участника): Кипр.

### Кипр

#### Виза и таможня

Консульством Кипра введен упрощенный способ въезда в страну ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО для граждан РФ (про-виза). По «про-визе» граждане РФ имеют право посетить Кипр со сроком пребывания до 90 дней. Срок действия паспорта для оформления «про-визы» должен составлять не менее 6-ти месяцев со дня начала тура. На каждого туриста заполняется отдельная «про-виза», имеющие действующую многократную Шенгенскую визу (категория «туризм») хотя бы одну поездку в страну, выдавшую эту визу, могут въезжать на Кипр без оформления «про-визы». При бронировании таких туристов необходимо проверять количество дней для пребывания на Кипре. Кипрская виза продолжает оставаться сутобо национальной и не дает права ее предъявлять для посещения стран зоны Шенгенского соглашения.

При следовании через таможенную границу Таможенного союза (Россия, Беларусь, Казахстан, Кыргызстан, Таджикистан) таможенному декларированию не подлежат: 

- возимые товары, таможенная стоимость которых не превышает 10 000 евро (или эквивалентная сумма в национальной валюте);
- возимые и вывозимые наличные денежные средства (банкноты, кассовые чеки, чеки на денежные переводы, чеки на наличные переводы, чеки на переводы по кредитным картам, чеки на переводы по банковским картам), за исключением монет из драгоценных металлов и (или) дорожные чеки, превышающие в эквиваленте 10 000 долларов США;
- возимые алкогольные напитки в количестве, не превышающем 3 л. для лиц достигших 18-летнего возраста;
- технические средства, не имеющие функции шифрования.

На таможенную территорию Таможенного союза с освобождением от уплаты таможенных пошлин, налогов можно ввозить для личного пользования табак и табачные изделия: сигареты (или 250 г табака, либо указанные изделия в ассортименте общим весом не более 1 кг) и табачные изделия, достигшие 18-летнего возраста.

Перечень товаров, в отношении которых установлен разрешительный порядок ввоза на территорию Евразийского экономического союза и (или) вывоза с таможенной территории Таможенного союза, утвержденный приложением № 2 к решению экономической комиссии от 21 апреля 2015 г. № 30.

К примеру, данный перечень содержит упоминание о фенотропных препаратах (7-дигидро-1Н-1,4-бензодиазепин-2-он), который включен в список наркотических веществ и их прекурсоров. Осуществление вывоза и ввоза такого препарата специального таможенного декларирования и документального обоснования и лекарственного средства.

Получить актуальную информацию по вопросам таможенного оформления, запрещенных к перемещению через границу либо в отношении которых таможенной декларацией, возможно на официальном сайте Федеральной таможенной службы России [www.customs.ru](http://www.customs.ru) и официальном сайте Евразийской экономической комиссии [www.eurasiancommission.org](http://www.eurasiancommission.org)

Стоит обратить внимание, что к не европейским странам относится и северная часть Кипра, которой осуществляется таможенный контроль. Если турист ввозит какие-либо товары, он обязан заявить о них при пересечении границы между двумя частями острова.

Без соответствующего разрешения запрещен ввоз наркотиков и наркосодержащих веществ, некоторых медикаментов, оружия, боеприпасов и взрывчатых веществ.

Согласно решению Европейской комиссии своим багажом туристы могут ввозить продукты питания, молочно-кисломолочные продукты, мясные продукты, алкоголь и т.д. Остальные продукты питания

Растения, животные и продукты растительного происхождения должны быть предекларированы в таможенной службе. Домашние животные должны иметь справку о прививках, выданную за 10 дней до отъезда, а также ветеринарный сертификат международного образца.

Вывоз с территории Кипра древностей, в том числе камней с археологическими предметами, найденных на дне моря, запрещен. При обнаружении в багаже нарушитель подвергается уголовному преследованию.

#### Безопасность

В стране безопасно. На Кипре нет никаких опасных насекомых и морских гадов, во время поездки можно пить без опаски.

Уличная преступность — редкость, забрав в ресторане мобильный телефон, можно с ним на следующее утро. Однако провоцировать потенциальных преступников нарочито демонстрировать крупные суммы денег, гулять в одиночестве по ночам в безлюдных местах не рекомендуется.

На Кипре непривычно для россиян левостороннее движение, поэтому на дорогах и в населенных пунктах необходимо соблюдать осторожность. За вождение в нетрезвом виде здесь сразу отправляют в суд (как правительственный работник), где определяют сумму штрафа, который можно оплатить неуплатой в течение двух недель, сумма удваивается.

Киприоты очень доброжелательный народ, но оккупация Турцией северной части острова и в разговорах ее лучше не касаться.

#### Про деньги

Кипр является членом Еврозоны с единой валютой - евро. Наличную валюту можно обменивать в банках или обменных пунктах. Сам обмен будет в банке, однако кипрские филиалы не всегда расположены в непосредственной близости к отелям и работают только с 08:30 до 13:30 с выходными в субботу. В большинстве курортных городов Кипра банковские карты принимаются в ресторанах и отелях, магазинах и сувенирных лавках.

#### Транспорт

Общественный транспорт на Кипре развит не так сильно как в других странах. Местные жители предпочитают передвигаться на машинах, а туристы берут такси. Тем не менее, самый распространенный общественный транспорт — автобусы. Автобусы ходят до 17:00, по субботам лишь до обеда. Всегда необходимо проверять остановки. Стоимость проезда варьируется от 2 до 10 евро. Можно купить билет на несколько поездок, причем не самый дешевый — такси. Оно работает по вечерам и можно вызвать такси по телефону. Оплата производится по времени суток и дня недели.

#### Аренда автомобиля

На ж/д вокзалах, в аэропортах, крупных отелях и прокатных фирмах можно арендовать автомобили. Машины предлагают международные компании, а также местные предприятия. Условья аренды обычно ниже, а уровень — не хуже. Основные условия — наличие международного водительского удостоверения не менее года стажа вождения и возраст старше 21 года. В аренду обычно включают страховку, топливную карту и парковочный талончик.

#### В отеле

В отелях, причем даже 2\* и 3\*, как правило, оплата производится по времени суток и дня недели.

- 26806060 — Пафос
- 90901400 — справочная больниц

#### Язык

Официальным языком на Кипре является греческий. Повсеместно используется также французский и немецкий. Турецкое население говорит на родном языке.

#### Что привезти с Кипра на память

Побывав на любом из курортов Кипра, захочется увезти с собой частичку этих мест, напоить теплой и уникальной историей этого прекрасного острова. Приобрести традиционные сувениры можно на любой из улочек, где расположены сувенирные лавки или на улочках с распространёнными сувенирами и поделками:

- Лефкандитика — двусторонняя вышивка ручной работы с традиционными геометрическими орнаментами из деревни Лефкары. Бывает только трех цветов: белого, фиштановой и салатового. Салфетки и скатерти из Лефкары будут великолепным подарком, привезенным с Кипра.
- Командария — густое сладкое десертное вино. Лучший сорт — «St. John» с черной смородиной.
- Статуэтка богини любви и красоты Афродиты.
- Фигурка ослика.

#### Что посмотреть на Кипре

Кипр — страна с богатым историческим и культурным наследием. Обратите внимание на следующие популярные достопримечательности острова: 

- Никосия — столица Кипра с X века н.э. Это настоящая архитектурная и историческая сокровищница страны. Здесь находится Кафедральный собор Святого Иоанна, Музей народного искусства, Венецианская стена. Врата Фамгусты — муниципальный культурный центр. Старый город «Ликия Гитония» (соседский квартал) известен магазинами.
- Лимассол — второй по величине город острова. Архитектурные памятники города и окрестностей — настоящие свидетели бурной истории Кипра. В археологическом музее расположен в замке, где по преданию в 1191 году Ричард I Львиное Сердце был захвачен и заключен в тюрьму. В музее хранятся уникальные экспонаты материальной культуры прикладного искусства разных эпох.
- Замок Калосси — прекрасный пример средневековой военной архитектуры. В 1291 году он был разрушен на острове рыцарей-госпитальеров ордена святого Иоанна Иерусалимского. Они занимались выращиванием сахарного тростника и виноградарством. Они занимались выращиванием сахарного тростника и виноградарством. Они занимались выращиванием сахарного тростника и виноградарством.
- Бухта Афродиты — место рождения богини любви и красоты. Купание в этой бухте — традиция, ведь по легенде вода, касавшаяся тела богини, обладает волшебной силой и навсегда сохраняет свежесть и обаяние юности.

#### История и наследие

Киприотов отличают гостеприимство и доброе расположение к людям. Русские туристы чувствуют себя на Кипре особенно комфортно. Это объясняется, видимо, историческими узами, которые существуют между нашими народами, и не в последнюю очередь, общими корнями православного христианства. Кипр стал одним из первых государств, принявших эту религию. Христианских памятников привлекает обилием сохранившихся христианских святынь. Большинство киприотов исповедуют православие, меньшая часть — мусульманство.

Для Кипра традиционна сиеста (последоведный отдых в самое жаркое время дня), которая длится с 14:00 до 18:00. Основной транспорт на острове — автомобили и автобусы. Дорожное движение осуществляется по левостороннему правилу. Признаны международные и иностранные водительские права. Есть множество пунктов проката автомобилей.

Киприоты широко экспортируют одежду, обувь, кожаные изделия; разнообразные овощи, картофель, цитрусовые, виноград и знаменитые вина. Кипрские вина считаются древнейшими в мире, они упоминаются уже в «Илиаде» Гомера. Как свидетельствуют исторические хроники, кипрским винам отдавали предпочтение еще древние римляне. На состоявшейся в Лимассоле в 1191 году свадьбе британского короля Ричарда Львиное Сердце и Беренгарии Наваррской рекой лилась «Кумандария» (Commandaria) — густое красное вино, которое до сих пор производится на Кипре. «Кумандария» была популярна в средние века при дворах английских и французских королей, а также в

Венеция. Кипр — признанный производитель не только вина, но и бренди, коньячного спирта, ликеров, шерри и ую-анисовой водки.

Национальная кипрская кухня чем-то напоминает кавказскую: в ней также сильны влияния арабского и турецкого кулинарного искусства. Самая популярная закуска — шашлык, завернутый в лепешку («souvlaki slip pitta»), и кипрский сыр («halloumi»), подаваемый в натуральном или жареном виде. Баранину, говядину и свинину на Кипре обычно жарят на углях, запекают в глине или в горшочках с луком, лавровым листом, перцем и другими специями. Очень вкусно готовить рыбу, осьминогов, крабов, креветок, устриц, мидий. Из сладких блюд наиболее традиционны: зеленые грецкие орехи в сиропе; ризогладо (сладкая рисовая каша с корицей); халва, приготовленная из манной крупы и орехов с добавлением сахара, меда и растительного масла; баклава; каланди и другие восточные сладости.

Путешествующие должны быть осторожны в выборе кипрской кулинарной экзотики: во-первых, непривычная пища может не подойти для желудка, во-вторых, необходимо знать некоторые тонкости — например, нельзя запивать осьминогов водой, от этого они разбухают и постепенно заполняют весь желудок. В кипрских ресторанах (а также в такси и др.) принято оставлять чаевые: 10% за обслуживание и 3% в пользу кипрской организации по туризму. Киприоты очень жизнерадостны. В каждом городе острова есть свои веселые праздники и фестивали. Особенно популярны красочные праздники цветов, апельсинов, воды и вина. Восходящий к древнегреческим «винтерням» весенний праздник цветов проходит на Кипре в мае. Организуются большие выставки цветов, во многих городах проводится «парад цветов». Праздник апельсинов бывает в январе-феврале в районах проживания беженцев из Фамгусты.

В мае-июне (через 50 дней после Пасхи) в приморских городах устраивается необычный праздник воды — Катаклизмос. Истоки его восходят к древнейшим праздествам в честь Афродиты. В этот день киприоты обливают друг друга водой; проводят соревнования по морским видам спорта, поэтические конкурсы, концерты художественной самодеятельности, выставки народного творчества.

Большой популярностью пользуется проводимый в сентябре в Лимассоле фестиваль вина. Программа праздника включает бесплатную дегустацию кипрских вин, концерты и театральные представления. В июле-августе на острове проходит Фестиваль древнегреческой драмы. Представления даются в древнем амфитреатре Курюна (в 19 км от Лимассола), в пафосском Олеоне, в форте Ларнаки и на Монастырской площади в Айа-Напе.

На Кипре в большом почете все христианские праздники, в особенности Воскресение Христово (Пасха) и Рождество; турки-киприоты отмечают также мусульманские праздники, среди которых самые большие — «Рамазан-Байрам» и «Курбан-Байрам». На масленицу в городах и деревнях проходят карнавалы. В кипрских деревнях до сих пор жива традиция «панциров», сельских праздников, приуроченных ко дню местного святого.