



# Вдовина Наталья Владимировна

Управляющий собственник,  
Россия, Орехово-Зуево

Итоговый отчет о результатах за время участия в программе

Эталонное управление продажами: **Внедрение**

Турагентства:  
**Горящие туры**

В турбизнесе 3 года,  
присоединилась к TurMarketing в прошлом году

Структура:  
1 офис / 0 менеджеров

*“ Мой главный результат от прохождения программы: теперь системный подход! Каждое действие, как управляемый процесс, который выполняется по регламенту, потому что, на все есть контекст! ”*

Наши продажи = мои продажи, я бы сказала стали качественней, работаю над уменьшением длины сделки, потому что много обращений; в сравнении с январем 2018г. – на 200% выше, теперь есть с чем сравнивать. Стало еще интересней работать, желание развиваться, становиться компетентней, а главное управлять процессом, наблюдать, как влияет, действие, та или иная фраза на поведение, принятие решения Туристом.

## Итоговый отзыв о прохождении программы:

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

Теперь системный подход! Каждое действие, как управляемый процесс, который выполняется по регламенту, потому что на все есть контекст; стала замечать, это за собой, теперь это приобретенная привычка! Все налаживаю постепенно и знаю в каком направлении двигаюсь: технологии, стандарты, психология, есть рамки и дальнейшие шаги. Все недостатки вышли наружу, теперь понимаю, где были узкие места, над чем необходимо работать, как нельзя, ретроспективный анализ - дает определенный положительный результат - это факт.

Разобралась KPI показателями, теперь понятно, на что можно влиять и как управлять. Ставлю ежемесячный план, печаль, что нет историйности, вместе с тем, достаточно показателей, за прошлый год, в цифрах, анализируя деятельность, понимаю, где и что можно было лучше, какие совершены ошибки, а это опыт.

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

Скрипты - постепенно использую, не в полном объеме, когда отклоняюсь, сразу внутренний протест, что не так, потому что понимаю значимость и логичность, ломает, когда по подборке сразу не отзваниваю, минус в свою карму! Проблемы с самодисциплиной! Спасибо ТМ, что научили бороться, избавилась от multitask`а, рационально использую самое дорогое - время!

Реактивацию - вывела на постоянный должный уровень (теперь по ТМ).

ПостПродажное обслуживание использовала и раньше - теперь станет более качественным (с раздаточными материалами, которые на днях придут из типографии - очень красивые и сочные; до этого пользовалась версией ТМ с Марафона).

### 3. Как за счёт этого изменились

- **Мои менеджеры:** Единственный менеджер после отпуска не вернулась (честно скажу - не возвращала; протестировать не успела - интересно, совпали ли бы мои ощущения с результатами, думаю, да; тестировалась сама, ухх- гремучая смесь, мало управленческого опыта, обязательно пересмотрю свои результаты через пару лет). Привела CRM в соответствие, модель приоритизации теперь во всех процессах - как в текущих, так и в продажах; этапы и алгоритм доведения до продажи; результаты только радуют - весь год теперь расписан на запуски и процессы, которые в скором времени наполнятся точным контекстом.

- **Наши продажи = мои продажи.** Я бы сказала, стали качественней: работаю над уменьшением длины сделки, потому что много обращений; в сравнении с январем 2018г. на 200% выше (теперь есть с чем сравнивать), а ноябрь и декабрь 2018г. понимаю: просели все, вместе с тем, было достаточно времени для разработки стратегии развития, самообучения, приведения в порядок материала для использования и переработки под себя - его более чем достаточно.

- **Лично я:** стало еще интересней работать, появилось желание развиваться, становиться компетентней, а главное - управлять процессом - наблюдать, как влияет действие / та или иная фраза на поведение, принятие решения Туристом. Меняется модель взаимоотношений: теперь еще бережнее отношусь к постоянным Туристам, радуют Новые, с которыми только еще будут выстраиваться здоровые

взаимоотношения; к контактам (скоро все пригодится, для e-mail рассылок); все в CRM, бух.учет - в том числе, напоминания, статусы - все проверяется и контролируется на качественно новом уровне!

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

Доучиться правильно планировать. :) Стажировка, книга Менеджера (доработать), аттестация - все есть...осталось...найти новых сотрудников. Подготовлюсь и начну. Книгу процессов Директора (доработать) и на стол, summary/таблицу, из всех своих наработок - в структуру. В общем, нужно максимально продуктивно использовать все, что теперь есть и все, чему ТМ научили. Рост - неизбежен. Правда вот время...его никогда не хватает! :)

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

"Контент=Король", не мною сказано, но в ТМ это так! Впечатления неоднозначные, потому что от себя не ожидала внутренних барьеров. Ломаю: внедрение скриптов, неоцифрованные процессы, воронку продаж без историйности, и планы 'на амбициях'. И радостно и грустно - без эмоций не умею. Главное, все теперь предельно понятно: заданы четкие, правильные и ясные рамки, прозрачный функционал - иди и делай на всем готовом! Знаю теперь, какие именно люди нужны и должны быть вовлечены в деятельность! К материалам возвращалась в процессе и буду возвращаться не раз.

#### **ТЕПЕРЬ ГЛАВНОЕ:**

Дмитрий, Михаил, Тимофей и все те, кто принимал участие в создании этой Уникальной программы...СПАСИБО за неиссякаемую позитивную энергию, ваш скрупулезный труд, который нам всем помогает стать профи и построить эталонные агентства: эффективно развиваться, менять представление о Турагентах в целом и зарабатывать, избегая ошибок, которые зачастую стоят немалых денег!

#### **СПАСИБО и до новых встреч, конечно! Вы у меня теперь есть и это Круто!!!**

P.S. И еще спасибо Коллегам, которые делятся опытом! Кто давно с ТМ - не ревнуйте :) только вместе Мы сможем в лучшую сторону изменить состояние текущих дел на рынке Туруслуг. В любом случае, один и тот же материал будет использован каждым в свойственной только ему манере, со своей интерпретацией и вишенкой на торте - в этом и есть уникальность Турагентства! Спасибо за новых друзей, которые появились, благодаря этому проекту, за позитивную дружную атмосферу! До встречи на новых программах и Live-эфирах! Пишите, звоните - всегда открыта для общения!

# Задание №1: бизнес-процессы менеджеров

1. распечатайте чек-лист эталонных менеджерских процессов, который мы выдали вам на 1'м дне программы. отметьте галочками то, с чем у вас всё ОК; крестиками - то, с чем у вас есть проблемы; прокомментируйте крестики - напишите, почему не получается; итог сфоткайте и приложите к посту-отчёту.

2. напишите в посте-отчёте, какие два 'крестика' вы превратите в 'галочки' за октябрь (и как). Третий ваш 'крестик' мы уже выбрали ЗА вас - это модель приоритизации обращений/заявок, по которой должны начать работать ваши менеджеры.

3. напишите в посте-отчёте, какие три процесса (не связанные с непосредственно продажей тура) вы бы добавили к этому перечню процессов.

4. опишите (прямо в посте-отчёте) один из процессов, обозначенных в пункте №3, аналогично тому, как мы описали для вас менеджерские процессы.

## Выполнение (отчёт участника):

Занесла на октябрь

процесс	X/V	комментарии
Каждое входящее обращение должно быть классифицировано	V	спрашу парадокс, а не классифицировано
Обращения аккумулируются в одно место, откуда затем распределяются по МПГТ	V	не знаю, как это работает
По каждому обращению мы собираем все необходимые для продажи тура контакты	X	мы не собираем все контакты
Каждое обращение, по которому собран мин. необходимый набор контактов - fix в CRM	V	fix в CRM
Новым обращениям - МАКСИМАЛЬНЫЙ ПРИОРИТЕТ	V	fix в CRM
Работая с обращениями и заявками, расставляй приоритеты правильно (модель приор-и)	V	расставляю приоритеты
По каждому обращению / заявке в CRM обязательно должно быть действие-напоминание	X	в CRM не ставлю напоминания
Отрабатывая с обращениями / заявками, используй алгоритм доведения клиента до сделки	V	
Общайся с туристом в наиболее результативном канале коммуникаций	V	
Продажа начинается с досконального сбора потребностей	V	собираю потребности
Упрости клиенту выбор вариантов	V	предлагаю варианты
Клиента заинтересовал вариант - фиксируй его выбор, подтверди дедайнм и сразу оформляй (бери \$ и паспорта)	V	
Клиент говорит, что ему надо "подумать" или высказывает возражение - отработай с этим.	V	

1. распечатайте чек-лист эталонных менеджерских процессов, крестиками - у нас объективно есть проблемы со сбором эл. адресов, проблема в нас самих, забываем, не спрашиваем, не у всех следующее касание по ППО, т.к. у многих как показывает анализ не известны даты следующего или непонятки с отпуском, в целом по каждому пункту можно найти недочеты, нужно нарабатывать опыт в ведении и управлении системных процессов; итог скан во вложении).

2. превратим в 'галочки' за октябрь: 1 X - Сбор электронных адресов, от 70% до 100% (как? у некоторых ТО является обязательным при оформлении заявки, будем этим апеллировать, объясняя, необходимостью получения оперативной информации, проверки всех данных по заявке, (обычно у ТО всегда вбиваем свою, несем ответственность). Для чего, это нужно, для реактивации базы, использования в дальнейшей рассылке, внедрение ее планирую вначале следующего сезона. В результате проверки SRM выявилось, 2 X- Не у всех назначен статус «следующее касание», не такая объемная работа чтобы остаток октября этим заниматься, по - этому 3 X упор «на дожим к покупке», почему не получается: у менеджера не хватает уверенности, инициативы, компетенций перед опытным туристом, будем над этим работать, упор на ОБУЧЕНИЕ, т.к. наблюдается сезонный спад! Модель приоритизации обращений/заявок, у нас работает, вместе с тем на данном этапе нет такого входящего потока заявок, но все равно выделяем и понимаем ценность, это главное, так же постоянно на планерках разбираем причины, на каком этапе «слился турист» или «на паузе» делаем работу над ошибками, в перспективе усиление лидо генерации за счет рассылок и реактиваций.

3. напишите в посте-отчёте, какие три процесса (не связанные с непосредственно продажей тура) все процессы на мой взгляд, так или иначе связаны с продажами, т.к. это основная деятельность ТА, формализовать нужно все, например, от регламента продающего письма до его структуры и оформления, ввести сегментирование имеющихся контактов; процесс изучения информации направления и отельной базы умение акцентироваться на тонкостях, выделять самое главное, продажу дополнительных услуг: реализация годового полиса EPB, туристические сим-карты.

4. процесс Реализация годового полиса EPB, Изучить сайт раздела EPB, выделить самое основное, почему Туристу, это выгодно; Почему мы это вводим? Состояние рынка, обязывает обращать внимание на такие аспекты; Выгода менеджера: за каждый проданный ты получаешь бонус, на сегодняшний день, это лучшая страховая, ты проявляешь заботу, нарабатываешь лояльного туриста, полис по стоимости франшизы, за 30 Евро (по цене франшизы) при наступлении страхового случая, их расходы будут выше с детьми в особенности; действие один год, распространяется и на следующий сезон в т.ч., если путешествуют несколько раз в году очень удобно; пригодиться при оформлении визы;

Выгода агентства: Услуга опционально. Доп. заработок, спокойствие за туристов, если, наступит страховой случай, ему окажут своевременную, квалифицированную поддержку и помощь, лояльность, доп. привлечение и сохранение базы агентства.

## Задание №2: управленческие бизнес-процессы

- 1. распечатайте чек-лист эталонных управленческих процессов**, который мы выдали вам на 2'м дне программы. отметьте **галочками** то, с чем у вас всё ОК; **крестиками** - 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. напишите в посте-отчёте**, какие два 'крестика' вы превратите в 'галочки' за октябрь (и как). Третий и четвёртый 'крестики' мы уже выбрали ЗА вас - это модель приоритизации директора (№15) и проведение стратегических сессий (№20).
- 3. напишите в посте-отчёте**, какие три процесса вы бы добавили к этому перечню процессов (думайте в это время о ваших заместителях-управленцах).
- 4. опишите (прямо в посте-отчёте) один из процессов, обозначенных в пункте №3**, аналогично тому, как мы описали для вас управленческие процессы.

### Выполнение (отчёт участника):

процесс	X / V	комментарии
Каждый месяц Дир./Упр. ставит план по продажам (марже) на всё турагентство/офис и каждому менеджеру	V	
Дир./Упр. отслеживает конверсию обращения-продажа (по источникам получения   постоянным/новым клиентам)	V	
KPI напрямую влияют на зарплату работников агентства	X	Давно хотела разобраться и по-этому пришла на Эталонку
KPI встроены в процесс управления турагентством	X	Давно хотела разобраться и по-этому пришла на Эталонку
Кроме работы, непосредственно связанной с продажами, Дир./Упр. ставит перед подчиненными и другие задачи (ИЗ)	V	
Дир./Упр. регулярно проводит планёрки с менеджерами	X / V	Нет алгоритма проведения, больше дискуссия, разбираем узкие места
Дир./Упр. отслеживает глубинную мотивацию подчинённых	X	
Дир./Упр. проводит регулярную оценку менеджеров (раз в мес)	X / V	Ловлю как на хорошем, так и на плохом, хорошего больше
Дир./Упр. раз в месяц подводит итоги прошедшего месяца и актуализирует план развития каждого своего подчинённого	V	
Дир./Упр. создаёт условия для карьерного роста своих подчинённых (горизонтального и вертикального)	X	4 мес. Как работает менеджер (1Д+1М)
Дир./Упр. даёт обратную связь подчинённым своевременно, используя для этого метод "Тамбургера"	V	
Ставя подчинённым цели / задачи и передавая проекты, Директор/Управляющий использует специальный алгоритм	X / V	Стараюсь систематизировать
Вместо того, чтобы 24/7 заниматься текущей, Дир./Упр. делегирует её подчинённым	V	
Передача функционала подчинённым происходит регулярно и "поставлена на поток"	X /	ST/1, не могу этого позволить
Дир./Упр. делает ту работу, которая необходима для перехода агентства на следующую стадию развития	X /	Я понимаю в каком направлении нужно развиваться
Дир./Упр. следит за тем, чтобы каждый процесс, который работает в агентстве, был прописан и включён в книги Мен./Дир.	X /	За ними пришла на Эталонку
Мы работаем только с теми, кто принимает наши стандарты работы, неуоснительно следует им и помогает нам их улучшать	V	
Дир./Упр. обеспечивает проведение регулярных обучающих мероприятий для менеджеров агентства	V	
Ежемесячно Директор / Управляющий проводит ретроспективный анализ коммуникаций своей команды продаж	X / V	Начал внедрять после Марафона, но не постоянной основе
Ежегодно агентство формирует V&V на предстоящий год	X /	Планирую в конце этого года

1. чек-лист эталонных управленческих процессов, во вложении;

2. два 'крестика' буду превращать в 'галочки' за октябрь (и как). 1X- Ежемесячный ретроспективный анализ, начала внедрять на и продолжать после Марафона, потом разные причины: fan-trip, больничный; обратила внимание менеджер расслабилась, задумалась о видео наблюдении в будущем, когда не в офисе, хочется слушать и слышать общение на встречах с туристами, менеджеру параллельно со мной назначила вести ФРД со вчерашнего дня, сегодня комментарии, удивляется, куда время уходит). Продолжаю использовать приложение «Мои Звонки», с дальнейшим анализом по регламенту ТМ; 2X- Проведение планерок, ввести на постоянной основе, не посиделки за кофе, а более структурный подход, разработать план и по нему всегда отрабатывать, расширяя проблемные места по мере развития и роста компании;

3. напишите в посте-отчёте, какие три процесса вы бы добавили к этому перечню процессов: 1) передача функционала по ведению SSM, отнимает > время, как в процессе рабочего/после-рабочего/выходного дня в поисках контента, все ведётся в соответствии контент плана ТМ, с моей стороны разработать инструкцию, контроль контента и анализ ведения публикаций 2) процессы по маркетингу и привлечению новых клиентов, удержанию старых, один из самых сложных и емких процессов; 3) мероприятия по изучению конкурентов на постоянной/периодической основе.

4. Периодические мероприятия по изучению деятельности конкурентов, как процесс: наблюдения, оценка результатов их деятельности на основе: отзывов в интернете, форумах сайтах, справочниках города, туристов, обратившихся в наше агентство впоследствии или по случаю, тайный независимый покупатель, письменный запрос, телефонные звонки. Нас интересуют как позитивные, так и негативные стороны их деятельности.

- Оцениваем как имидж компании в целом, так и ее отдельных сотрудников, так складывается не субъективная, а общая картина организации-> анализируется на основе уже имеющихся данных;

- Анализируем их постоянных клиентов, отвечаем на вопросы что их привлекает? Полученные результаты обсуждаем, разрабатываем стратегию, предлагаем мероприятия по улучшению нашего развития и роста, именно на основе полученных результатов и имеющейся информации.

Почему мы это делаем так ?

У сотрудников появляется оценка, позитивной и негативной стороны деятельности: как работать лучше/нельзя, какие могут быть последствия, что необходимо предпринять, чтобы работать на опережение-> стать профессиональнее, лучше, как следствие добиться -> высоких результатов, начинают понимать, как и какие действия влияют на имидж сотрудников -> а они часть компании, т.к. в малом городе очень нужно беречь и поддерживать репутацию -> они работают качественно, приближаются к общей цели, быть №1.

## Задание №3: функционал директора

Что нужно сделать, чтобы мы засчитали вам 3'й день программы:

1. две недели вести ФРД (ручкой на листочках ("рыбы" - в теме "технологии планирования дир."));
2. провести анализ ФРД, сделав категоризацию по аспектам деятельности (пометки на полях);
3. сделать таблицу "переход на правильные приоритеты" -> 4 столбца: функционал (берём из ФРД), уровень приоритета текущий, уровень приоритета целевой, action-plan (пояснения будут на эфире);
4. затем сфотографировать всё, что получилось на шагах 1-2, сшить в pdf-документ (в редакторе, который позволяет вставлять картинки в документ и делать экспорт в pdf (на винде - ворд / на маке - пейджес или кейноут)), после чего объединить этот pdf-файл с файлом таблицы из пункта 3 в единый архив и прикрепить посту-отчёту через функцию 'choose file';
5. в самом посте-отчёте опишите то, как трансформировался ваш функционал и время, которое вы на его выполнение тратите, после внедрения модели приоритизации в вашу работу.

### Выполнение (отчёт участника):

Анализ ФРД, впервые попробовала на Марафоне ТМ, теперь не ново, штука эффективная, но для меня не применимая, учусь дисциплине на ТМ, что бы в дальнейшем выработать определенные привычки, которые хочу себе привить, написала в цели; трансформация происходит систематически сейчас в основном процессов в агенстве, что было по другому, а сейчас так. Анализ показал по факту из запланированного, что то возникает и незапланированного в принципе, потому что каждый должен заниматься своим функционалом; весь же мой и время в т.ч., в большей части на текучке, после внедрения (грубо сказано, больше применения) модели приоритизации в работу, постепенно некоторые процессы отодвигаются, сложилось чувство, что работаю в пол-ноги или головы; теперь №1 анализ ФРД Менеджера, которая параллельно со мной вела свою, будет, что обсудить на планерке в понедельник.

Фотография рабочего дня  
26.10.11 - 1 в. срис.

Временной интервал	
10:00-10:15	лече
10:15-10:30	...
10:30-10:45	...
10:45-11:00	...
11:00-11:15	...
11:15-11:30	...
11:30-11:45	...
11:45-12:00	...
12:00-12:15	...
12:15-12:30	...
12:30-12:45	...
12:45-13:00	...
13:00-13:15	...
13:15-13:30	...
13:30-13:45	...
13:45-14:00	...
14:00-14:15	...
14:15-14:30	...
14:30-14:45	...
14:45-15:00	...
15:00-15:15	...
15:15-15:30	...
15:30-15:45	...
15:45-16:00	...
16:00-16:15	...
16:15-16:30	...
16:30-16:45	...
16:45-17:00	...
17:00-17:15	...
17:15-17:30	...
17:30-17:45	...
17:45-18:00	...
18:00-18:15	...
18:15-18:30	...
18:30-18:45	...
18:45-19:00	...
19:00-19:15	...
19:15-19:30	...
19:30-19:45	...
19:45-20:00	...
20:00-20:15	...
20:15-20:30	...
20:30-20:45	...
20:45-21:00	...
21:00-21:15	...
21:15-21:30	...
21:30-21:45	...
21:45-22:00	...
22:00-22:15	...
22:15-22:30	...
22:30-22:45	...
22:45-23:00	...
23:00-23:15	...
23:15-23:30	...
23:30-23:45	...
23:45-00:00	...

29.10.11 - 2 в. срис.

30.10.11

31.10.11

01.11.11 - 3 в. срис.

Фотография рабочего дня  
26.10.11

10:00-10:15	лече
10:15-10:30	...
10:30-10:45	...
10:45-11:00	...
11:00-11:15	...
11:15-11:30	...
11:30-11:45	...
11:45-12:00	...
12:00-12:15	...
12:15-12:30	...
12:30-12:45	...
12:45-13:00	...
13:00-13:15	...
13:15-13:30	...
13:30-13:45	...
13:45-14:00	...
14:00-14:15	...
14:15-14:30	...
14:30-14:45	...
14:45-15:00	...
15:00-15:15	...
15:15-15:30	...
15:30-15:45	...
15:45-16:00	...
16:00-16:15	...
16:15-16:30	...
16:30-16:45	...
16:45-17:00	...
17:00-17:15	...
17:15-17:30	...
17:30-17:45	...
17:45-18:00	...
18:00-18:15	...
18:15-18:30	...
18:30-18:45	...
18:45-19:00	...
19:00-19:15	...
19:15-19:30	...
19:30-19:45	...
19:45-20:00	...
20:00-20:15	...
20:15-20:30	...
20:30-20:45	...
20:45-21:00	...
21:00-21:15	...
21:15-21:30	...
21:30-21:45	...
21:45-22:00	...
22:00-22:15	...
22:15-22:30	...
22:30-22:45	...
22:45-23:00	...
23:00-23:15	...
23:15-23:30	...
23:30-23:45	...
23:45-00:00	...

Фотография рабочего дня  
26.10.11

10:00-10:15	лече
10:15-10:30	...
10:30-10:45	...
10:45-11:00	...
11:00-11:15	...
11:15-11:30	...
11:30-11:45	...
11:45-12:00	...
12:00-12:15	...
12:15-12:30	...
12:30-12:45	...
12:45-13:00	...
13:00-13:15	...
13:15-13:30	...
13:30-13:45	...
13:45-14:00	...
14:00-14:15	...
14:15-14:30	...
14:30-14:45	...
14:45-15:00	...
15:00-15:15	...
15:15-15:30	...
15:30-15:45	...
15:45-16:00	...
16:00-16:15	...
16:15-16:30	...
16:30-16:45	...
16:45-17:00	...
17:00-17:15	...
17:15-17:30	...
17:30-17:45	...
17:45-18:00	...
18:00-18:15	...
18:15-18:30	...
18:30-18:45	...
18:45-19:00	...
19:00-19:15	...
19:15-19:30	...
19:30-19:45	...
19:45-20:00	...
20:00-20:15	...
20:15-20:30	...
20:30-20:45	...
20:45-21:00	...
21:00-21:15	...
21:15-21:30	...
21:30-21:45	...
21:45-22:00	...
22:00-22:15	...
22:15-22:30	...
22:30-22:45	...
22:45-23:00	...
23:00-23:15	...
23:15-23:30	...
23:30-23:45	...
23:45-00:00	...

01.11.11

02.11.11

03.11.11

04.11.11

05.11.11

06.11.11

07.11.11

08.11.11

09.11.11

10.11.11

11.11.11

12.11.11

13.11.11

14.11.11

15.11.11

16.11.11

17.11.11

18.11.11

19.11.11

20.11.11

21.11.11

22.11.11

23.11.11

24.11.11

25.11.11

26.11.11

27.11.11

28.11.11

29.11.11

30.11.11

01.12.11

02.12.11

03.12.11

04.12.11

05.12.11

06.12.11

07.12.11

08.12.11

09.12.11

10.12.11

11.12.11

12.12.11

13.12.11

14.12.11

15.12.11

16.12.11

17.12.11

18.12.11

19.12.11

20.12.11

21.12.11

22.12.11

23.12.11

24.12.11

25.12.11

26.12.11

27.12.11

28.12.11

29.12.11

30.12.11

31.12.11

Фотография рабочего дня  
26.10.11 - срис.

10:00-10:15	лече
10:15-10:30	...
10:30-10:45	...
10:45-11:00	...
11:00-11:15	...
11:15-11:30	...
11:30-11:45	...
11:45-12:00	...
12:00-12:15	...
12:15-12:30	...
12:30-12:45	...
12:45-13:00	...
13:00-13:15	...
13:15-13:30	...
13:30-13:45	...
13:45-14:00	...
14:00-14:15	...
14:15-14:30	...
14:30-14:45	...
14:45-15:00	...
15:00-15:15	...
15:15-15:30	...
15:30-15:45	...
15:45-16:00	...
16:00-16:15	...
16:15-16:30	...
16:30-16:45	...
16:45-17:00	...
17:00-17:15	...
17:15-17:30	...
17:30-17:45	...
17:45-18:00	...
18:00-18:15	...
18:15-18:30	...
18:30-18:45	...
18:45-19:00	...
19:00-19:15	...
19:15-19:30	...
19:30-19:45	...
19:45-20:00	...
20:00-20:15	...
20:15-20:30	...
20:30-20:45	...
20:45-21:00	...
21:00-21:15	...
21:15-21:30	...
21:30-21:45	...
21:45-22:00	...
22:00-22:15	...
22:15-22:30	...
22:30-22:45	...
22:45-23:00	...
23:00-23:15	...
23:15-23:30	...
23:30-23:45	...
23:45-00:00	...

Фотография рабочего дня  
26.10.11

10:00-10:15	лече
10:15-10:30	...
10:30-10:45	...
10:45-11:00	...
11:00-11:15	...
11:15-11:30	...
11:30-11:45	...
11:45-12:00	...
12:00-12:15	...
12:15-12:30	...
12:30-12:45	...
12:45-13:00	...
13:00-13:15	...
13:15-13:30	...
13:30-13:45	...
13:45-14:00	...
14:00-14:15	...
14:15-14:30	...
14:30-14:45	...
14:45-15:00	...
15:00-15:15	...
15:15-15:30	...
15:30-15:45	...
15:45-16:00	...
16:00-16:15	...
16:15-16:30	...
16:30-16:45	...
16:45-17:00	...
17:00-17:15	...
17:15-17:30	...
17:30-17:45	...
17:45-18:00	...
18:00-18:15	...
18:15-18:30	...
18:30-18:45	...
18:45-19:00	...
19:00-19:15	...
19:15-19:30	...
19:30-19:45	...
19:45-20:00	...
20:00-20:15	...
20:15-20:30	...
20:30-20:45	...
20:45-21:00	...
21:00-21:15	...
21:15-21:30	...
21:30-21:45	...
21:45-22:00	...
22:00-22:15	...
22:15-22:30	...
22:30-22:45	...
22:45-23:00	...
23:00-23:15	...
23:15-23:30	...
23:30-23:45	...
23:45-00:00	...

## Задание №4: стратегическая сессия

Как вы уже знаете из эфира 4'го дня, вам нужно провести стратегическую сессию в своём ТА.  
**Выполнение (отчёт участника):**

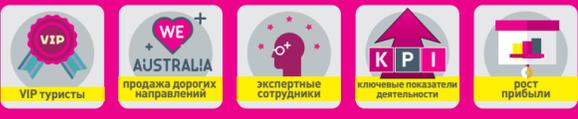
Добрый день! У меня такой опыт проведения стратегички: в 3 этапа, да я не стандарт: подготовительный сначала сама с собой 1 и 2 шаг, через 1 нед. а не через 2 дня, как у нормальных Директоров -> самостоятельно стратегию и декомпозицию и Action-план, он остался в сыром виде, по тому что зависит от дальнейшего развития событий, будут корректировки; 2 этап совместно с Менеджером, он закончился, ничем... точнее ее слезами, что вызвало такую реакцию, непонятно, испугалась развития? успокоившись, сказала, что себя не видит и Агентство, тоже не видит, почему, и что видит в ответ тишина, думаю она меня ненавидит молча); вместе с тем я поделилась совместными планами развития продолжаем работать, не серебряный и золотой корабль, думаю, но жду, что раскроется. По-этому верно ли я поступила, что продолжала разрабатывать 3-й этап самостоятельно и со своими близкими, моей семьей, потому что, по всей видимости больше ни у кого никакого visiona! Для меня важен сам опыт, этапы планирования и проведения, а главное достижение поставленных целей совместными усилиями, либо со мной, либо без меня, у каждого они свои пока, а нужно стремиться к общей, это главное! Возможно легче работать в раскрученной компании, где слаженный коллектив, отлаженные процессы! Будем учиться дальше и многому. Решила, что проведу как положено весной, буду налаживать и постепенно внедрять все, что запланировано уже сейчас. За Коллег, искренне порадовалась, какие МОЛОДЦЫ, собрали себе такую команду, это дорого стоит, у нас это в целях!

Стратегия: Что именно Мы делаем	За счет чего/ Как	Ресурсы
1) Увеличить лидо генерацию	Подключить проект УК «Лидогенерация»  SMM сбор ЦА, -> Target Рассылка внутри группы; Гиты, Конкурсы, Сбор отзывов; VK+FB+ Instagram+OK; анализ затрат на проведение конкурсов, Chat Bot настройки; Пробовать Лайв Эфиры эффективность, делегировать SSM маркетолог, продолжаем Менеджер частично режим SMM планинг анализ контента	XXXXXXXXX Руб. УК  Время начало октября, продолжим к началу сезона март Лето 2019, есть ЦА с кем работать; оплата конкурсов XXXXXXXX Руб./мес.  VK+ Instagram Менеджер частично
	Подключить e-mail рассылку: Имеющаяся почта+ сбор по новым Лидам (часть из проекта «Лидогенерация», т.к. заявки поступают с телефоном и почтой, автоматически включаем в холодную базу) -> Сегментирование рассылки	XXXXXXXXXX Руб. Mail-Chimp  Время  Директор
	Сарафанное радио -> Из имеющейся постоянной базы -> визитки по салонам красоты, фитнес-центры	Регулярно  Запуски по Календарю
2) Стремимся в % прибыли на 120%	ППО в соответствии с ТМ Системный подход и Управление всеми происходящими процессами: Ежедневная планерка Внедрение Скриптов ТМ ППО в соответствии с ТМ Ретроспектива приложение «Моя Звонок»  ППО; реактивация Контроль за ведением SRM Анализ Воронки-> План-продаж	Время, Материалы ТМ Книга Директора/Менеджера  1 раз в месяц  Регулярно, по плану реактивации Время, сезонность  U-ON- Наше ВСЕ  Директор/Менеджер
	Повышение среднего чека продаж альтернативных направлений, отстройка от конкурентов (анализ, что не продают, как работать не надо) Повышаем профессионализм: Изучение направлений, встроенный процесс, Ведение таблиц отеческой базы	Запрос по агентствам города, что предлагают  Директор/Менеджер  Систематически, новые направления, аттестация Бизнес Заатракса, Академии, Вебинары, сайты TO; Рекламные Инспекции
3) Расширение штата	Анализ лидо генерации, входящего трафика, как следствие доп. Персонал; Оборудование X рабочего места.	В Долгосрочное планирование,  XXXXXXXXXX Руб.
4) Позитивный настрой	Коллектив, заточенный на результат и достижение общей цели: Обсуждение, повышение микроклимата Развитие каждого сотрудника индивидуальный подход, обратная связь, ставить цели, решать совместно задачи, отслеживать мотивацию каждого сотрудника, и регулярно оценивать, наблюдение: вычлечение лучших качеств, применение этих качеств, для достижения общих целей.	Метод «Гамбургера» разных Вкусных предпочтений  Ежемесячно 1 Раз  Ежедневное, по факту присутствия в офисе
5) Планирование	Ежегодное: анализ текущей деятельности, создание плана развития на предстоящий 6 мес., вместе с финансовым планом на 6 мес. (В т.ч. посчитать на каждый месяц) Ежемесячно: Задачи на развитие, создать маркетинговый контент план,	На постоянной основе, выработать в себе дисциплину и организованность!

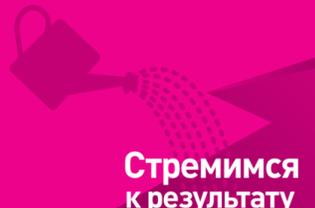


## НАШ РАБОЧИЙ ПРОЦЕСС

**Что будет:**



**Стремимся к результату +120%**



**есть сейчас:**



**не нужно!**





## 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):

#### Отчет по отдаче функционала, stage 1

1 - заполнена таблица-план отдачи функционала;

2 - файл с описанием делегирования продажи тура в кредит, составлена Инструкция-алгоритма действия, для дальнейшего использования, для делегирования в ближайший месяц, если будет запрос тура в кредит; прикреплен файл.

3 - расскажу о своём опыте делегирования проекта/задач по всем пунктам, потому что мне нужно видеть свои ошибки так же, я здесь для этого. Функции по отдаче хоз. деятельности делегированы полностью, осталось решить вопрос по уборке, возможно включить эту позицию в ИЗ менеджеру? Если бы мне включили в функционал менеджера уборку офиса, даже с доплатой, я бы отказалась, но причём здесь Я? На данном этапе развития полностью отказаться от продаж, невозможно, по анализу продаж, личные продажи составляют 70%, план продаж октября не выполнен на 12%; прорабатывали на ретроспективном анализе причины, установлено, Менеджер использует скрипты не на 100%, теряется, не ведёт Туриста, упускает инициативу; те же самые ошибки, которые были на Марафоне в ходе проведения ретроспективного анализа. Для себя объясняю, это тем, что нет постоянного входящего трафика, что бы постоянно повышать свой уровень общения с туристами. С постоянными отработывает на 100%, постепенно передаю с разным чеком, не только с низким; с входящими новыми конверсия 33%, из них часть из VK/ вместе с тем на данном этапе, каждое обращение, несмотря откуда поступило отработываем на 100%, для себя отметила необходимо выявление мотивации сотрудника. У меня постоянные забронировали самостоятельно, что оказалось для них выгоднее, не вижу в этом катастрофы, ответственность на них на руках грудной ребенок и самостоятельное бронирование. Этап продажи в кредит, разработана и внедрена Инструкция алгоритма, для дальнейшего использования, вопросов не возникло, с поступлением следующего запроса, проверю действие, проанализирую. Продажа дополнительных продуктов, не на потоке, вместе с тем имеет место 12% от основного объема продаж. Ведение SMM согласно контент плана ТМ в 4 руки и систематически. Передача полностью не имеет быть возможным, потому что сама занимаюсь анализом контента, SMM - маркетолог на аутсорсинге на уровне консультаций, и сбором ЦА VK-Инстаграм, частичного анализа, помощь в настройках, запуске рекламных компаний, потому что я не маркетолог и не дизайнер. Частичная оплата заявок и дальнейший контроль, делегирован, не вызвало дополнительных вопросов, т.к. существует обязательства и ответственность, курсовая разница, все ее понимают. «Ты за главного» использую со 2-го месяца основной деятельности менеджера, справилась на 1 -м этапе, если не считать слива 2-х постоянных туристов (я занималась реактивацией), вернулись в перспективе, и бронировались у меня, подчеркнув некомпетентность менеджера, анализируя портрет Туристов, считаю Менеджер не дождала: 1-й случай неумение работать с претензионным запросом с высоким чеком, во втором некорректная работа с сайтом ТО, получение оперативной информации, принятие решений, что сейчас не проблема. Если отсутствую в офисе Менеджер не отзванивается, если существенного не происходит, значит я сама звоню. Аттестацию Менеджер сдала, сейчас работает над изучением зимних трендовых направлений, с занесением отельной базы в таблицу, которую начинала самостоятельно и не закончила до сих пор, продолжаем ведение, подчищаем хвосты. На данном этапе развития компании нет возможности проводить мало времени в офисе, потому что нужность х...рачить, пардон за мой французский, и заниматься лидогенерацией, потому что все заработанные ДС вкладываю в развитие, в т.ч. в Менеджера! Вопрос аренды, сейчас №1, потому что арендодатель собрался расширяться, а нам нужно подвинуться, тот самый случай, что порадуешься низкому сезону.

Месц:	Неделя:	
1		
2	по плану, отдала	
3		
ПН	10.10.2023	10.10.2023
ВТ	11.10.2023	11.10.2023
СР	12.10.2023	12.10.2023
ЧТ	13.10.2023	13.10.2023
ПТ	14.10.2023	14.10.2023
СБ/ВС	15.10.2023	15.10.2023

Месц:	Неделя:	
1		
2		
3		
ПН		
ВТ		
СР		
ЧТ		
ПТ		
СБ/ВС		

## 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**

0 - добейтесь соблюдения стандартов ведения CRM, которые мы обсуждали в шестом дне программы;

-Статусы и попутно все косяки исправлены, не везде была проведена оплата ТО, все красным -> цифры корявые, Dead-line по оплате с Туристом -> В Договоре пустая строка, телефоны, почты; сейчас картина более менее здоровая. Сразу видно сколько из комиссии теряется на курсе и вообще нужно разбираться по показателям, возникли вопросы. Раньше использовала SRM, в основном для оформления договоров, использование стола менеджера, напоминания, но еще на Марафоне полностью изменила отношение! вношу текущие расходы так же, главное правильность и корректность всех вносимых данных.

**Чтобы мы засчитали 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;

-историйности нет, агентство с января 2018г.,

- план по продажам на ноябрь, во вложении, печаль печальная из-за октября. Просчитала 2 варианта: Грубый, данные брала лично свои с предыдущего года, где работала, т.к. учет свой вела, сама для себя, что бы потом понимать по зарплате, но только по комиссии и кол-ву заявок, из источников только по постоянным. По-этому корректности данных нет, т.к. нет такой лидогенерации сейчас, сейчас это #1. 2-й Вариант Hard, даже сразу видно, что цифры разные выходят, при тех же показателях, драйвер поставила 120%, потому что занимаюсь реактивацией+амбиции, есть наработки. Для себя в будущем однозначно буду вести Hard Hard, потому что понятно без лирики, где узкие места и что происходит, теперь разобраться как ставить для Менеджера и вперед!

**p.s.** Не успею глазом моргнуть, как увижу этот синий график с расчётом прогноза продаж и историйности по своему агентству, по-этому уже сейчас отслеживаю и фиксирую основные показатели по комиссии, конверсии, источникам, помечаю: причины по которым не закрыли на продажу, на каком этапе сделки слился Турист; отсутствие в рекламниках, скачки евро/доллара в июле "Натали" слетели, хоть лично от них не бронировала последние 5 лет и д.т .

### Расчет плана продаж - грубая формула

Планируемый месяц:	November 2018		
<b>План продаж по турам</b>			
<b>Рассчитаем план по заявкам</b>	October 2018	October 2017	November 2017
Заполните данные по заявкам:	23	40	35
Корелляция из месяца в месяц:	-13 %		
Уточните драйвер по заявкам	100 %		
<b>Итого план по заявкам:</b>	<b>20</b>		
<b>Рассчитаем план по средней комиссии</b>	October 2018	October 2017	November 2017
Заполните данные по комиссии:	90 166 RUB	107 875 RUB	54 455 RUB
Уточните количество продаж (договоров):	6	18	7
Ваша средняя комиссия составляла:	15 028 RUB	5 993 RUB	7 779 RUB
Корелляция из месяца в месяц:	30 %		
Уточните драйвер по средней комиссии:	120 %		
<b>Итого план по средней комиссии:</b>	<b>23 408 RUB</b>		
<b>Рассчитаем план по конверсии</b>	October 2018	October 2017	November 2017
Заполните данные по конверсии:	33,0 %	45,0 %	20,0 %
Корелляция из месяца в месяц:	-56 %		
Уточните драйвер по конверсии:	100 %		
<b>Итого план по конверсии:</b>	<b>14,7 %</b>		
Уточните общий драйвер (амбиции):	100 %		
<b>План продаж по турам</b>	<b>69 093 RUB</b>		

### Расчет плана продаж - очень грубая формула

Планируемый месяц:	November 2018		
<b>План продаж по турам</b>			
<b>Рассчитаем план</b>	October 2018	October 2017	November 2017
Укажите свою комиссию:	90 166 RUB	107 875 RUB	54 455 RUB
Корелляция из месяца в месяц:	-50 %		
Уточните общий драйвер (амбиции):	120 %		
<b>План продаж по турам</b>	<b>54 619 RUB</b>		
<b>План продаж по билетам</b>			
<b>Рассчитаем план</b>			
Укажите свою комиссию:			
Корелляция из месяца в месяц:			
Уточните общий драйвер (амбиции):			
<b>План продаж по билетам</b>			

## 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. Разберитесь, как работает механизм распределения плана по менеджерам, зарплатный блок, фактеризация, аналитика и прочие элементы КРП'ника – Пишу, с опозданием, потому что наши кони тихо скачут! Разобралась, это задание оказалось для меня самым трудным, мало того, что нет историйности и маленький объем продаж, данных по SRM для адекватной картины нет полного понимания по цифрам в принципе, супер сделка, сейчас самый дорогой тур 280К, это сколько, исключать ее из плана?

2. Сгенерирован под себя файл-фактеризатор на ноябрь, без заявок потому что нет историйности, заполнен; ноябрь вела, план не довыполнен, потому что объем продаж маленький, как раз не хватило заявки постоянников заброн. на Букинге, оказалось выгоднее цен ТО; запросов мало и продаж в т.ч., ручное планирование и факторизация мое ВСЕ! принцип понятен, составлен план на декабрь, каждый новый месяц нужно снова формировать или старый сохранять, у меня уходит много времени, и вообще я долго думаю, не до конца понимаю, как все это работает: меня не устраивает, что нет четкой картины (это моя) эмоция), потому что нет информации по обращениям по каналам за прошлый год, а сейчас обращения выходят на воронку пачками, а по факту в продажу штучно, заявок больше, чем математический план: вся реактивация весит, нужно время, получить деньги от Туристов, нет полной картины для РБ от ТО по ценам, по этому увеличивается длина сделки; нужно проработку по SRM, все статусы и источники переделывала все равно где-то не то, что должно быть, не разобралась получается, а хочу работать быстро и правильно, будет историйность сразу перейду с января уже на план по заявкам!

3. В декабре:

- НЕ пользовались КРП'ником -> использую новый;-> 2й шаг внедрения ИЗ:

перечень бонусных задач, которые вы поставите себе в декабре:

1) Использование скриптов в полном объеме; т.к. сейчас блок отработки с возражениями 2 сделки из 2-х закрыты;

2) Реактивация Туристов; продолжаю т.к. проблема с лидо-генерацией;

3) Бронирование по промо-тарифу не более 60%, как самоцель!

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

- выбрала модель начисления з/п прогрессивный %, 7 ступенчатый, очевидно, по ней думаю можно меньше поставить Оклад, потому что агентство не развито, амбициозно, есть проблема с лидо-генерацией, усугубляется низким сезоном и Менеджер без опыта; в перспективе, однозначно Модель FIX бонус, что эффективнее и интереснее, для Агентства и мне больше нравится в целом, а Менеджер получит ровно столько сколько заработал, Я за работу. Сейчас был Оклад +10 % от сделки, и Менеджер получала по факту больше чем денег оставалось в Агентстве, по общему объему продаж 30% продажи Менеджера и ко всему прочему по промо-тарифу, это лирика);

- скриншот из гуглдокс во вложении ужас ужасный;



## 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):

Планёрка по корректировке процесса продаж [ внедрение / обучение / корректировка / постановка коллективных и бонусных задач ]	
<b>Подводка</b>	В агентстве не выполнен план продаж по предыдущему месяцу, необходимы срочные меры по процессу лидогенерации, в связи с низким сезоном, стоимость заявки значительно выше, необходима корректировка процесса продаж, выявлены недоработанные заявки, упущено время.
<b>Проблема</b> Почему это важно? Связь с деньгами!!!	Путем проверки SRM U-ON выявлены обращения, которые не были переведены в продажу, путем реактивации и стадии дожимающих мероприятий, это напрямую связано с получением ДС и выполнению установленного плана
<b>Негативные примеры</b> Когда и как проблема проявляется? К чему это приводит?	На сегодняшний день порядка 3 обращений, можно перевести в лид-заявку, потому что путем прослушивания телефонных переговоров по данным обращениям обнаружено, что отсутствуют следующие действия, согласно алгоритма доведения Туриста до сделки, блок по выявлению потребностей требует доработки, отработка с возражениями самые узкие места. Почему возникает такая проблема, как думаю, не хватает инициативы, уверенности, активности, мотивации.
<b>Позитивные примеры</b> Каким образом проблема решается? К чему это приводит?	Путем активных мер, контекстных звонков по скриптам, следуя по алгоритму доведения до сделки, оценивать приоритетность каналов и работы с обращениями, все это совместно приводит к продаже и дальнейшему выполнению плана продаж, получению заработка, повышению конверсии, сокращению длины сделки.
<b>Что теперь делаем?</b> Связь со стандартами	Изучение и детальное понимание Алгоритма доведения Туриста до сделки, внедрение и использование СКРИПТОВ блок

### Задания, не идущие в зачёт:

- проводила ретроспективный анализ коммуникаций после марафона и последующий месяц, не на постоянной основе; сейчас менеджер в отпуске, слушать некого, слушала себя, есть над чем работать, у меня проблема с дисциплиной, мелкие запросы по наличию билетов на мероприятия, например, забываю в SRM вносить, туристы лояльные, это расслабляет, нельзя этого допускать!
- пожить пару недель в режиме ежедневных (утро+вечер) цифровых планёрок по этой же причине не удалось, сама контролирую в начале дня и в конце, что сделано, а что нет;

**Задание, которое нужно выполнить, чтобы мы засчитали вам прохождение 9'го дня:** на сегодняшний день главная проблема лидогенерация, отсутствие заявок, которую решая за счет реактивации постоянных Туристов и последняя закрытая продажа по ТМ, блок отработки с возражениями из серии: "давайте еще подождем, пока цена упадет", а оказывается, что и ждать нечего было; написала сама себе сценарий адаптивной планёрки, пригодиться для дальнейшего использования (первая кривая итерация); скрин/pdf во вложении.

<b>Итоговое напутствие</b> Что нам даст изменение в работе (процесс + S)? Вера в сотрудников!	Все получится, я знаю!
---	------------------------

## 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):**

1. Перечень ошибок, которые конкретно ваши менеджеры допускают при общении по телефону:

перечень ошибок время от времени повторяются не понятно с чем это связано? Все взрослые люди и все понимают, но время от времени: чаще всего начинается разговор на энтузиазме к концу разговору сдутый шарик; у Менеджера (из предыдущих ретроспективы) нет привычки обращаться по имени во время разговора, писала в карточке клиента в 3-х местах "ИМЯ"; самый главный для меня прогресс сократила время общения по телефону в принципе, научилась подстраиваться под темп речи говорящего; сама говорю быстро, вместе с тем когда со мной говорят быстро не воспринимаю информацию, я же это понимаю?! не работаю больше как справочное бюро, были случаи звонков, забронировавших в агентствах - скидочниках, Туристы звонили и до уточняли, вопросы, это высший пилотаж:) все ответы побережем для наших туристов, пусть приходят к нам! Теперь мы знаем, как их заманить. У меня проблема могу перебить во время разговора, не дожидаясь паузы, много есть над чем работать.

2. Впечатления от старта внедрения новой версии телефонных скриптов: главное начали! впечатления начнутся, когда все начнет работать на автопилоте, до автоматизма, а не пальцем по бумажке:) начала внедрение с блока выявления потребностей, как нужно, потом дальше, параллельно блок возражения, частично и раньше использовали, но сейчас есть инструмент, будем работать как должны! Материалы выгружены распечатаны и всегда под рукой, блоки отработки возражений в ИЗ на 2 последующих месяца, с моим контролем, и использованием мною же! Будут результаты будут WOW впечатления!

## 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 Я допускаю при общении на встречах: много лишних слов, сама себя ловлю, больше консультация, такое впечатление, что не с кем информацией поделиться, в итоге, у Туриста взрыв мозга от ее переизбытка, негативный опыт (Аннуляция, остановка/начало полетной программы, думаю вообще минимум, т.к. очень затягивает принятие решения Туристов, в итоге все SRM висит, на разных стадиях, только не на "ПОЛУЧИТЬ ДЕНЬГИ); потом вопросы задаю и сама на них отвечаю; в этот момент у Туриста теряется момент принятия решения; без сбора потребностей начинаем гулять по карте; По скриптам, еще проработку по блокам не закончила, продолжаю!

2. Впечатления от старта внедрения новой версии скриптов встреч: по телефону еще куда не шло, а на встречах вообще от скриптов отклоняюсь, тратится много времени впустую, потому что туристы все постоянные, есть разговоры на другие общие темы, вообще заметила с постоянными не могу по скриптам, что по телефону, что на встрече, ломаю себя! Непривычно не думала, что будут такие сложности (Надо значит, надо, буду продолжать!) С постоянными Туристами "на пол-ноги" каком-то, так и с новыми разучится можно работать! впереди сезон, готовлюсь, работаю одна. В перспективе необходимо начинать искать нового Менеджера, не готова морально, как только так сразу.

## Задание №12: правила торга / выдачи скидок

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

### Выполнение (отчёт участника):

Добрый вечер, документ во вложении, работаю, без скидок, последние 3-4 года, в своем Агентстве даже не стоял вопрос скидок изначально, из постоянных Туристов просто поверьте, никто не ушел, а кто ушел, потом все равно вернулся и еще своих друзей привел, правда из последних сам пока не забронировался:)). Когда есть промо-тарифы, какие могут быть скидки; расходы на офис составляю как раз 7%, при бронировании по промо-тарифу, по факту мы ничего не зарабатываем! Сейчас себе в ИЗ на 2 мес. поставила бронирование по Промо-тарифу не более 60%, сложно оценить результат, заявок не много! В цели себе: уходить от Промо-Тарифов, бронирование Допов (как раз, как из плана на декабрь убрала доп. услуги в этом месяце, как нарочно, то билеты, то визы, то одни отели запросы, но пока не на потоке, чтобы ставить в план)

Коллегам всем совет: главное не бояться "ГОВОРИТЬ НЕТ", потерять Туриста, научиться самим уважать и не обесценивать свой труд, тогда и Туристы будут его ценить, все то и как Мы делаем; ценить время которое Мы тратим на обучение, деньги на рекламники, приобретая экспертность и профессионализм! агентства- скидочники скоро уйдут, а Мы останемся, всем благодарных и постоянных Туристов на всю жизнь и много подарков от счастливых Туристов!



Регламент работы Менеджера Офиса Сети продаж «ГОРЯЧИЕ ТУРЫ»

**Менеджер НИКОГДА не принимает решение о предоставлении скидки САМОСТОЯТЕЛЬНО**

Мы работаем без скидок, т.к. бронируем ПРОМО-ТАРИФЫ ТО, необходимо **объяснить клиенту-«скидочнику», что скидки не будет, но при этом нужно суметь не отпустить его в руки другого ТА, каким образом:**

1. По телефону, не обсуждаем вопрос скидки никогда, говорим, что решения обсуждаются в офисе, и закрываем на встречу в офис, см. соответствующий Скрипт, СТРОГО УСТАНОВЛИВАЕМ ВРЕМЯ встречи и берем обязательство.
2. Мы дарим Подарки — вместо скидки

**Что сказать туристу:**

— В нашем агентстве запрещено давать скидки, но зато мы всегда радуем своих любимых Туристов дополнительными услугами в качестве бонуса, к приобретенному туру. Например, от тура за 30 000 рублей скидка в 3% составила бы вам 900 руб. насколько для вас такая сумма существенна. А мы можем вам вместо скидки предложить туристическую сим-карту международной связи и интернета, в таких странах, как, например, Мексика, где услуги Интернета, очень дорогие, вы только приобретаете выгоду и значительно экономите в путешествии в целом, или на выбор можем предложить, дополнительную страховку с покрытием, такси до аэропорта, свою круглосуточную поддержку, услугу 24/7 выше стандартного, — в результате вы приобретаете выгоду, значительно больше размера скидки

**Почему так:** Если тур не дорогой 45-65К, еще проще, объяснить, что скидки при недорогих турах получаются совсем мизерные в денежном выражении 150-300 руб., а проблемы за границей случаются часто, лучше позаботиться о своем комфорте и безопасности и согласиться на дополнительную услугу.

**Смотрим, что мы сейчас дарим, презентуем:** крем от/для загара, не промакаемые рюкзаки, сланцы (можно по телефону/на встрече спросить размер и как раз презентовать сразу), брендированные флешки, маски для сна, подушка для путешествий, надувные мячи, спасательные круги, водные пистолеты, игрушки для деток.

3. Важен не факт скидки, а сама цена тура

**Что сказать туристу:**

— Мы подберем вам самый выгодный для вас вариант тура в том же направлении, но у другого ТО. Цена без скидки будет меньше, чем вы считали со скидкой в другом агентстве, рассказываем, что разница между турами у разных туроператоров доходит от 20-75К

**Почему так:** Сохраняем деньги — для тех Туристов, кому важен не факт скидки, а итоговая стоимость на тур, это самое лучшее решение, только объясняем и показываем достойное качество обслуживания и надежность Туроператора, это ВАЖНО сейчас.

**Почему так:** Туристы не знают, как все устроено в ТА, а объяснение, что скидки даются по сути из зарплаты менеджера, который его обслуживает, и попытка поставить Туриста на место Менеджера - на порядочных людей действует.

Если не действует, надо все таки донести до Туриста: из заработной комиссии ТА платит за аренду офисов, рекламу, налоги, предоставляет дополнительные услуги своим постоянным Туристам. Если на всем этом вы сэкономим, сможем ли качественно обслуживать Туристов в дальнейшем, вы сами, как считаете?

8. Директор не разрешает и вычитает из з/п вашу скидку, если дадим:

**Что сказать туристу:**

«У нас приказ с печатью и подписью директора: стоимость путевки от 35 000 до 60 000 рублей — скидка 3%, от 60 000 до 95 000 — 4%, от 95 000 — 5%. Показываем его в нужный момент туристам: Извините, директор распорядился».

Если чувствуешь, что не справишься, только после нескольких попыток и понимаешь, что это того стоит, можешь перезвонить Мне и я одним волевым движением пресеку скидки в своем агентстве на корню!

9. ТО запрещает:

**Что сказать туристу:**

— Оператор, тур которого вы хотите, вообще-то настроено запрещает скидки на свой продукт, нам снизят комиссию и закроют доступ к бронированию, Мы не как не сможем вам и дальше предлагать уникальный продукт именно этого ТО, рассказываем об уникальности.

**Почему так:** это «ложь во спасение» и на войне все средства хороши, в Хартни, подписанную крупными ТО, говорится, что агентство не имеет права давать скидку больше 5%, иначе оператор снизит комиссию, на некоторых Туристов запрещающие документы действуют подобающе.

10. Не наш Турист в принципе!

**Что сказать туристу:**

— Приятного вам отдыха с другим агентством!

**Почему так:** Такие Туристы, никогда не станут постоянными, ни прибыли, ни удовольствия от продажи тура они не приносят. Зачем нам с такими работать, а вместе с тем модель приоритизации тебе в помощь!?

Когда тур уже подобран| либо не упоминает о скидке| уходит с подобранным туром за паспортом, снять деньги и не возвращается, до последнего не озвучивать название туроператора или брать деньги за консультацию, по регламенту оказания Консультационных услуг.

До конца застраховаться не возможно, но до поры до времени, такой турист «обожжется» и останется за границей один на один со своими проблемами, перестанет просить СКИДКИ, но это будет не наш Турист.

Потому что наши любимые Туристы должны понимать, что лучше заплатить за качественный отдых, а эмоции от хорошо проведенного отпуска бесценны, никаких СКИДОК они не стоят, мы дарим людям Праздник и Счастье, это дороже всякой СКИДКИ, те кто ценят, это наши Туристы на всю жизнь!

# 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):** Доминикана.



**Ноя, Доминикана**

**Таможня**

По визовым странам необходимо заполнить таможенную декларацию на ввоз и вывоз денежных средств в Доминиканскую Республику: сумма более 10 000 \$ (или эквивалентная ей сумма в евро) подлежит обязательному декларированию, возможна вывоз до 10 000\$ при условии, что такая же сумма была декларирована при выезде в страну, иначе будет арест.

**Категорически запрещен вывоз доминиканских вещей.**

На территории Республики можно ввозить бесшумно до 20 парок сигарет 25 штук сигар или 200 гр. курительного табака (только для взрослых старше 18 лет), медицинский оборудование на срок пребывания в Доминикане, на некоторые лекарства требуется предоставление рецепта. Бесплатный алкоголь — 3 литра (в расчете только на взрослых).

**Запрещены к ввозу в Доминиканскую Республику:** наркотики, лекарства, содержащие наркотические вещества, оружие.

**К ввозу в Доминикану запрещены:** антиквариат, морские раковины, исторические и культурные ценности без специального разрешения.

Провоз животных: доминиканские кошки и собаки разрешено ввозить на территорию республики при предоставлении действительных справок (сроки действия — 30 дней) о состоянии здоровья и сертификатах прививки от бешеной собаки. Ввоз собак и животных иных пород, принадлежащих Европейской Комиссии и другим животным при международной перевозке, возможен только при наличии специального сертификата.

**ВИЗА**

Планируя для посещения Доминиканы является то, что для граждан России, Украины, Казахстана и большого ряда других стран, выезжающих с туристической целью, **виза не нужна.** С 23 апреля 2018 года виза за туристические цели исключена с территории бывших туристических, прибывающих в воздушной транспортной. Заграничный паспорт должен быть действителен на момент выезда из Доминиканской Республики.



**Аренда авто**

Выбор, как удобнее передвигаться на арендованном автомобиле, если выехать готов к езде не приходится, манеры местных водителей ПДД соблюдаются под выстрелом, на колесах жмут чаще, чем на торпеке, а о предоставлении поверте могут сигнализировать выключенные фары, да на этом СПАСИБО! Мотивация любит развлекаться через встречную полосу, на дороге всегда прав пешеход. При этом пешеходы чаще всего на стороне пешехода и с удовольствием выискивают штрафы нерадивым туристам. Если все это вас не пугает, и при этом вам больше 25 лет, готовы арендовать, международное водительское удостоверение (действующее как минимум еще 90 дней) и кредитную карту. Оформление страховки — обязательно (1100 ДОР в день). В туристической сезон лучше бронировать машину заранее, чтобы не выбирать между самыми дорогими и популярными менеджерами, оставаясь и в наличии. Открыты офисы большинства международных прокатчиков: Avis, Hertz, Budget, Sixt. Расположены провинции Санта-Доминго и в Пуэрто-Рика: аренда мини-автомобиля обходится в 2000 ДОР, стандартной машины — в 2800-3000 ДОР, внедорожника — в 4500 ДОР в день, при этом цены значительно выше, но как показывает практика берут при отъезде или мы с удовольствием можем арендовать и вместе выбрать любимое авто.

Скоростные ограничения в городах — 25-40 км/ч. Самые частые санкции — за непроверенные шины безопасности и размеры по мобильному без гарантии. С парковкой проблем нет, нужно лишь обратиться внимание на запрещение знака в радиусе. В целях безопасности лучше оставить авто на платных стоянках или под присмотром служебных местных жителей за скромные «чайные», есть платные дороги. В городах много заправки, на трассах — меньше. Средняя стоимость бензина — 55-60 ДОР за 1 л.

**Мототехника и квадроциклы**

В Доминикане передвигаться на мототехнике можно, но это довольно рискованно. Машину лучше оставить на платных стоянках, двухколесный транспорт — непременно арендовать. Нельзя менять деньги у перекрестков и снимать наличные с кредитки в уличных банкоматах. Оригинал документов, равно как и крупные денежные суммы и личные ценности, лучше оставить в кафе отеля, а вот кошельк паспорта и мед. справку на помощь носить с собой.

Посетить экскурсии, только в Туроператорах, в проверенных компаниях, сотрудничая с универсамом с бейджом.

**В отеле**

- Хорошую воду и кондиционер "Атланта" можно же позвать работников ресепшн, при заселении и отъезде. Замочить в ванне будет лучше, если позволит, ванна лучше всего номер! Страны безвизовые будут рады любому номеру, мы порекомендуем оставить друга, если не жалко, или друга. При не выезде, не держите! Не носите вещи, сумки, обувь и обувь в кафе, магазинах, походах с собаками и чужими собаками, проходите!
- Если у Вас возникла какая-либо проблема с номером — не надо кричать, позвать менеджера или угрожать работникам ресепшн. Достаточно подойти и вежливо поговорить, или оставить ваше мнение персональному менеджеру в другой номер. Не нужно портить отношения с персоналом, выходя из отеля и с вами будут и вас забывают, а быстрая и спокойная жизнь, в Доминикане никто никому не спонсирует, мы рекомендуем регион на 2-5 лет!
- Упаковки, как в США софтового типа, где стоит вода, но нужно выключить питание, так же как в Китае и Таиланде.
- Результат так же американского типа А, но чаще В, стоимость перелета 1-2\$, можно попросить на ресепшн при выезде могут дать бесплатно. Напряжение составляет 100 Вольт, миллионная зарядка гаджетов.

**Полезные советы**

- Нет вреда под открытым солнцем, как так не загорать? Защита от кожного доминиканского солнца — крем с высоким уровнем SPF, рекомендуем местные, или приобретенные в ЮВА, защита косметика, как показывает опыт не работает. Выбором, с местной природой нужно быть осторожным: в Карибском море встречаются клычатые свиньи, акулы и рыбы, морские и прочие опасные обитатели, и вот замки не кладем. Если идти в джунгли без проводника и специальной одежды, головных уборов и обуви. Морская вода, с которыми все фотобиореакторы, беру в руки, оставаясь мыло, потому что они сбивают ослик контакте, если не видео фотобиореакторы!
- В отель-номерчик обязательно рассмотреть, могут быть клопы, мыши;
- Приобрести изделия из лаванды и восточные духи в местных магазинах, чтобы не крутить на улице подолку из пластика. Стоимость украшения из лаванды в серебре — от 25 долларов до самых невероятных сумм.
- Несмотря на то, что курить сигары в Доминикане можно (каждому человеку), на самом деле, на улице, в магазинах, отелях, мы рекомендуем покупать сигары в специализированных магазинах, при фабриках. Они должны быть оборудованы шкафом и замаскированы для правильного хранения сигар — именно тогда их качество будет самым высоким. Цена сигары может колеблется от 1 доллара за штуку до 1000 и выше долларов за килограмм.
- Раньше с Москвой — минус 7 часов, рекомендуем заранее 2 дня берется и не ложиться спать, так легче привыкнуть к разнице во времени.
- Виски в Мексике 9 унций в Доминикане возмездно, обязательно не пропустить, очень красивые виды в фот.

**Куда звонить, если что-то пошло не так.**

Посольство Консульства Российской Федерации в Доминиканской республике.  
Адрес: Санто-Доминго, Av. Los Próceros, Pda. Diamante, 2-ой этаж, офис №15-B.  
Почтовый ящик РФ в Доминиканской Республике: Uruguay Velazquez de Soto.  
Часы работы: Пн-Пт 09:00 — 16:00, Пн-Сб 09:00 — 13:00, суббота и воскресенье — выходные.  
Тел: 809 620 1471, 809 412 5467  
Факс: 809 563 9063  
e-mail: consularrussia@gmail.com, vladimir@consularrussia.com

Примечание: секретарь Илона Павлова говорит по-русски.  
Телефон иммиграционной службы в Санто-Доминго: (809) 685-25-35, 685-25-65.  
Заграничный паспорт МИД РФ в Доминиканской Республике нет, их представительские функции выполняет Посольство России в Санто-Доминго.  
Стекла слезостойкие 911.

несколько новых марок рома, среди которых — Oliver, Atlantic, Siboney, Macaris, Don Rion, Punta Cana, самые лучшие не продаются на импорт.

**Сигары:**

Доминиканские сигары ценятся на уровне кубинских, традиция выращивания табака в Доминикане и Кубы одинакова. На данный момент по объему выпуска и ассортимента Доминикана обогнала Кубу и находится на первом месте в мире. Самые популярные марки доминиканских сигар: Davidoff, Arturo Fuente, Avo, Vega Fina, Romeo & Julieta, сигары в основном скатываются вручную мастерами.

**Кофе**

Доминикана занимает ведущее положение в мире по производству кофе. В 31 провинции в 28 провинциях кофе, основные сорта являются арабика. Стоит отметить, что кофе здесь не обрабатывается химическими веществами и имеет статус ECO. Самые популярные марки кофе Доминиканы: Santa Domingo и Cafe Pinar. Купить их всегда можно в сувенирных магазинах. Самые лучшие марки кофе не импортируются, по-этому можно закупить, такого нет нигде!

**Какао**

Доминикана входит в десятку мировых экспортеров какао, как и кофе, не подвергается обработке химикатами и имеет маркировку ECO. Какао и шоколад высушивается в виде порошка, какао-масло, сливки, орехи, которые можно есть как шоколад. Шоколадеры, как и шоколад — от 3 до 15 долларов, приобрести их можно в любом сувенирном магазине (фабричные производства) или же на экскурсиях на небольшие плантации — в магазинах при вас.

**Картинки и изделия народных промыслов**

Сюжет, море и живописная природа — идеальные условия для развития художественных способностей. Цветные вышивки, керамика, изделия из дерева, вышитые платочки, вышитые полотенца, так называемые «атлантический нарис», отсутствие черт лица символизирует многогранность народа страны. Картинки, деревянные статуэтки и маски можно приобрести в сувенирных магазинах, рынках и на улицах, на пляже.

**Янтарь и ларимар**

Янтарь в стране есть 3 музея, посвященные этому камню, а также множество ювелирных магазинов и салонов, которые предлагают очень высокое качество местного янтаря. Здесь из него делают разнообразные украшения, в том числе и в обремененные драгоценными металлами. Второе местным необычным камнем, является нежно-голубой ларимар — один из символов страны.

**Куклы «Лимбо»**

Кукла Лимбо, имя она получила от первого брата доминиканской художницы Лизы Мары, которая первой сделала оригинальную керамическую куклу без лица в яркой одежде. У нас появились собиратели коллекций этих кукол; все они разные и держат в руках разные предметы — ошейники, бусы, сумочки, кушачи. Стоимость кукол — от 2 до 10 долларов, в зависимости от размера, ручной или фабричной работы, рекомендуем начать будет поведать комиксы или билет, что выкупить своим знакомым!

**Доминиканские купюры Доминиканской Республики**

Распечатать купюры в стране американские доллары — их будет проще обменять, чем евро. Обменять также можно евро, что дешевле и в 200 и 500 евро поменяют будет крайне затруднительно — обмен таких купюр осуществляется только в Национальном банке по реальному курсу или в некоторых обменных пунктах — но уже на заниженном курсе!

В отеле менять не выгодно курс значительно занижен! Обмен по своему выгодному курсу будет в обменных пунктах или банках. Примерный курс: 1 доллар США — 48 ДОР, 1 доминиканское песо = 120 рублей. Обязательным условием являются квитанции об обмене! Платить банкоматом и обменный пункт можно обменять доллары в аэропорту. **Наличные Вывоз национальной валюты за пределы страны запрещен!**

**Степени**

Распечатать купюры нужно. При оплате покупок сувениров или других покупок у туриста могут принять доллары, но не американские купюры, и сразу вернуть в банк. Также в торговых центрах и банкоматах сувенирные магазины можно оплатить кредитными картами. Самые популярные кредитные карты также принимаются в банкоматах, расположенных внутри банкоматных офисов.

**Такси**

Как у местных, так и у туристов популярны маршруты «аэро-аэровокзал» и маршруты «аэро-аэровокзал». Считается, что цена поездки фиксированная, торговаться с водителем не имеет смысла! Переезжать на «аэро-аэровокзал» можно (100-250 ДОР), но довольно дорого. Если же вы хотите сэкономить, можно уехать до 3-4 пассажиров, включая детей, а если можно обехать по выделенной трассе, клиент платит субсидированный, заниженный доллар.

Классические такси есть: стоянки расположены неподалеку от крупных отелей и основных достопримечательностей. Уехать их можно по телефону или заранее на любимом языке. Средняя стоимость поездки по городу — от 350 ДОР, трансфер из аэропорта до центра Санто-Доминго — от 2000 ДОР.

**В такси можно распечатывать американские доллары, доллары — менять при себе нельзя купюры, чтобы избежать несправки на отсутствие слепка.**

В Санто-Доминго есть метро: линия всего одна, соединяющая проспекты Уинстона Черчилля и Сестер Марииэль. Поезда от конечной до конечной занимают 25 минут и обходятся в 35 ДОР.

**Важные Крупнейшие сетевые операторы в Доминиканской Республике — Orange, Claro, Viva и Tigo.** Приобрести сим-карту можно в офисах компаний при предъявлении паспорта, средняя цена — 200-400. Звонки в Европу у Orange стоят по 13,50 ДОР, у Claro — по 36 ДОР в минуту. С появлением безлимитных тарифов можно сэкономить на покупке сим-карты. Стоимость сим-карты в зависимости от тарифа и оператора: от 2 до 10 долларов, в зависимости от размера, ручной или фабричной работы, рекомендуем начать будет поведать комиксы или билет, что выкупить своим знакомым!

Интернет-связь в стране развита отлично. Бесплатный Wi-Fi есть в большинстве крупных отелей и ресторанов, в торговых центрах, для туристов есть клубы и Wi-Fi. Самые выгодные тарифы с международным мобильным трафиком — у оператора Viva. Подключается с сети можно и в интернет-кафе: доступ обходится в среднем в 100 ДОР в час.

**Словарь**

Помните про «молчаливые слова» — используйте, до свидания, спасибо и др. Если вы их произносите на Испанском — эффект многократно усиливается!

Русский	Испанский	Произношение
Добрый день	Buenos dias	Буэнос даяс
Привет	Hola	Ола
До свидания	Buenos tardes	Буэнос тардес
Спасибо	Gracias	Грасиас
Пожалуйста	Por favor	Пур вавор
Сколько времени?	¿Qué hora es?	Кэ ора эс?
Да	Si	Си
Нет	No	Нуэ
Сколько стоит?	¿Cuánto cuesta?	Куэнта куэста?
Я беру это	Me quedo con esto	Ме кведо кон эсто
Добрый день	Buenos dias	Буэнос даяс
Привет	Hola	Ола
До свидания	Buenos tardes	Буэнос тардес
Спасибо	Gracias	Грасиас

**Что привезти на память:**

DOM

Доминикана — историческая страна сахарного тростника, поэтому ром здесь является национальным напитком. Ром популярен как в чистом виде, так и в составе коктейлей — «Пина-Колода», «Кобо-Лобо», «Монито» и др. Альтернатива рому — традиционные настойки «мачачуано» с целебными свойствами: можно выбрать готовый напиток в бутылке либо набор трав для самостоятельного приготовления.

Для лучшего запоминания старейших и самых известных марок доминиканского рома есть правило «M»: Pinar, Bacardí, Vegetal.

У каждой марки есть несколько видов: светлый и темный ром, выдержанный от года до 10 лет и более, в зависимости от сорта. Купить ром можно в любом сувенирном магазине, цена — от 8 до 50 долларов за бутылку в зависимости от бренда, сорта и выдержки. В последние годы появились

**DIRECCION GENERAL DE MIGRACION**  
TARJETA INTERNACIONAL DE DESEMBARQUE  
МИГРАЦИОННАЯ КАРТА

SOLO PARA VISITANTES -NO RESIDENTES- / ДЛЯ ТУРИСТОВ НЕРЕЗИДЕНТОВ  
LLENESSE FIRMEMENTE EN LETRAS DE MOLDE / ЗАПОЛНИТЬ ПЕЧАТНЫМИ БУКВАМИ

Nombre Completo: IVANOV  
Ф И О IVAN Apellido / Фамилия

Nombre / Имя IVAN Sexo / Пол  M  J

Fecha de Nacimiento: 10 / 09 / 90  
Дата рождения Dia / День Mes / Месяц Año / Год

Lugar de nacimiento: RUSSIA  
Место рождения

Nacionalidad / Гражданство RUSSIAN

Ocupación / Под занятий

Estado civil  Soltero(a)  Casado(a)  
Семейное положение Холост/не замужем Женат/замужем

Dirección permanente: 43 Lomonosovskaya stt  
Адрес в России Calle y No. / Улица, номер дома

Moscow RUSSIA  
Ciudad / Город Estado / Край(область) País / Страна

Zona Postal / Почтовый индекс 105608

Dirección en Rep.Dom. Hotel Punta Cana Princess  
Адрес в Доминиканской Республике Отель или адрес

Puerto de embarque Moscow Vuelo No. 527  
Аэропорт вылета Рейс номер

Puerto de Desembarque Punta Cana Vuelo No. 528  
Аэропорт прилета Рейс номер

Motivo de Viaje / Цель визита

Recreo  Negocios  Convención-Conferencia  Estudio   
Туризм Бизнес Конференция Обучение

Visita Amigos y/o Parientes  Otros   
Семейный визит Другое

Estadia / Длительность визита 12

Numero de pasaporte 63 782 3458  
Номер паспорта

Cedula No. / Identification No.

[Подпись]  
Firma / Подпись и дата

**Доминиканская Республика**  
ВСЕ, О ЧЕМ ВЫ МЕЧТАЛИ

**СЕРТИФИКАТ**  
Дипломированного турагента по  
Доминиканской Республике

Настоящий сертификат подтверждает, что

Наталья Вдовина

Горячие Туры

успешно прошел(ла) обучение в «Онлайн-Академии  
Доминиканской Республики»

Сертификат действителен в течение двух лет, начиная с 18.12.2018

**ГАЛИНА ЛЫСЕНКО**  
Директор Представительства  
Министерства туризма Доминиканской Республики  
в России, Украине и странах СНГ

Представительство в России: Москва, Колокольников пер., дом 10  
тел.: +7 (495) 606-2784, +7 (495) 606-2958 E-mail: galina@domrussia.com  
www.GoDominicanRepublic.com, www.visitdominicanrepublic.ru

