

**В туризме главным фактором, к сожалению, остается цена. Мы позиционируем «Гарантию лучшей цены», поэтому применяется след. система скидок для поддержания конкурентоспособности и увеличения конверсии менеджеров!**

**МЫ НИКОГДА НЕ ПРЕДЛАГАЕМ СКИДКУ САМИ!**

**МЫ ДЕЛАЕМ СКИДКУ ТОЛЬКО В КРАЙНЕМ СЛУЧАЕ!**

**МЫ ВСЕГДА ОТРАБАТЫВАЕМ СО СКИДОЧНИКОМ ПО СКРИПТУ!**

* MAX скидка, зависит от комиссии ТО!

Как рассчитать максимально возможную скидку и сделать туристу предложение, от которого он точно не сможет отказаться?

Должно оставаться 5% чистой комиссии ТО! При комиссии 10% - мах скидка 5%, при 12% - 7% скидка, при промопрайсе 7% - 2% - это максималка.

Пример 1: Туроператор Пегас, комиссия ТО по предложению 9%, значит мах возможная скидка – 4%.

Пример 2: Туроператор Библиоглобус дает комиссию 7%, значит скидка для туриста мах 2%.

При оплате через расчетный счет, рассрочке прибавляем 1%, должно остаться 6% чистой прибыли.

При оплате картой +2%, так как комиссия банка удерживается.

Когда даем максимальную скидку?

- акция «Самостоятельный турист»

- большая компания от 5 человек

- высокий чек от 100 000

Не надо злоупотреблять скидками!!! Туры, проданные с максимальной скидкой,

 не должны превышать 10% от всех проданных туров менеджером. Если У вас 20 броней в текущем месяце, то с максимальной скидкой можно продать не более 2 туров. Цель продажи со скидкой – сарафанное радио, туристы должны на каждом углу разтрезвонить, что у нас дешевле, чем везде!

Если где-то сделали скидку, где-то надо продать с накруткой, для восстановления баланса, средняя комиссия должна быть в размере 8% у менеджера.

В остальных случаях делаем скидку по ситуации, если человек сидит в офисе, то скидку делать не надо в большинстве случаев, а если пришли обходчики со списком из 5 агентств, то естественно его можно заинтересовать только скидкой. При озвучивание цены по телефону тоже следует занизить цену на 5%, для более качественного закрытия на встречу.

Общее количество туров со скидкой не должно превышать 50% от общего количества броней менеджера, количество туров с мах скидкой не более 10%.

СКИДКИ – ЭТО НАША БОЛЬ, это очень тонкий момент, надо чувствовать где ее дать, а где давать не следует, а где можно накрутить! Не надо всем без разбора делать скидки, или накручивать всем подряд, анализируйте где можно, а где нет, этим и отличается грамотный менеджер от посредственного.

Накрутка!

Нам никто не запрещает делать накрутку, это не запрещено законом, мы вправе сами делать ценообразование на туры, кот. предлагаем туристу, поэтому никого не должна мучать совесть, что Вы продали тур с накруткой кому-то. Цель любого бизнеса - извлечение прибыли! Но не стоит злоупотреблять, так как если турист увидит, то это отразится на репутации фирмы, после того, как он на каждом шагу начнет об этом рассказывать. А репутация – это самое важное, что может быть. Поэтому делаем накрутку, только если на 300% уверены, что турист ничего не заподозрит. Например, в случае переброни, когда турист не может проверить цену самостоятельно!

Грамотно используйте инструмент скидок и накруток, во всем должна быть мера.

И помните, туристам важна не скидка, а иллюзия того, что он купил ВЫГОДНО и сэкономил!