

Переваги поштового маркетингу:

- створення комунікації між брендом і споживачем;
- ефективне залучення до перегляду рекомендацій, покупки;
- доступність підтримки каналу у фінансовому аспекті;
- сприяння мінімізації компаніями людської праці шляхом автоматизації процесів.

Використовуючи email-розсилку, користувач безпосередньо спілкується зі своєю цільовою аудиторією. Кожний контакт з аудиторією має бути цікавим і корисним для споживача.

У туристичній фірмі email-маркетинг сприяє зростанню повторних продажів турів, отриманню достовірних відгуків і збільшенню прибутку.

Значна кількість листів, які розсилаються туристичними компаніями, належить до категорії транзакційних: підтвердження від фірми, оновлення броні, запити про додаткову інформацію та інші запитання, пов'язані з туризмом.

Email-маркетинг дозволяє вибудувати пряму комунікацію між брендом або бізнесом, компанією та потенційними або існуючими клієнтами.

Цей метод сприяє створенню та зміцненню якісних відносин з аудиторією, збільшує показники повторних покупок, а також надає змоги пропонувати нові пропозиції й оперативного отримувати відгуки від аудиторії.

Тематичні розсилки — єдиний інструмент маркетингу, ефективність якого оцінюється в режимі нон-стоп. Аналітика відправок, переходів і кліків є доступною в кожному email-сервісі. Проте це не єдина перевага email-маркетингу для туристичного бізнесу. Один інструмент виконує чимало функцій:

- автоматично розподіляє користувачів за інтересами (аналізує запити читача в мережі та долучає його до заздалегідь створеної категорії);
 - автоматично нагадує про поїздки або виліти в календарі (ця функція потребує застосування спеціальної програми, яка синхронізує поштовий сервіс з google-календарем);
 - автоматично відправляє листи-нагадування про майбутні подорожі;
 - миттєво оповіщає користувачів про «гарячі пропозиції», навіть якщо читач перебуває в Перу, а ви — в Україні або Росії, адже для інтернету немає меж;
 - персоналізує кожен лист (проставляє імена, генерує індивідуальні пропозиції для читачів, базуючись на їхніх запитах);
- збільшує клієнтську базу.

Г. В. Бреславець, Н. А. Пилипенко

АВТОМАТИЗОВАНІ СИСТЕМИ БРОНЮВАННЯ В ТУРИЗМІ

Н. В. Breslavets, N. A. Pilipenko

AUTOMATED RESERVATION SYSTEMS IN TOURISM

Головним фактором ефективної роботи туроператорських і турагентських компаній є кількість і якість продажів. Вплинути на продажі, покращити їх якість, максимально підвищити ефективність роботи можна

через застосування систем бронювання та резервування в діяльності підприємств туристичного бізнесу.

Комп'ютерні системи бронювання мають значний вплив на всю туристичну сферу, оскільки надають не тільки авіапослуги, але й забезпечують проживання в готелях, оренду автомобілів, круїзні поїздки, надають інформацію про місце перебування, курси валют, повідомлення про погодні умови, автобусне та залізничне сполучення.

1. Визначення терміну «бронювання» та його складових:
 - комп'ютерна система бронювання;
 - тенденція бронювання;
 - упровадження систем бронювання.
2. Розповсюдження комп'ютерних систем резервування:
 - великі комп'ютерні системи резервування.
3. Система Amadeus:
 - ряд модулів з бронювання;
 - Amadeus — одна із комп'ютерних систем бронювання, що динамічно розвиваються в Україні.
4. Система бронювання Sabre:
 - можливості системи;
 - масштабність Sabre.
5. Trust — закордонна система бронювання:
 - функції системи;
 - масштабність Trust.
6. Start — велика європейська інтерактивна система реалізації туристичних послуг:
 - можливості системи;
 - склад Start.
7. Система бронювання туристичних послуг BeGlobal:
 - функції системи;
 - додаткові модулі BeGlobal.
8. Послуги бронювання через мережу інтернет:
 - авіаквитки;
 - готелі;
 - автомобілі;
 - тури;
 - переваги впровадження онлайн-системи для кожного учасника процесу.

Світовий досвід свідчить, що для будь-якої туристичної фірми чинником, який визначає успіх її діяльності на туристичному ринку, є час обслуговування клієнтів. Виграє той, хто має можливість надати клієнтові весь комплекс послуг у режимі онлайн.

Бронювання агентом послуг у туроператора важливе в загальній технології обслуговування клієнта, оскільки від того, чи зуміє туроператор підтвердити заявку агента в присутності користувача послуг, залежить подальше ставлення клієнта до агента та послуг, які він надає.