

СТАЦИОНАРНАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (ПРОФЕССИОНАЛЬНО- ТВОРЧЕСКАЯ) 2020- 2021 УЧЕБНЫЙ ГОД

Выполнила:
студентка группы РСОзм-201
Аникушина Алёна Сергеевна
Научный руководитель:
к.с.н., доцент кафедры
маркетинга
Нестерова Анна Геннадиевна

Место прохождения
практики: ООО «Фактор
успеха»

Индивидуальное задание на
примере компании ТТК-ЮФО

Анализ сайта <https://ttkifo34.ru/>. Выделение основных направлений деятельности организации ТТК-ЮФО



На сайте организации есть возможность заказать услуги онлайн и офлайн. Услуги туризма разделяются на: внутренний туризм (Россия и Волгоградская область) и выездной туризм. Есть услуги для отдельного клиента и для групп (гос. учреждения (школы), корпоративные группы).

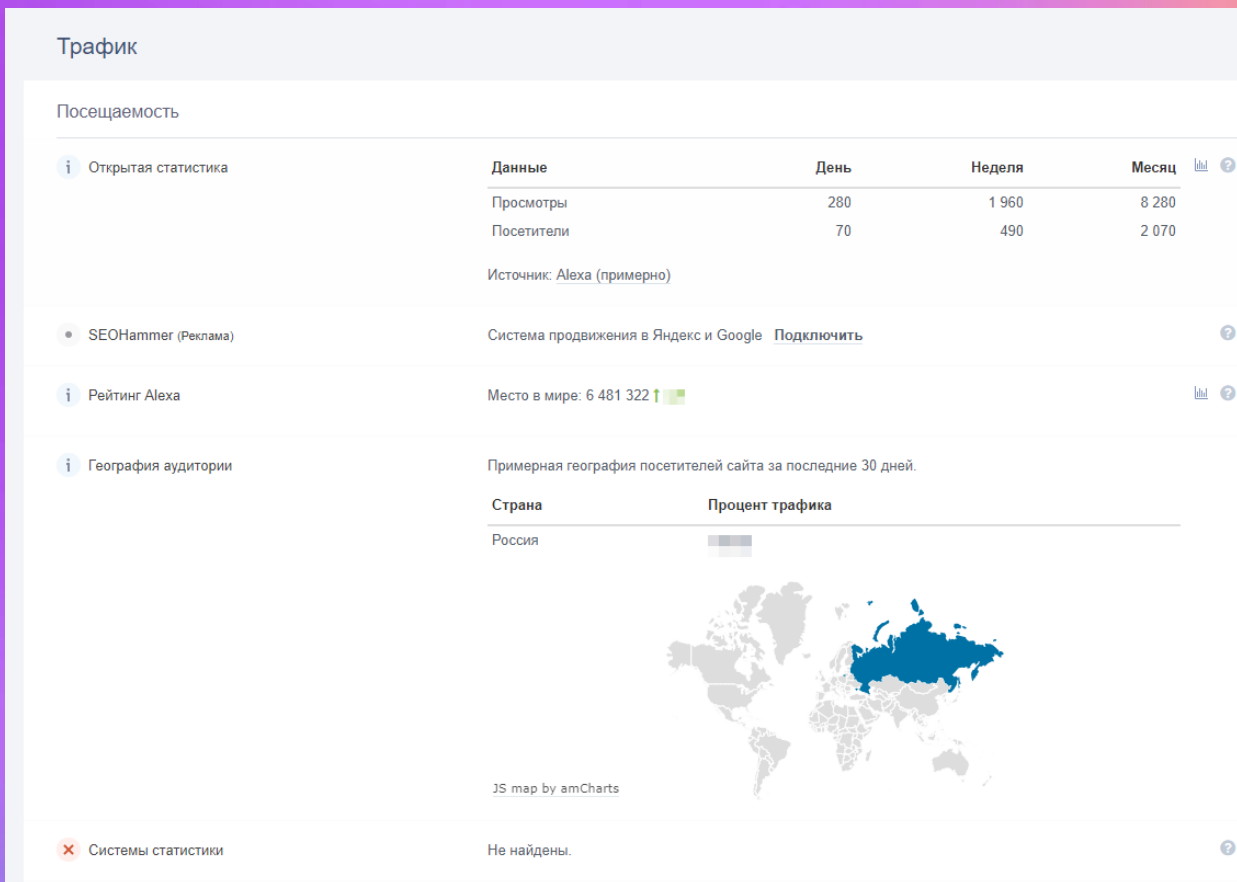
Что в итоге?

В ходе практики были проанализированы нормативно-правовые акты, социально-экономическая обстановка сфере туризма в 2020-2021 году, выявлено влияние пандемии коронавируса.

Также был проведен маркетинговый анализ компании ТТК ЮФО - проанализирован продукт и бизнес, каналы и форматы коммуникации с потребителями, сведения о бизнесе, целевая аудитория услуг внутреннего туризма, проанализированы конкуренты, сформулированы выводы.

По результатам предыдущих этапов был проведен SWOT-анализ и сформулированы вопросы для руководителя организации.

Данные трафика сайта ТТК-ЮФО, собранные сервисом <https://pr-cy.ru/>



Исходя из запросов в поисковике по ключевым словам «купить тур волгоград» «туры волгоград», компании ТТК-ЮФО нет в первой 10-е выдачи в поисках Яндекс и Google.

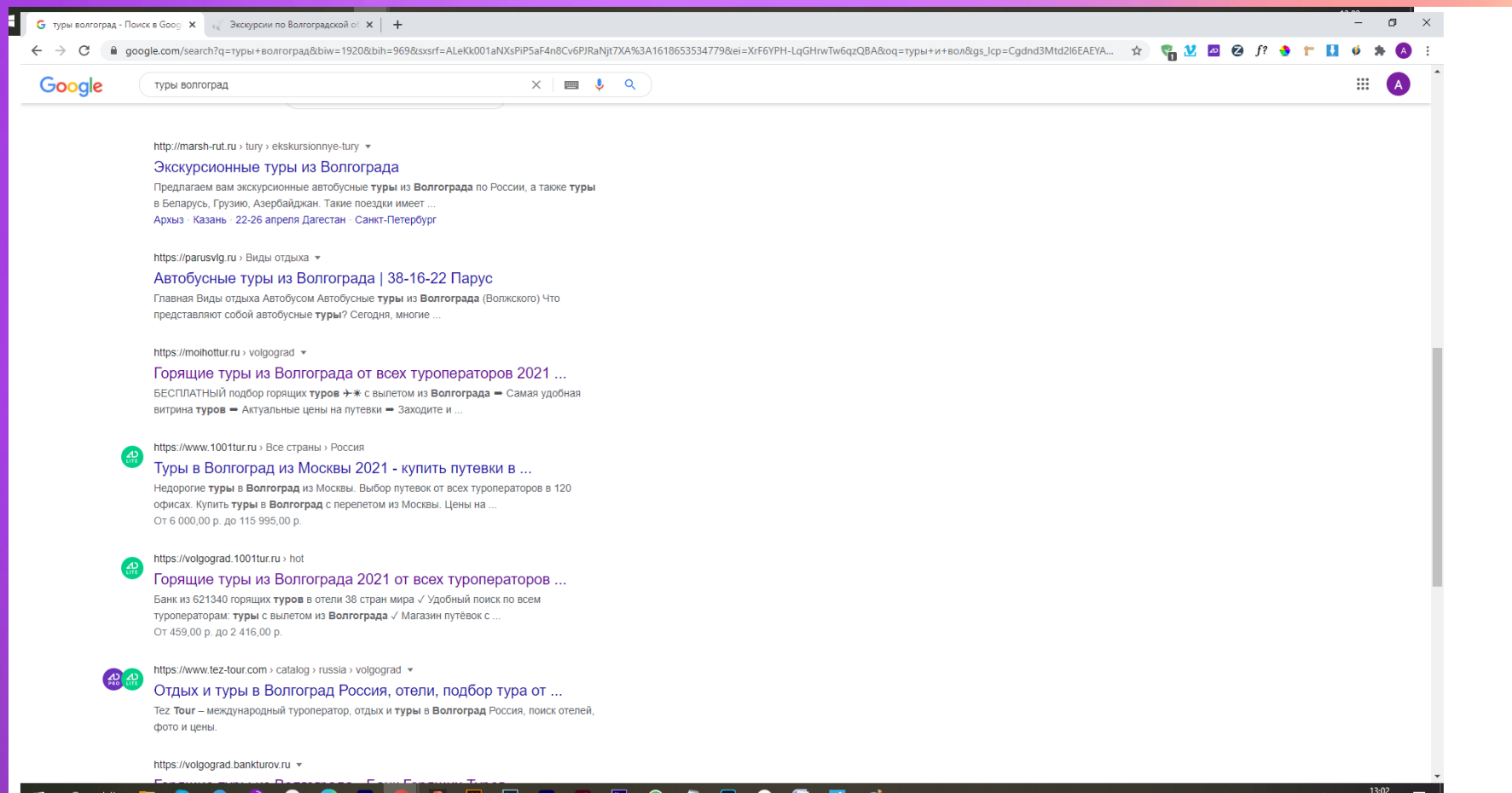
The screenshot shows a Yandex search results page for the query "купить тур волгоград". The search bar at the top contains the text "купить тур волгоград" and a "Найти" button. Below the search bar, there are navigation tabs for "Поиск", "Картинки", "Видео", "Карты", "Маркет", "Новости", "Переводчик", "Эфир", "Кью", "Услуги", "Музыка", and "Все".

The search results are displayed in a list format. The first result is from "tours.tutu.ru" with the title "Туры из Волгограда в 2021 году. Горящие туры из...". The second result is from "voigograd.travelata.ru" with the title "Горящие туры из Волгограда 2021 от всех туроператоров". The third result is from "pegasvoigograd.ru" with the title "Туры из Волгограда от Пегас Туристик. Горящие путевки...". The fourth result is from "voigograd.1001tur.ru" with the title "Горящие туры из Волгограда 2021 от всех туроператоров...". The fifth result is from "voigograd.bankturov.ru" with the title "Банк Горящих Туров Волгоград, путевки и горящие туры...". The sixth result is from "moihotur.ru" with the title "Горящие туры из Волгограда от всех туроператоров 2021...". The seventh result is from "voigograd.viasun.ru" with the title "Горящие туры от всех туроператоров из Волгограда...". The eighth result is from "voigograd.ru" with the title "Горящие туры из Волгограда от всех туроператоров".

On the right side of the search results, there is a summary box that says "Нашлось 6 млн результатов" and "1 058 показов в месяц". There are also links for "Показать только коммерческие предложения" and "Разместить рекламу".

Поисковая выдача Яндекса по ключевому слову «купить тур волгоград»

Исходя из запросов в поисковике по ключевым словам «купить тур волгоград» «туры волгоград», компании ТТК-ЮФО нет в первой 10-е выдачи в поисках Яндекс и Google.



Продолжение поисковой выдачи Google по ключевому слову «туры волгоград»

При этом сайт индексируется поисковыми системами, есть в выдаче по названию компании

The screenshot shows a Google search for "ТТК ЮФО". The search bar contains the text "ТТК ЮФО". Below the search bar, there are navigation options: "Все", "Карты", "Новости", "Картинки", "Покупки", "Ещё", "Настройки", and "Инструменты". The search results show approximately 44,300 results in 0.46 seconds. The first result is from "https://ttkufo34.ru" for "Турфирма 'ТТК-ЮФО' - туры на майские праздники 2015 ...". Other results include "ООО 'ТТК 'ЮФО', Волгоград (ИНН 3445067559, ОГРН ...)", "ТТК 'ЮФО' (ИНН 3445067559, ОГРН 1043400419842), Волгоград - реквизиты и контактные данные организации. Юридический адрес ...", "ТТК 'ЮФО', ООО, г. Волгоград ИНН 3445067559 ...", "ООО 'ТТК 'ЮФО', ИНН 3445067559 - List-Org", "ООО «ТТК ЮФО» (Волгоград). Контакты и отзывы", and "ООО ТТК ЮФО, Волгоград: ИНН 3445067559, ОГРН ...".

On the right side, there is a detailed business profile for "ТТК ЮФО". It features a pixelated logo and a map. The profile includes the following information:

- ТТК ЮФО**
- Buttons: Сайт, Маршрут, Сохранить, Вызов
- Rating: 4,6 stars (9 reviews on Google)
- Activity: Турагентство в Волгограде
- Location: **Находится в:** Волгоградский государственный университет
- Address: **Адрес:** просп. Университетский, 100Л, Волгоград, Волгоградская обл., 400062
- Hours: **Часы работы:** Открыто · Закрывается в 15:00
- Phone: **Телефон:** 8 (844) 246-76-27
- Buttons: Предложить исправление, Вы – владелец этой организации?
- Section: **Знаете это место?** Поделитесь актуальными данными
- Section: **Вопросы и ответы** (Ваш вопрос будет первым, button: Задайте вопрос)
- Section: **Отзывы в Интернете** (4,5/5, Рос-Билет ру · 2 голоса)
- Section: **Отправить на телефон** (button: Отправить)

The Windows taskbar at the bottom shows the system tray with the date and time: 12:52, 17.04.2021.

Отзывы о туристической фирме представлены в поисковиках Яндекс и Google, а также на сторонних сайтах, мини-сайтах компании, в соц. сетях компании (Instagram, Вконтакте)

The screenshot displays the website for TTK ЮФО, showing bus routes and customer reviews. The browser address bar shows the URL ros-bilet.ru/perevozhchik/ttk-yufo.

Bus Routes:

Route ID	Origin	Destination	Departure	Arrival	Price	Features
39	Волгоград Автобусная остановка "Площадь Ленина"	Вардане Автобусная остановка «Вардане 2», ул. Львовская, 38	18:00 Июнь, Сентябрь: вт, пт	11:30	2200 руб. актуально только при заказе on-line	Mercedes Sprinter (регулируемые сидения, кондиционер, индивидуальная система обдува, индивидуальная система освещения, мультимедийный комплекс)
40	Волгоград Автобусная остановка "Площадь Ленина"	Веселое КПП Псоу, стоянка на выезде из РФ	16:00 Июль, август: вт, пт	12:00	2200 руб. актуально только при заказе on-line	Mercedes Sprinter (регулируемые сидения, кондиционер, индивидуальная система обдува, индивидуальная система освещения, мультимедийный комплекс)

Navigation: 1 2 3 4 5 ... [следующая >](#) [последняя >>](#)

Автобусы ТТК ЮФО

Отзывы

Артём (гость) 24 Фев 2014 - 16:39
Несколько раз ездил на их автобусах из Волгограда в Москву и назад. Все устраивает. [ответить](#) ★★★★★

Лилия Васильевна (гость) 26 Июл 2019 - 21:10
Удобная маршрутка, сиденья раскладываются, много места. Водитель замечательный, аккуратный стиль вождения и помогает пассажирам. Вообще отличный сервис, будем пользоваться! Данное перевозчика порекомендовать могу! [ответить](#) ★★★★★

Добавить отзыв

Ваше имя *

Отзывы о туристической фирме представлены в поисковиках Яндекс и Google, а также на сторонних сайтах, мини-сайтах компании, в соц. сетях компании (Instagram, Вконтакте)

Galohka G.
Знаток города 3 уровня
★★★★★ 13 авг 2020
Добрый день. Никогда не было проблем с этой компанией. За сутки предупреждают о поездки. Всегда можно дополнительно позвонить и спросить, всегда вежливо. В данный момент они по этому адресу не работают.
Нравится 1

Ваш комментарий

Офиц. ответ 15 авг 2020
Спасибо за отзыв
Ответить

Анна Львова
Знаток города 5 уровня
★★★★☆ 30 мар 2020
Закрыты и не работают.
1 нравится 1

Ваш комментарий

Офиц. ответ 1 апр 2020
Карантин 😊
Ответить

Отзывы о туристической фирме представлены в поисковиках Яндекс и Google, а также на сторонних сайтах, мини-сайтах компании, в соц. сетях компании (Instagram, Вконтакте)

bus.tutu.ru/perevozchiki/TTK_YuFO/

Скидки до 40% от перевозчиков

Туту.ру · Расписание автобусов · Перевозчик · ТТК ЮФО

Перевозчик «ТТК ЮФО»

9
из 10
Оценка перевозчика
[Читать отзывы пассажиров](#)

Отзывы ТТК ЮФО

Волгоград - Михайловка 10
Дата публикации: март 2019. Владимир
Все понравилось, советую.

Волгоград - Воронеж 9
Дата публикации: июль 2018.
Небольшое опоздание, но в целом все отлично!

Волгоград - Астрахань 6
Дата публикации: июнь 2018. Любовь
Купила два билета, уезжала в 22.00 с автовокзала Южного, была с ребенком 8 лет. Ужасное отношение водителей, которые в открытую в лицо сказали: - что незнание что такое электронный билет, не могут проверить его подлинность, сначала будут садиться люди с нормальными билетами, а потом при наличии свободных мест может быть меня с ребенком возьмут. Рядом стояла женщина, с деньгами в руке, и её посадили в перед нас с билетами. У меня на руках был распечатанные билеты и квитанция об оплате. Хорошо мест хватило и мы сели. Пожалуйста доводите до водителей сведения что есть еще и электронный билет, и мы тоже люди, так разговаривать нельзя.

Контактная информация ТТК ЮФО

Телефоны
Справочная
+78442467627
+79173300271

Эл. почта
Справочная
ufo.volga@yandex.ru

Сайт
<http://ttkufo34.ru/>

Информация о юр. лице
Название: ООО ТТК ЮФО.
Адрес: Университетский пр-т, 100л.
ОГРН: 1043400419842.

Отзывы о туристической фирме представлены в поисковиках Яндекс и Google, а также на сторонних сайтах, мини-сайтах компании, в соц. сетях компании (Instagram, Вконтакте)

The screenshot shows the website ttiuru.ru/testimonials. The header includes the **tiuru** logo, a registration link, and navigation for reviews (2 отзыва) and a shopping cart (Корзина). The main content area features a navigation bar with links to Главная, Товары и услуги, О нас, and Контакты. A search bar and a breadcrumb trail (Отзывы) are also present. The page title is "Отзывы о компании ООО «ТТК ЮФО»". A "Добавить отзыв" button is visible. Two testimonials are displayed:

- Ольга**, dated 07.06.2012, with a 5-star rating and "Отлично" rating. Her review states: "В начале мая я бронировала билет на автобус Волгоград-Геленджик-Волгоград. Услугами довольна. Билет выкупила 25 мая с приятной скидкой. Места в автобусе обещаны хорошие. Буду надеяться на дальнейшее сотрудничество. Отдельное спасибо Тепляковой Юлии за оперативную работу с клиентом."
- Иа Александрович**, dated 19.04.2011, with a 5-star rating and "Отлично" rating. His review states: "спасибо было очень приятно с вами отдыхать, обязательно буду пользоваться вашими услугами и советовать вас свои друзьям и близким"

The left sidebar contains a search bar, navigation links (Товары и услуги, О нас, Отзывы), contact information (Компания: ООО «ТТК ЮФО», телефоны, контактное лицо: Юлия Теплякова, адрес), and a map section.

Отзывы о туристической фирме представлены в поисковиках Яндекс и Google, а также на сторонних сайтах, мини-сайтах компании, в соц. сетях компании (Instagram, Вконтакте)

Все отзывы о турфирме ООО "ТТК ЮФО"

3 отзыва
туристов

Великолепных 1
Ужасных 2

Оставить свой отзыв

4/10

Плохо!



Наталья

1/10 Ужасно Отзыв написан: 18 января 2015 г.

КОШМАР НА КОЛЁСАХ

В июне 2014 года от предприятия организовали поездку в Домбай на 3 дня на 2-х автобусах. ТТК ЮФО было исполнителем. Сопровождающая от турфирмы Лиля взяла в поездку 2-х летнего ребёнка и компанию друзей. Занималась только собой и своей компанией. Во время поездки в Архыз сразу же сломался один из автобусов. Не долго думая,

[Показать больше](#) ▾

Мне нравится ♥ 0

0 комментариев



Потерпевшая
Волгоград, Россия

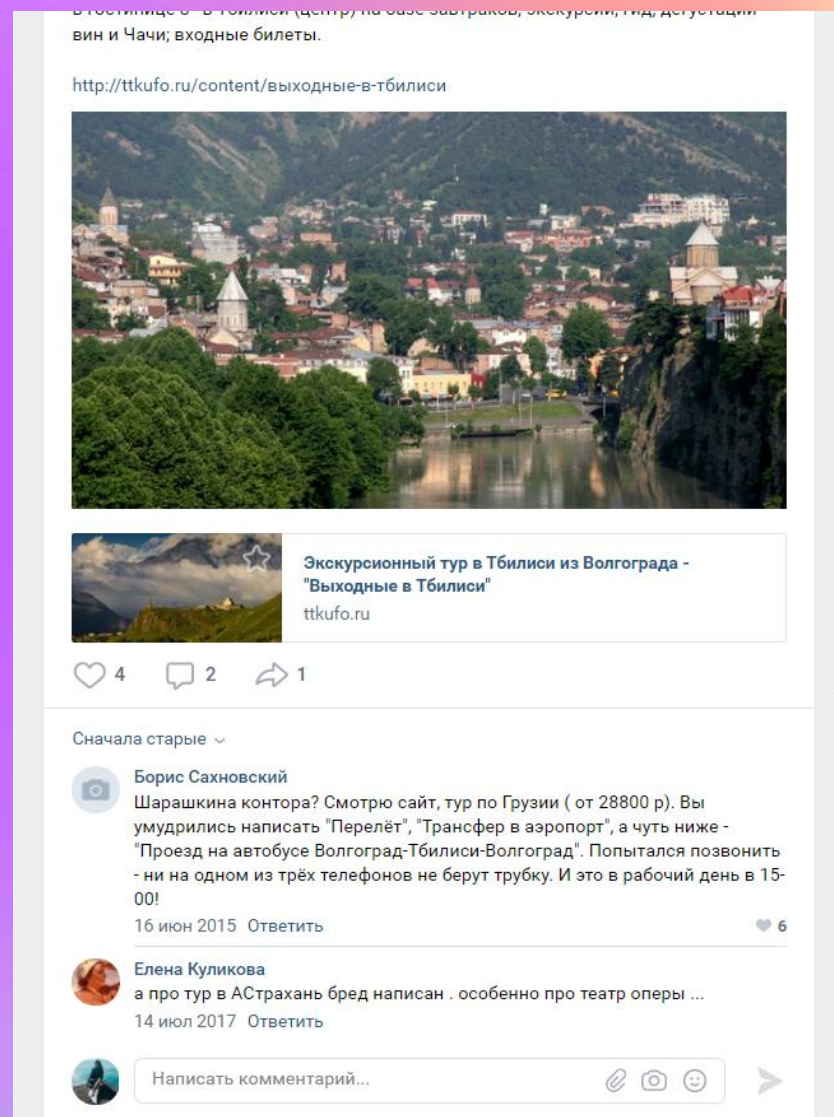
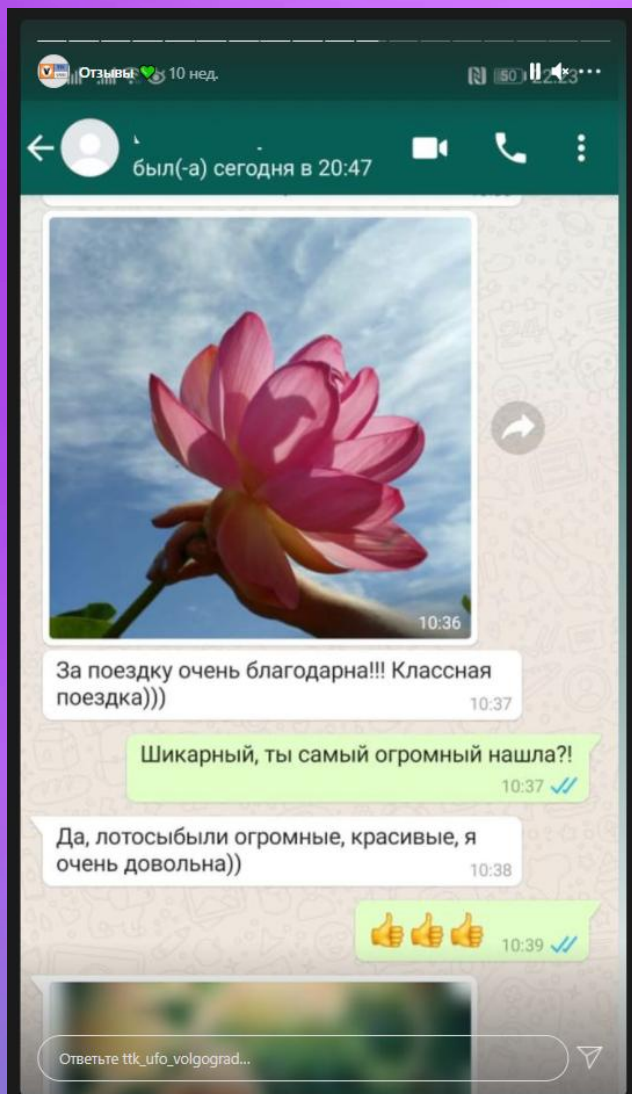
1 отзыв

1/10 Ужасно Отзыв написан: 26 августа 2008 г.

Если хотите пережить незабываемые моменты на...

Если хотите пережить незабываемые моменты на ночном серпантине Краснодар - Сочи, прижимаясь к скале у сломанного автобуса, шарахаясь от летящих ФУР, если хотите столкнуться с хамами водителями, если хотите оказаться абсолютно беспомощными за 1000 км от дома, а администрация ЮФО на ваши мольбы о помощи ответит:

Отзывы о туристической фирме представлены в поисковиках Яндекс и Google, а также на сторонних сайтах, мини-сайтах компании, в соц. сетях компании (Instagram, Вконтакте)



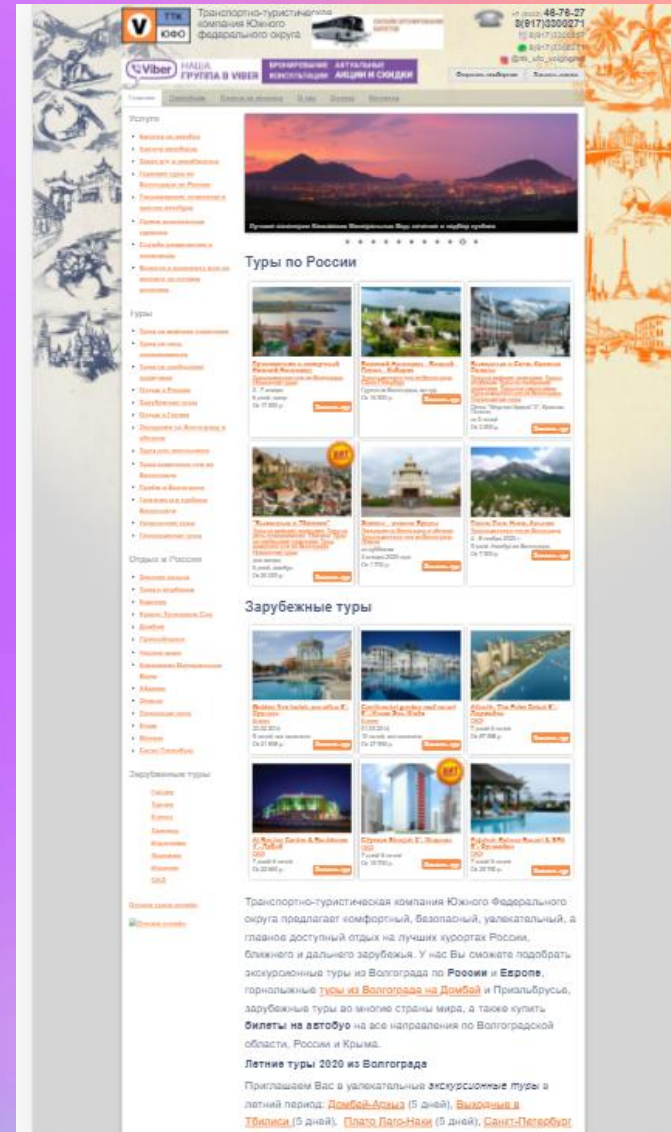
Клиенты обращают внимание на то, что на сайте представлена не достоверная информация по турам, информацию на сайте обновляют не своевременно, информация о 2-ом этапе программы туристического кешбэка представлена в апреле

The screenshot shows the website ttkufo34.ru/# with the following elements:

- Header:** Logo for TTK ЮФО (Transport-Tourist Company of the Southern Federal District). Contact info: +7 (8442) 46-76-27, 8(917)3300271, 8(917)3300257, 8(917)3300271. Social media: @ttk_ufo_volgograd.
- Navigation:** Главная, Партнёрам, Ответы на вопросы, О нас, Оплата, Контакты.
- Services List (Услуги):**
 - Билеты на автобус
 - Аренда автобусов
 - Заказ ж/д и авиабилетов
 - Горящие туры из Волгограда по России
 - Пассажирские перевозки и аренда автобуса
 - Прием иностранных туристов
 - Служба размещения в гостиницах
 - Встреча в аэропорту или на вокзале на лучших условиях
- Special Offer:** РОСТУРИЗМ МИР. 20% возврат за поездки по стране с 15 октября по 5 декабря при оплате картой «Мир».
- Tours by Russia (Туры по России):**
 - Путешествие в несучный Нижний Новгород:** Туры выходного дня из Волгограда. Новгородские туры. 2 - 7 января. 6 дней, поезд. От 17 500 р. [Заказать тур](#)
 - Великий Новгород - Валдай - Псков - Изборск:** Туры выходного дня из Волгограда. Санкт-Петербург. Группа из Волгограда, хд тур. От 16 500 р. [Заказать тур](#)
 - Выходные в Сочи, Красная Поляна:** Туры на майские праздники. Туры с автобусом. Туры на ноябрьские праздники. Туры для школьников. Туры выходного дня из Волгограда. Горнолыжные туры. Отель "Маунтин Бридж" 3*, Красная Поляна. От 2 ночей. От 3 500 р. [Заказать тур](#)

Вид сайта компании ТТК-ЮФО с мобильного устройства

Сайт не оптимизирован под мобильный трафик. При этом основной канал коммуникации и продаж – Instagram. А значит, клиентам сложно посмотреть предложения и в большинстве случаев сайт они просто закрывают, не возвращаясь.



Перегруженность сайта компании ТТК-ЮФО

- Сам сайт перегружен информацией, много кнопок «call to action», все направления бизнеса представлены сразу, кнопка «заказать билет онлайн» теряется, текстовая информация не воспринимается, нет иерархичности информации, контакты и соц. сети также визуально выделены плохо, пользователь теряется «куда нажимать», сайт заставляет пользователя думать, искать, выбирать куда нажать, чтобы удовлетворить свой запрос, что большинство клиентов не делает, а просто закрывает сайт, из-за плохого интерфейса опыт и впечатление от покупки омрачается.

Перегруженность сайта компании ТТК-ЮФО

The screenshot displays the website ttkufo34.ru in a browser window. The page is titled "Зарубежные туры" (Foreign tours). On the left, there is a sidebar with a list of destinations: Карелия, Курорт Тенториум Спа, Домбай, Приэльбрусье, Черное море, Кавказские Минеральные Воды, Абхазия, Элиста, Потосские полы, Крым, Москва, and Санкт-Петербург. Below this list are sections for "Зарубежные туры" with links to Греция, Турция, Египет, Таиланд, Индонезия, Хорватия, Испания, and ОАЭ, and "Оплата туров онлайн" with a link to "Оплата онлайн".

The main content area features a grid of six travel packages, each with a photo, title, location, dates, and price:

- Golden five hotels paradise 5*, Хургада**: Египет, 23.02.2014, 9 ночей, все включено, От 21 838 р.
- Continental garden reef resort 5*, Шарм-Эль-Шейх**: Египет, 01.03.2014, 10 ночей, все включено, От 27 906 р.
- Atlantis The Palm Dubai 5*, Дюймовка**: ОАЭ, 7 дней/6 ночей, От 87 568 р.
- Al Bustan Centre & Residence 4*, Дубай**: ОАЭ, 7 дней/6 ночей, От 22 660 р.
- Citymax Sharjah 3*, Шарджа**: ОАЭ, 7 дней/6 ночей, От 19 700 р.
- Fujairah Rotana Resort & SPA 5*, Фуджайра**: ОАЭ, 7 дней/6 ночей, От 25 760 р.

Below the grid, there is a paragraph of text: "Транспортно-туристическая компания Южного Федерального округа предлагает комфортный, безопасный, увлекательный, а главное доступный отдых на лучших курортах России, ближнего и дальнего зарубежья. У нас Вы сможете подобрать экскурсионные туры из Волгограда по России и Европе, горнолыжные туры из Волгограда на Домбай и Приэльбрусье, зарубежные туры во многие страны мира, а также купить билеты на автобус на все направления по Волгоградской области, России и Крыма."

Below the text, there is a section titled "Летние туры 2020 из Волгограда" with a list of packages: "Приглашаем Вас в увлекательные экскурсионные туры в летний период: Домбай-Архыз (5 дней), Выходные в Тбилиси (5 дней), Плато Лаго-Нахи (5 дней), Санкт-Петербург - открытие фонтанов (6 дней)."

At the bottom, there is another paragraph: "Санкт-Петербург познакомит с архитектурными и культурными достопримечательностями северной столицы. Экскурсия в столицу Грузии Тбилиси – это возможность увидеть богатую кавказскую природу, прогуляться по одному из самых живописных и старейших городов мира, испробовать вина Алазанской долины и национальные грузинские деликатесы. Экскурсионный тур в Архыз и Домбай – это возможность насладиться великолепной кавказской природой и отдохнуть от суеты больших городов. Плато Лаго-Нахи и Кавказский биосферный заповедник подарит Вам незабываемые"

The browser's taskbar at the bottom shows various application icons and the system clock indicating 14:33 on 17.04.2021.

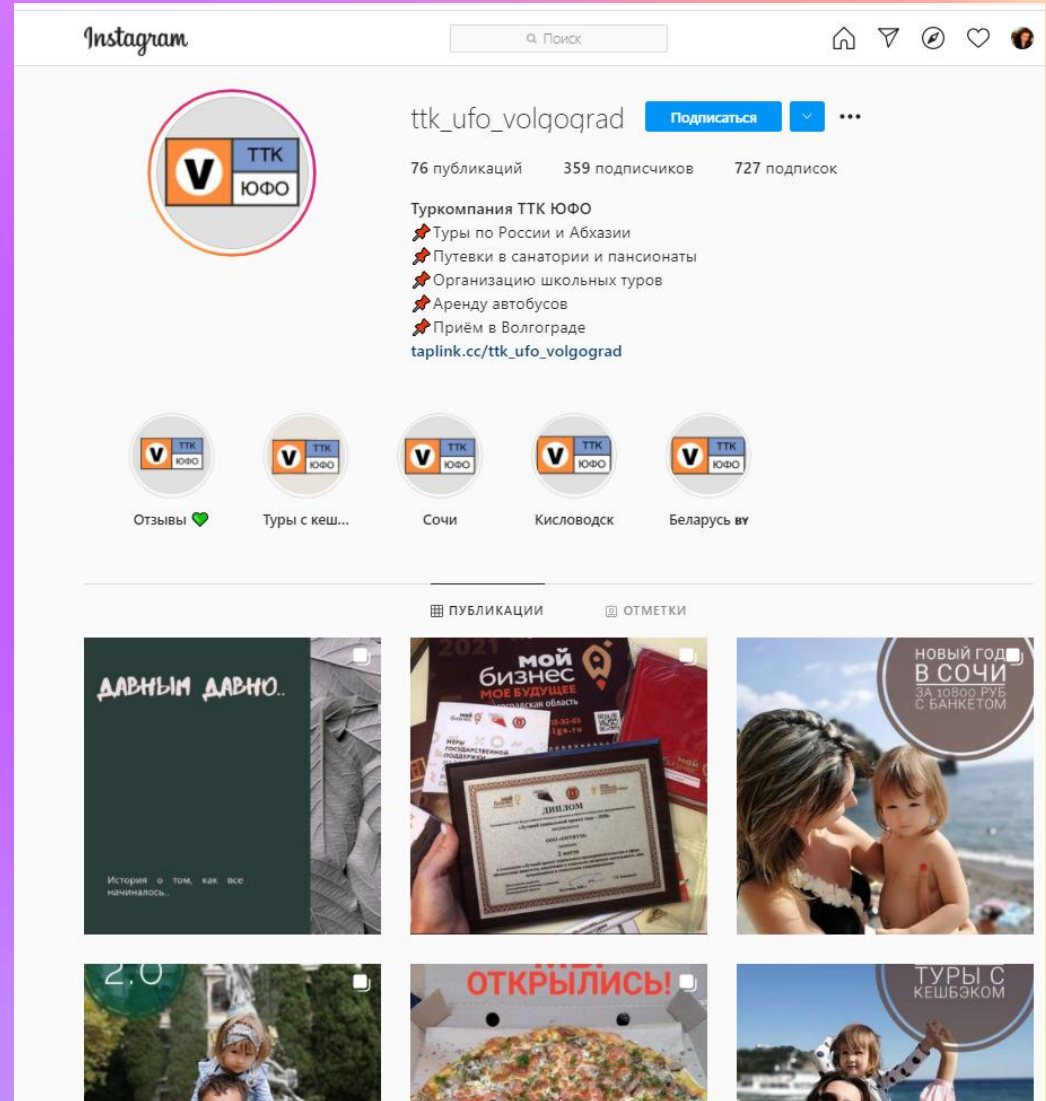
Каналы коммуникации

- В таплинке Instagram используется для связи – имейл и прямой звонок, без указания мессенджеров.
- В кнопках «Отправить сообщение» и «Заказать звонок» на сайте – по умолчанию переход на Viber.

При этом по данным исследовательского центра компании «Deloitte» в СНГ, в России самыми популярными мессенджерами за 2020 год являются WhatsApp – 88%, далее Viber – 62%, Skype – 52%, Telegram – 50%

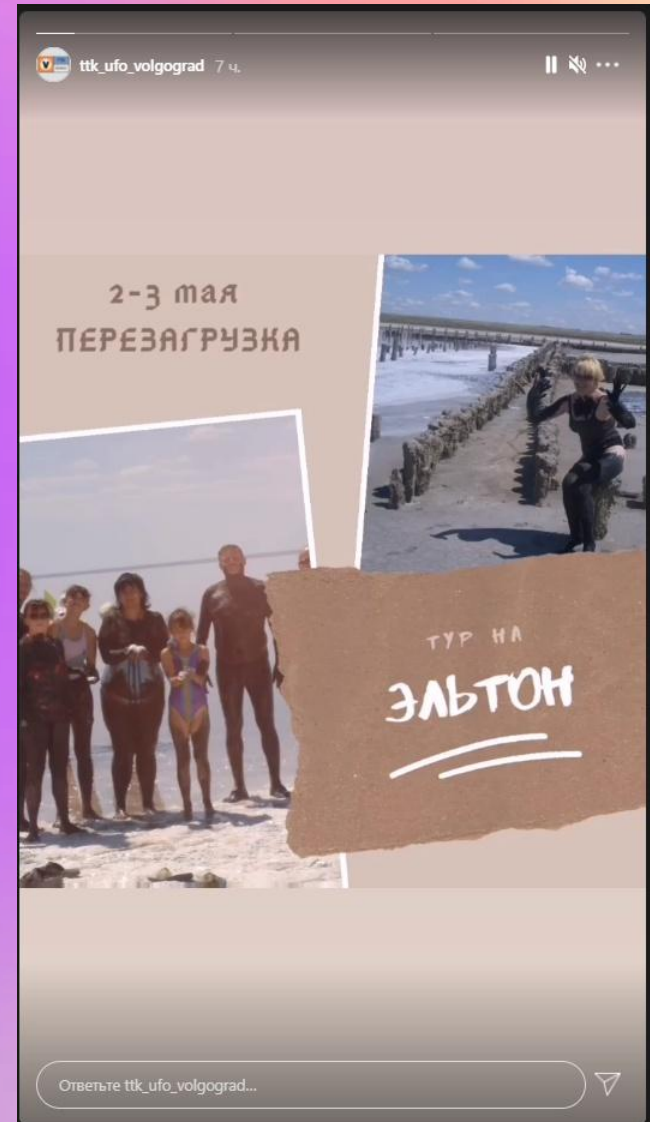
Instagram

- В социальной сети Instagram слабое визуальное оформление профиля, необходимо поработать над логотипом для лучшего восприятия в онлайн-пространстве, упрощение форм, работа над типографикой



Instagram

- Также необходима проработка обложек историй с более наглядным представлением «что внутри», инфографика. Больше популярных направлений и разделов сторис по ним.
- Лента хаотичная, без общего стилового решения, цветовая палитра не соблюдается, типографика, плашки с текстом не читабельно размещаются. Необходима разработка шаблонов под разный контент. Не разрозненность ленты, соблюдение тематики профиля – туризм, продажа билетов, сторителлинг в постах, общение с аудиторией, вопросы, мотивация отвечать в комментариях, розыгрыши и конкурсы. Также особое внимание на сторис, монтаж видео и создание продающих сторис, больше сторис с описанием направлений (компания применяет), ситуацией в определенных городах и странах в период коронавируса и т.д.



Целевая аудитория

- Так как при ситуации с коронавирусной инфекцией количество принимающих туристов стран сократилось, а условия въезда в открытые страны ужесточились, то региональной компании по туризму эффективнее развивать услуги по внутреннему туризму по России (доступность для населения, меры государственной поддержки). Поэтому была рассмотрена целевая аудитория услуг внутреннего туризма (по России и Волгоградской области).

Кто покупает?

- Базовые группы (основные потребители) – люди предпенсионного и пенсионного возраста с активной жизненной позицией, офисные работники и работники гос. сектора, семьи с детьми, корпоративные поездки от образовательных учреждений (группы учителей с учениками), предприниматели с высоким уровнем патриотизма (или нет), молодые люди (студенты).
- Косвенные потребители – внуки и дети взрослых людей (их берут в поездки), подростки.
- Потенциальные потребители – любители отдыха за рубежом (но в период коронавируса лишённые возможности путешествовать).

Почему клиенты уже работают с компанией, что понравилось?

- Подбор туров от менеджера, чистые гостиницы, интересные экскурсии (разнообразные, насыщенные), связь с менеджером через мессенджер, пляжи не далеко, насыщенные впечатлениями поездки, отзывчивый персонал гостиниц, соответствие фото реальным гостиницам, хорошая организация поездки, предупреждение о поездке за день, возможность всегда связаться с менеджером по телефону, вежливый и оперативный менеджер, доступность скидок, доступные цены. Клиентам нравится оплата онлайн, получение договора и билетов на почту, оповещение по смс/мессенджеру об изменении дат выезда по разным обстоятельствам, и получение информации о заказе (дублирование информации о заказе с почты/сайта), возможность вернуть кешбэк по программам, сохранение данных в личном кабинете (чтобы много раз не вводить данные паспорта, например).

Какие возражения возникают у клиентов?

- Не вкусное питание, не всегда удобная дорога, гостинца рядом с дорогой (шумно), короткий тур (Санкт-Петербург), клиенты не знают о том, что переехал физический офис, в старых неотвеченных отзывах отмечается плохая работа сопровождающего, не вежливые водители. Возражение – путешествие без готовых туров, отдых, который подбирают клиенты сами из-за желания сэкономить и не быть привязанным к датам экскурсий (минусы – пляжный (и не только пляжный) отдых может оказаться дороже на популярных направлениях, гиды непроверенные, долгий самостоятельный подбор опций, нужно иметь опыт путешествовать; плюсы – более индивидуальный подбор туристических активностей). Не приятны переносы чартерных рейсов (уведомлять о таком варианте развития событий клиентов, так как это не зависит от туроператора). Есть клиенты, которым не удобны звонки, удобно бронировать текстовыми сообщениями.

Целевые группы потребителей услуг туризма по России и Волгоградской области

- Были рассмотрены целевые группы потребителей услуг туризма по России и Волгоградской области.
- Например, офисные работники и работники гос. сектора – их привлекает цена (соразмерно с заработной платой), есть потребность выбраться из серости и рутинности будних, «обновить» ленту в Instagram (Одноклассниках, Вконтакте), у работников гос. сектора более развитое чувство патриотизма, желание познать просторы родины, восстановить силы для дальнейшей работы, популярность пляжного отдыха, природных туров по России, туров по городам, гастрономические путешествия. Самая перспективная аудитория.

Целевая группа потребителей услуг туризма по России и Волгоградской области - офисные работники и работники гос. сектора

- Как покупают?

Звонки по мобильной связи, сайт, мессенджеры (WhatsApp, Viber), соц. сети (Instagram, Вконтакте, Одноклассники).

Уровень дохода, покупательская способность – средний и низкий уровни дохода, экономия как мотив потребления (трансляция того, что помогаете людям сэкономить).

- Проблемы, боли, страхи, тревоги и опасения аудитории, что для нее важно при выборе продукта – погоня за новыми впечатлениями (исходя из дохода), «подзарядка» эмоциями, созданием собственного «имиджа» в социальных сетях, отдых и близость с природой, гарантия соответствия фото с сайта реальным фотографиям отелей, автобусов, качество питания и т.д., а также условий поездки. Важна живописность мест, их культурное значение, уникальность и доминирование именно выбранного места и инфраструктуры в сравнении с другими; быстрота подбора и оформления тура. Связь с менеджером через мессенджеры/телефон. Возможность расплатиться картой онлайн. Одноразовые маски и перчатки, возможность получения скорой медицинской помощи. Гарантия обработки мест для посещения против коронавируса. Страх серости будней. Страх недобросовестности туроператора.
- Зачем аудитории услуги внутреннего туризма, какую потребность она закрывает – получение новых впечатлений и позитивных эмоций, отдых от повседневности, быта, работы, получение полезных культурно-исторических знаний о своей стране, активный отдых по доступной цене.
- Кто в действительности принимает решение о покупке – сам клиент или муж/жена (парень/девушка).

Основные компании-конкуренты ТТК-ЮФО

- Пегас Туристик;
- Парус;
- Моя планета;
- Макси Тур;
- Экскурсионное бюро Волга-Volga;
- Планета Тур;
- Банк Горящих туров Волгоград;
- ООО «Туристическая компания И-Волга»;
- Меридиан;
- Coral Travel;
- Агентство путешествий Малибу;
- Туркомпания Маршрут;
- Слон-В;
- Es-tour;
- Турфино;
- Реал Трэвел;
- Парадайз-Тур;
- ЛиКТУР;
- Anex Tour;
- Туральянс;
- Волгоградский Спутник;
- Турфирма Бриз;
- Майя-турс;
- Воско;
- Мир без границ;
- Райдер Парк;
- Круиз;
- Экзотик-тур;
- Грэйс-трэвел;
- Ной Тур;
- АвтоКомфорт34;
- Велес;
- TUI;
- Travelata.ru;

Косвенные и потенциальные конкуренты

- Косвенные конкуренты – фирмы, предоставляющие туры выездного туризма; фирмы, предоставляющие тур. услуги и находящиеся в Волгоградской области (в регионе) – тур. агентство НАТАЛИ.
- Потенциальные конкуренты – фирмы, продающие билеты (на автобусы, ж/д, авиа) для самотуризма – «ДИАНА-ТУР» – пассажирские перевозки на автобусах (продажа билетов на море для самотуризма).

Сильные стороны компании ТТК-ЮФО

- Опыт работы (давно на рынке).
- Проверенные направления.
- Выход в digital-пространство (сайт, соц. сети. коммуникация через мессенджер).
- Небольшая стоимость турпродукта, оптимальные цены (свой автопарк, свои мини-гостиницы – Домбай, Черноморское побережье).
- Постоянные клиенты (сформированная клиентская база).
- Качество обслуживания:
 - штат работников (менеджеры, водители, гиды);
 - консультации, подбор услуг, поддержка и сопровождение клиентов (через соц. сети и телефон).
- Мониторинг качества услуг.
- Доступная транспортная инфраструктура по области (легко доехать).
- Доступность всех туристских продуктов компании для широких слоев населения.

Слабые стороны компании ТТК-ЮФО

- Перегруженный сайт, нет четкого уникального предложения, выбора услуг.
- Не запоминающийся логотип, нет фирменного стиля, разрозненный контент в социальных сетях (слабый бренд).
- Малая активность в социальных сетях.
- Разное утп в группах в соц. сетях и на сайте.
- Мало подписчиков и активности подписчиков в соц. сетях.
- Слабый текст и фото в соц. сетях, чтобы зацепить покупателя, рассказ о всех бизнесах владельцев (не особо интересно для тех, кто пришел за туром).
- Не единая информация на всех площадках компании.
- Отсутствие чата с менеджером на сайте.
- Не понятная система скидок.
- Затрудненная коммуникация из-за ограниченности мессенджеров в выборе способов связи на сайте и в соц. сетях.
- Высокая зависимость от ситуации в государстве (пандемия, регулятивные меры, внешняя политика).
- Бизнес-модель легко копируема.
- Не оптимизированный сайт (seo).
- Нет мобильной версии сайта.
- Для некоторых людей путешествия на автобусе не удобны в пределах России (долго доезжать до места отдыха на автобусе).
- Нет ответов компании на некоторые негативные отзывы на внешних сайтах, в паблике Вконтакте, возражения не везде не отработаны.
- Информация на сайте не актуальная.
- Компания не присутствует в социальной сети Одноклассники и социальной сети TikTok.
- Работа с описанием и продающим текстом на сайтах.

Возможности для компании ТТК-ЮФО

- Рост спроса после изоляции на услуги туризма (потребитель хочет новых впечатлений и справиться со стрессом).
- Из-за снижения доходов населения, может повыситься спрос на менее дорогие отечественные направления. Возможность предоставить популярные направления внутреннего туризма весной 2021 года:
- Крым и Краснодарский край как ключевое направление для семейного отдыха весной;
- Архыз, Домбай, сибирский Шерегеш – горнолыжный сезон продолжается до начала мая (конца апреля). Кавказские Минеральные Воды, Республика Адыгея, Тюмень, Алтай, Удмуртия и Республики Башкирия, Санкт-Петербург, Калининград – оздоровительный отдых;
- Волга – круизы по Волге в разных комбинациях (в последних числах апреля – начале мая стартует речная навигация). Круизы по Волге, по историческим городам: Ярославль, Плес, Кострома, Углич, Мышкин, Городец;
- регионы Сибири и Дальнего Востока – в конце весны формируются туры для активного отдыха на природе;
- навигация в северном направлении (конец мая – начало июня) – из Санкт-Петербурга в Карелию, маршруты по Ладожскому и Онежскому озерам. Доступны как продолжительные круизные программы, так и короткие маршруты выходного дня;
- короткие поездки на выходные и длинные выходные всей семьей по программе кешбэка – путешествия в столицы (экскурсионные маршруты двух столиц, 12 апреля 2021 года запущена совместная информационная компания; самыми успешными продуктами были названы короткие сити-брейки, а также туристские поездки – три дня в одном городе, два в другом и наоборот; в рамках кампании будут предлагаться и полноценные десятидневные и двухнедельные каникулы с посещением туристских центров Серебряного ожерелья и регионов вокруг Москвы – привлечение организаций в сфере туризма для создания комбинированных турпродуктов), в Москву или Санкт-Петербург, экскурсионные маршруты – в Республику Татарстан, Нижний Новгород, Воронеж, по историческим городам Золотого Кольца, регионам Северного Кавказа и в любой регион страны.

Возможности для компании ТТК-ЮФО

- в середине апреля цветут степные тюльпаны в Калмыкии (проходит традиционный фестиваль тюльпанов);
- в мае – маральник на Алтае – «сибирская сакура» (доступно только в России).
- В период пандемии рост спроса на услуги внутреннего туризма (есть что предложить, единственная возможность путешествовать):
- наиболее перспективные направления круизного туризма в России – комбинированные речные и морские круизы в Азово-Черноморском, Каспийском (приоритетное направление) и Балтийском бассейнах;
- экспедиционный туризм, прежде всего в Арктической зоне;
- развитие международных морских круизов в дальневосточных бассейнах;
- экологический туризм;
- деловой туризм;
- Поддержка туристической сферы со стороны государства (развитие инфраструктуры, специальные программы):
- введения специального режима развития территорий;
- налоговые льготы;

Возможности для компании ТТК-ЮФО

- программы льготного заемного финансирования на строительство и модернизацию коллективных средств размещения и иных объектов туристской инфраструктуры;
- государственная поддержка маркетинга и продвижения туристских продуктов;
- снятие административных и законодательных ограничений;
- программа туристического кешбэка в период пандемии коронавируса;
- государственная поддержка развития обеспечивающей инфраструктуры туризма;
- система (на принципах саморегулирования) добровольной аккредитации с присвоением организациям статуса соответствия бренду приоритетной территории;
- система стимулирующих мероприятий по вовлечению предприятий туристской отрасли в процесс повышения качества услуг, мотивации бизнеса инвестировать средства в развитие и обучение сотрудников (в том числе посредством предоставления доступа бизнеса к региональным и федеральным программам финансирования и софинансирования создания и продвижения туристского продукта, а также к программам повышения квалификации персонала);
- получение поддержки от государства и формирование специального преференциального режима для приоритетных территорий развития туризма в РФ;
- модернизация региональных аэропортов, сокращение перелетов через Москву, положительное влияние на развитие авиаперевозок, в том числе в бюджетном формате;

Возможности для компании ТТК-ЮФО

- модернизация транспортной инфраструктуры (доступность приоритетных туристских территорий, специальные маршруты доставки пассажиров);
- государственная поддержка лизинга туристского оборудования (поддержка формирования нишевых видов туризма);
- система мультимодальных перевозок пассажиров и комбинированных тарифов с использованием различных видов транспорта;
- создание тематических поселений с народными художественными промыслами;
- вектор на импортозамещение при производстве туристского инвентаря и оборудования;
- разрабатывается национальный проект в сфере туризма «Туризм и индустрия гостеприимства»;
- система субсидирования российских туристских продуктов, реализуемых туроператорами гражданам Российской Федерации и иностранным гражданам – субсидирование организации чартерных перевозок туристов на приоритетные туристские территории; субсидирование организации специальных туров для отдельных категорий граждан, в том числе в рамках развития детского туризма, лечебно-оздоровительного туризма, организованных туров для лиц с ограниченными возможностями здоровья, пенсионеров и др.; возмещение части затрат туроператоров на организацию новых туристских маршрутов на территории Российской Федерации; создание условий для дальнейшего развития системы динамического ценообразования на туристский продукт;

Возможности для компании ТТК-ЮФО

- модернизация транспортной инфраструктуры (доступность приоритетных туристских территорий, специальные маршруты доставки пассажиров);
- государственная поддержка лизинга туристского оборудования (поддержка формирования нишевых видов туризма);
- система мультимодальных перевозок пассажиров и комбинированных тарифов с использованием различных видов транспорта;
- создание тематических поселений с народными художественными промыслами;
- вектор на импортозамещение при производстве туристского инвентаря и оборудования;
- разрабатывается национальный проект в сфере туризма «Туризм и индустрия гостеприимства»;
- система субсидирования российских туристских продуктов, реализуемых туроператорами гражданам Российской Федерации и иностранным гражданам – субсидирование организации чартерных перевозок туристов на приоритетные туристские территории; субсидирование организации специальных туров для отдельных категорий граждан, в том числе в рамках развития детского туризма, лечебно-оздоровительного туризма, организованных туров для лиц с ограниченными возможностями здоровья, пенсионеров и др.; возмещение части затрат туроператоров на организацию новых туристских маршрутов на территории Российской Федерации; создание условий для дальнейшего развития системы динамического ценообразования на туристский продукт;

Возможности для компании ТТК-ЮФО

- вектор на цифровизацию – снижение транзакционных издержек и повышение информированности участников цифровых сервисов и платформ. Переход денежных потоков в онлайн сферу, электронная отчетность, взаимодействие с экспертным сообществом через Интернет, создание туристской экосистемы (онлайн-платформа со всеми участниками рынка) для лучшего клиентского опыта (интеграция с внешними источниками данных и социальными платформами), создание туристского маркетплейса, централизация усилий по продвижению, внедрение и развитие мультязычных сервисов помощи туристам, включая информационные сервисы, сервисы навигации и самообслуживания, разработка и реализация электронной туристской карты гостя и аналогичного мобильного приложения в городах и субъектах Российской Федерации (аналог международных карт и приложений для мобильных устройств, позволяющих туристу перемещаться общественными видами транспорта, узнавать о культурных мероприятиях и событиях, пользоваться скидками при посещении объектов туристского показа, а также предоставляющих другие льготы); предоставление прозрачной электронной системы оценки качества предлагаемых туристских услуг, создание рейтинга туристских услуг и объектов по туристским территориям Российской Федерации; обеспечение возможности ознакомления с культурными и природными достопримечательностями, экспозициями музеев, туристскими маршрутами в онлайн-режиме с использованием технологий визуализации, виртуальных экскурсий, технологий дополненной реальности и др.;
- создание и развитие сервисов дополненной реальности для навигации по городам и объектам показа (музеям, выставочным центрам, художественным галереям и др.) для повышения привлекательности туристских объектов и эффективности использования туристских ресурсов; развитие системы открытых данных в сфере туризма для повышения прозрачности работы организаций и системы управления отраслью, создания условий для развития новых видов туристских услуг; внедрение и развитие технологий больших данных и искусственного интеллекта для сбора и анализа этих данных, а также развитие системы продвижения туристских услуг, формирование наиболее актуальных для туриста предложений с учетом его пожеланий, погодных условий, дорожной ситуации и др.; развитие сервисов онлайн-построения туристского маршрута с возможностью покупки билетов и бронирования гостиниц; создание электронной площадки для вовлечения самозанятых лиц в туристскую деятельность (гиды, инструкторы, экскурсоводы); разработка мультимедийных приложений для объектов показа, сервисов аудио- и видеогидов с возможностью интеграции с GPS-навигацией, использованием QR-кодов для формирования запросов;

Возможности для компании ТТК-ЮФО

- при поддержке государства развивается система сбора, обработки и анализа статистических данных, формируются рекомендации – разработка методики сбора и обработки статистических данных по туристской отрасли, включая подходы к использованию современных каналов получения и анализа данных (кредитных организаций, операторов мобильной связи, сайтов бронирования, поисковых систем, информации из социальных сетей и других интернет-ресурсов), разработка единой методологии и типовых моделей сбора данных по субъектам Российской Федерации; проработка организационных, финансовых, юридических и технологических вопросов встраивания альтернативных данных (больших данных) в статистику туризма; организация проведения ежеквартального выборочного обследования домашних хозяйств по туризму для получения полной информации о внутренних туристских потоках; создание единого реестра объектов показа и туристской инфраструктуры.
- Появление цифровых платформ для удобства туристов при планировании поездки.
- В связи с закрытием Турции из-за коронавируса, Ростуризм предложил меры поддержки туроператоров: отмена взносов в резервный фонд, сокращение и отсрочка оплаты взносов в фонды персональной ответственности. Рассматривается субсидия туроператорам за вывозные рейсы по аналогии с прошлым годом и целый ряд других финансовых и нефинансовых мер поддержки.
- Есть вероятность возобновления рейсов на курорты Египта, прорабатываются вопросы с перевозчиками, изучаются возможности для восстановления в летнем расписании чартерных рейсов на эти курорты из российских городов.
- В период коронавируса появились новые туристические направления; запущены чартерные рейсы из Москвы и Санкт-Петербурга в республики Алтай и Хакасия, перелеты в Республику Бурятия с дальнейшим трансфером туристов на Байкал, а также в города-курорты на Балтийском море – Светлогорск, Зеленоградск, Янтарный.
- Международный туризм относительно устойчив в период экономический спадов и геополитической нестабильности; характерно быстрое восстановление после спада, т.е. возможно, с поддержкой от государства, туризм после пандемии коронавируса восстановится быстрее.
- Формирование уникального туристского продукта в период межсезонья (проведение конгрессно-выставочных мероприятий, проведение событийных мероприятий, создание тематических парков, спортивных и тематических фестивалей, развитие новых видов туризма на базе имеющейся инфраструктуры (например, экомаршруты, экстремальные маршруты, гастрономический туризм и др.), развитие региональных туристских продуктов.
- Бюджетное финансирование или софинансирование проведения мероприятий, гранты на создание внесезонных туристских продуктов, корректировка календаря событий.

Возможности для компании ТТК-ЮФО

- Дети – как приоритетная группа туристов, социальный туризм, развитие культурно-познавательного, детского и лечебно-оздоровительного туризма в межсезонье – создание гарантированного спроса, повышение загрузки туристской и транспортной инфраструктур, снижение срока окупаемости проектов и повышение инвестиционной привлекательности сферы туризма, реализация социальной функции повышения доступности туризма, отдыха и оздоровления для населения РФ.
- В марте 2021 года подписано соглашение по развитию въездного туризма. Также объявлен пилотный проект поддержки российского отраслевого бизнеса в части въездного туризма, реализация в течение года, начиная с 31 марта: проведение серии онлайн-встреч российских компаний с потенциальными зарубежными партнерами из 10 стран (Индия, Республика Корея, Китай, Германия, Япония, Франция, Испания, Великобритания, ОАЭ, Италия); предоставление экспертной поддержки разработке и продвижению туристских продуктов участников проекта, в том числе проведение консультаций и семинаров с участием ведущих экспертов отрасли; предоставление рекомендаций по адаптации туристских услуг под требования туристов из отдельных стран и категорий.
- 3 этап распродажи туристического кешбэка начался в марте 2021 года (18 марта) – внутренний туризм (до 15 июня 2021 года, т.е. охватит популярные майские праздники). Условия программы: туристу на карту вернется 20 процентов от стоимости выбранной туристической услуги, в maximume – 20 тысяч рублей. Оплата должна быть осуществлена карточкой МИР. Поехать можно в любой регион страны. Первое бронирование прошло уже на 2 минуте продаж. Самые популярные направления в первые часы: Крым (лидер), Республики Татарстан, Башкирия, Калининградская и Тюменская области.
- Создание героя компании, цифрового, пакета стикеров для социальных сетей, масок в Instagram

Угрозы для компании ТТК-ЮФО

- Падение доходов населения из-за сложной экономической ситуации в период коронавируса, сокращение статьи расходов на услуги туризма – значительное сокращение туристических поездок.
- Пандемия коронавируса (возможное восстановление минимально начнется с майских праздников) – для выездного туризма.
- Сильная зависимость от людей (люди как основной актив компании).
- Ограничения со стороны государства на работу в кризисных ситуациях.
- Восстановление туристической отрасли из-за кризиса, вызванного коронавирусной инфекцией зависит от успешности вакцинации населения и общей эпидемиологической обстановки (мер, предпринятых государствами, поведение населения).
- Необходимость изменений в связи с планируемыми в 2021 году изменениями в законодательстве, обновлением закона.
- Сложное получение визы для иностранцев (даже на краткосрочные поездки).
- Сокращение въездного турпотока в Россию (в январе-сентябре 2020 г. на 73% (с учетом поездок к родственникам, в командировки и т.п), больше половины иностранцев прибыло из Украины и Казахстана (только 0,33% с целью туризма)).
- Низкое качество транспортной, жилищной и прочей сопутствующей инфраструктуры.
- Восприятие туризма по России иностранцами как небезопасного туризма.
- Фактор сезонности в туристическом бизнесе (внутренний туризм), из-за этого высокая цена на туристский продукт даже в низкий сезон.
- Обсуждение введения «ковид-паспортов» (либо аналогов, например, приложение по верификации вакцинаций IATA Travel Pass, разработанное Международной ассоциацией воздушного транспорта (IATA), проводятся тесты бизнесами).
- Внешний туризм – временное ограничение авиасообщения с Турцией и Танзанией (до 01.06.21) Закрытие популярного для российского туриста туристического направления – Турции. Рекомендации по приостановлению реализации туристского продукта. Со стороны туриста – возможность выбрать альтернативное направление, перенести поездку, расторгнуть договор и вернуть средства (с вычетом расходов туроператора).

Чем отличается компания ТТК-ЮФО? УТП

- Вектор на развитие внутреннего туризма, собственный автопарк и мини-гостиницы (гарантия низкой цены). Туры, проверенные владельцем бизнеса (гарантия качества). Большой опыт работы, отзывы (гарантия выполнения обязательств). Комфортные поездки на автобусах, опытные и аккуратные водители. Захватывающие программы экскурсий, профессиональные гиды. Скидки подписчикам в социальных сетях. Бонус на следующую покупку за оставленные отзывы в сторис и в постах в социальных сетях.

Оффер услуг внутреннего туризма по Волгоградской (и Ростовской) области для офисных работников и работников гос. сектора:

- Собственный автопарк, новые впечатления по небольшой цене
- Возможность в период коронавируса получить новые впечатления (с соблюдением условий безопасной поездки)
- Живописные виды, красивые фото и видео для социальных сетей
- Снятие психологического напряжения после изоляции, восстановление сил для дальнейшей работы
- Перезагрузка трудовых будней
- Позитивные эмоции
- Знакомство с уникальной местностью проживания
- Соответствие фото из Интернета реальности
- Качественное питание
- Вежливые водители
- Захватывающие экскурсии
- Внимательные гиды
- Новые знакомства
- Быстрое оформление тура
- Оплата онлайн
- Бесплатная консультация для подбора тура
- Поддержка и сопровождение менеджера во всем путешествии
- Скидка подписчикам
- Разные тематические туры: от культурно-исторических, до активного отдыха и гастрономических путешествий
- Комфортные автобусы
- Наличие фирмы в Едином федеральном реестре турагентов (который сформируется после изменения в законодательстве)

Программы лояльности

- Поделитесь впечатлениями о своем путешествии с фото и видео в социальных сетях под хэштегом компании и получите 10% скидки на следующее путешествие. Присылайте ссылку при бронировании.
- Каждому клиенту по окончании путешествия или при заключении договора – сувенирная продукция (например, магнит на холодильник) с логотипом, слоганом компании, телефоном, соц. сетями и qr-кодом на сайт (соц. сети), пожелание приятного путешествия / благодарность за выбор компании.

Вопросы для руководителя организации ТТК-ЮФО:

1. Почему не ведется группа в социальной сети Вконтакте?
2. Для рассылок предложений клиентам используется только WhatsApp? Это автоматизировано? Какая CRM-система используется для ведения клиентов?
3. Почему в Instagram мешается контент в ленте про бизнес в пищевой отрасли и туристические услуги? Клиентам, которые хотят путешествовать с компанией это интересно, полезно?
4. Сайт используется и для бронирования билетов и для покупки туров по Волгограду, туров по России, туров за границу. Есть ли дополнительные лендинги под узкие ниши? Только для целевой аудитории, которая хочет путешествовать по России, только для людей, которые хотят купить билет на автобус онлайн? Продвигается ли сайт через поисковые системы? Закупается ли там реклама? Или ведутся работы по органическому трафику, через seo-оптимизацию? Почему на сайте нет блога? Если сайт не продвигается через поисковики по ключевым словам, а используется только для перехода через соц. сети (Instagram), почему сайт не оптимизирован под мобильные устройства? Где и каким образом закрываются продажи –лендинг-одностраничник, корпоративный сайт, звонки, соц. сети, мессенджеры?
5. Подключена ли к сайту Яндекс.Wordstat и Google.Аналитика? Есть эти пиксели, системы статистики? Если их нет, есть какие-то альтернативные инструменты анализа данных посещения сайта?

Вопросы для руководителя организации ТТК-ЮФО:

6. Есть ли у менеджеров скрипты по которым они продают или получают обратную связь?
7. Есть паблик и коммуникация через социальную сеть Одноклассники?
8. Какие ценности и миссия у компании?
9. Где даете рекламу и откуда приходят потенциальные клиенты? Instagram? Какие офлайн-форматы рекламы используются?
10. Какие акции проводите, насколько они результативны? Есть ли отдельные акции под выездной, въездной и внутренний туризм (отдельно по России, отдельно по Волгоградской области), под покупку билетов онлайн (по России и по Волгоградской области)?
11. Какие рекламные материалы используются? Какие рекламные материалы работают лучше, какие хуже?
12. Участвует ли компания в 3 этапе туристического кешбэка?
13. С какими крупными клиентами сотрудничала организация? Какие образовательные учреждения/корпоративные клиенты заказывали групповые поездки?