



fedHATTA

ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΣΥΝΔΕΣΜΩΝ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ

Ιούλιος 2016

Γιατί οι ταξιδιώτες επιστρέφουν στον τουριστικό πράκτορα

Οι τουριστικοί πράκτορες φαίνεται ότι επιστρέφουν στις προτιμήσεις των ταξιδιωτών ως η ασφαλέστερη και δημοφιλέστερη επιλογή για την κράτηση διακοπών, καθώς προσφέρουν μια σειρά από πλεονεκτήματα.

Επειδή η συμβουλή από γνωστούς και φίλους και η προσωπική αναζήτηση στο διαδίκτυο δεν αποτελούν πάντα εγγύηση για καλές διακοπές, ο σύγχρονος ταξιδιώτης, σύμφωνα με το Travelmarket Report, απευθύνεται όλο και περισσότερο στον ταξιδιωτικό πράκτορα.

Ωστόσο, σύμφωνα με την Ομοσπονδία Ελληνικών Συνδέσμων Τουριστικών & Ταξιδιωτικών Γραφείων, FEDHATTA, η επιλογή του ταξιδιωτικού γραφείου, προσφέρει εγγύηση για τον καταναλωτή, γνώση του προορισμού και εξατομικευμένες προτάσεις για τον ταξιδιώτη.

Διαβάστε αναλυτικά τους λόγους για τους οποίους οι καταναλωτές επιστρέφουν στον τουριστικό πράκτορα...

1. Προσφέρουν καθοδήγηση | Ακόμα και οι πιο έμπειροι ταξιδιώτες νιώθουν στα ταξίδια τους σήμερα μια ανησυχία. Εάν ο προορισμός έχει πληγεί από τον ιό Ζίκα είτε από την τρομοκρατία, οι ταξιδιώτες τείνουν να μιλούν για τις ανησυχίες τους και να αναζητούν αμερόληπτη ενημέρωση από έναν τουριστικό πράκτορα.
«Τις συμβουλές που μπορούμε να τους δώσουμε απλώς δεν γίνεται να τις βρουν όταν κάνουν online κράτηση», δηλώνει η πράκτορας Diane Bower της CruzDiva Travel στο Huntersville των ΗΠΑ.
2. Τα χρήματα του ταξιδιώτη πιάνουν μεγαλύτερο τόπο καθώς οι τουριστικοί πράκτορες προσφέρουν περισσότερα από την αμοιβή τους | Οι πράκτορες έχουν πρόσβαση σε συμφωνίες και προσφορές τις οποίες οι ταξιδιώτες δε μπορούν να βρουν αυτόνομα. Από την κρουαζιέρα μέχρι το ξενοδοχείο και τις εκδρομές, οι πάροχοι γνωρίζουν τους κορυφαίους τουριστικούς πράκτορες και τους προσφέρουν αναβαθμίσεις, μπόνους, ειδικές προσφορές και φθηνότερα εισιτήρια, με αποτέλεσμα οι πελάτες να νιώθουν ότι έχουν ιδιαίτερη μεταχείριση και εξοικονομούν κατά μέσο όρο 452 δολάρια ανά ταξίδι.
3. Οι ταξιδιώτες απογοητεύονται με τα online τουριστικά πρακτορεία | Τα online τουριστικά γραφεία (OTA) συχνά διαφημίζουν μια τιμή και στη συνέχεια προσθέτουν σε αυτήν κρυμμένες χρεώσεις ή θέτουν περιορισμούς. Επίσης, υπάρχει πολύ πληροφόρηση για να κάνει κανείς τις επιλογές του. Η έρευνα μετατρέπεται σε δύσκολη διαδικασία. Από τους ταξιδιώτες που συχνά αναζητούν πληροφόρηση από τους OTA στο σχεδιασμό του ταξιδιού, μόνο το 13% κάνει κράτηση σε OTA, έναντι 36% το 2014, σύμφωνα με έρευνα της MMGY Global το 2015.
4. Καλύτερη εξυπηρέτηση πελατών | Ενώ οι OTA έχουν τηλεφωνικά κέντρα με τα οποία βοηθούν τους πελάτες με βασική πλοήγηση στις ιστοσελίδες τους, προσφέρουν μικρή περαιτέρω βοήθεια. Οι τουριστικοί πράκτορες όμως βοηθούν κατά τη διαδικασία κράτησης και παραμένουν στη διάθεση του πελάτη ώστε να διασφαλίζουν ότι όλα πηγαίνουν καλά. Και όταν υπάρχει πρόβλημα,

επεμβαίνουν, είτε πρόκειται για πάροχο που δεν προσφέρει τα υποσχόμενα είτε για επείγουσα κατάσταση που απαιτεί ακύρωση του ταξιδιού.

5. Βαθιά γνώση του προορισμού και προσωπική κατανόηση των ενδιαφερόντων του πελάτη | Οι πράκτορες συχνά ειδικεύονται στις ανερχόμενες αγορές, επομένως μπορούν να προσφέρουν ακόμη περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τον προορισμό ή το τμήμα του ταξιδιού, όπως η κοινότητα LGBT ή οι γαμήλιοι προορισμοί. Δαπανούν χρόνο για να γνωρίσουν τον πελάτη τους, ώστε να κάνουν προτάσεις προσαρμοσμένες σε αυτά που θέλουν να κάνουν.
6. Οι γνώσεις των τουριστικών πρακτόρων προσανατολίζονται στους Millennials | Το ποσοστό των ταξιδιωτών κάτω των 35 ετών που προτιμούν να κάνουν κράτηση διακοπών μέσω τουριστικού πράκτορα αυξήθηκε κατά 50% από το 2014 στο 2015, σύμφωνα με την έρευνα της MMGY Global. Δεν έχουν το χρόνο να εξετάσουν όλες τις επιλογές και κατανοούν ότι υπάρχει μόνο μια επιλογή για να κάνουν τις διακοπές τους τέλειες. Όπως προσλαμβάνουν έναν ειδικό για να τακτοποιήσει τα φορολογικά τους ζητήματα ή να συντηρήσει τον κήπο, αναζητούν έναν επαγγελματία να τους βοηθήσει να πάρουν την πιο σημαντική απόφαση.
7. Λόγω τιμής | Τα τουριστικά γραφεία έχουν τη δυνατότητα να παρέχουν εξυπηρέτηση στην καλύτερη δυνατή τιμή της αγοράς. Μπορούν όμως και να προτείνουν την καλύτερη λύση ώστε ένα τουριστικό προϊόν να γίνει πιο ευέλικτο και πιο οικονομικό. Ένα τουριστικό γραφείο μπορεί να προτείνει εναλλακτικές λύσεις για κάθε περίπτωση. Η τιμή και η αξία ενός προϊόντος είναι 2 διαφορετικά πράγματα, όμως και τα 2 είναι σημαντικά για την οργάνωση ενός ταξιδιού.
8. Λόγω προσωπικότητας | Τα τουριστικά προϊόντα είναι προσαρμοσμένα στις προσωπικές προτιμήσεις και ανάγκες κάθε καταναλωτή, ώστε να μπορεί να διαμορφώσει τις ημερομηνίες, τη διαμονή και τον τρόπο που θα ταξιδέψει. Δύο καταναλωτές δεν είναι 2 ίδιοι άνθρωποι. Γι αυτό και τα τουριστικά προϊόντα προσαρμόζονται στις προσωπικές ανάγκες.
9. Λόγω γνώσης | Ένα τουριστικό γραφείο γνωρίζει το προϊόν που προσφέρει στον καταναλωτή. Επομένως, μπορεί να εγγυηθεί ότι – στο βαθμό που αφορά την οργάνωσή του – ο καταναλωτής θα έχει ένα καλό ταξίδι. Οι άνθρωποι του τουριστικού γραφείου ταξιδεύουν, συναντούν επαγγελματίες, γνωρίζουν νέες αγορές, και έτσι μπορούν να προτείνουν στον καταναλωτή νέα προϊόντα και ευέλικτες λύσεις. Εμπιστευθείτε τον ειδικό κάθε αντικειμένου που επιθυμείτε να αγοράσετε ή να αποκτήσετε. Και ο ειδικός για ένα ταξίδι είναι το τουριστικό γραφείο.
10. Λόγω ασφάλειας | Η ασφάλεια στο ταξίδι είναι ένα σοβαρό ζήτημα με πολλές προεκτάσεις. Τα τουριστικά γραφεία που ειδικεύονται σε αυτόν τον τομέα, γνωρίζουν τις παραμέτρους και έχουν τη δυνατότητα και υποχρέωση να ασφαλίσουν τον καταναλωτή στο ταξίδι του. Ο καταναλωτής οφείλει να ενημερώνεται σχετικά και να ζητάει από το τουριστικό γραφείο λεπτομέρειες για τον προορισμό που πρόκειται να ταξιδέψει καθώς και για την πολιτική ακυρώσεων ή καθυστερήσεων κατά περίπτωση. Δε μπορείς να ταξιδέψεις με τη διαίσθηση. Πρέπει να έχεις από πριν εξασφαλίσει την ασφαλή επιστροφή σου και – φυσικά – την ασφαλή διαμονή σου εκεί.
11. Λόγω χρόνου | Το τουριστικό γραφείο διαθέτει τη γνώση, την εμπειρία αλλά και τον τρόπο να διοργανώσει ένα ταξίδι χωρίς ο καταναλωτής να πρέπει να μπει στη διαδικασία έρευνας και σπατάλης χρόνου. Επίσης, δεν είναι ποτέ βέβαιο ότι η προσωπική έρευνα θα μπορέσει να εξασφαλίσει τις καλύτερες δυνατές λύσεις και τιμές για το ταξίδι του, κάτι το οποίο μπορεί να εγγυηθεί το τουριστικό γραφείο. Ο χρόνος είναι μια άλλη όψη του χρήματος. Είναι μια ενέργεια που δεν πρέπει να σπαταλήσει κάποιος αν θέλει να εξοικονομήσει ενέργεια για το ταξίδι του.