**برنامه ریزی و مدیریت تورهای مسافرتی**

**یک راهنمای پیشرفت شغلی**

**نویسنده: آری یِل پِیتون**

**انتشارات مورفی ومور- نیویورک -ایالات متحده آمریکا**

**فهرست مطالب**

**مقدمه**

**فصل اول-طراحی تور**

**الف-چگونه یک تورطراحی کنیم 1**

**ب-بسته یا پکیج سفر را چگونه طراحی کنیم 4**

**پ-چگونه بروشور سفر درست کنیم. 17**

**ج- طراحی وبسایت آژانس مسافرتی 28**

**ح-برنامه زمان بندی سفر 31**

**د- چگونه یک برنامه زمان بندی عالی بسازیم 32**

**فصل دوم- مدیریت تور**

**مدیرتور 35**

**چگونه مدیرتور بشویم 38**

**چگونه هتل رزرو کنیم 39**

**چگونه پایین ترین نرخ پرواز را پیدا کنیم 44**

**سازماندهی و برگزاری تور مسافرتی 45**

**برگزاری پکیج تور 47**

**فصل سوم- گردش گری مقصد**

**چگونه کارگزار یا نماینده دیزنی[[1]](#footnote-1)شویم 52**

**چگونه گارگزار خطوط کشتیرانی مسافری تفریحی شویم 60**

**سفر به چین 64**

**سفر به اروپا 68**

**هایکینگ[[2]](#footnote-2) 72**

**سفر کناردریا 76**

**سفر به انگلستان 79**

**برنامه ریزی سفر به ماچو پیچو[[3]](#footnote-3) درآمریکای لاتین 89**

**فصل چهارم- مشاغل تخصصی درصنعت گردش گری**

**چگونه به مشاغل تخصصی گردش گری وارد شویم 96**

**چگونه یک نماینده سفرشویم 102**

**درآمد یک نماینده سفرازکجاست 116**

**تور گردان 124**

**چگونه تورگردان موفقی بشویم 126**

**چگونه راهنمای تور بشویم 127**

**چگونه مدیرتورکنسرت بشویم 136**

**چگونه برای اولین تورکنسرت آماده شویم 140**

**چگونه کسب وکارخود را درصنعت سفرراه اندازی کنیم 144**

**ایده هایی درمورد بازاریابی مقصد گردش گری 154**

**چگونه یک مشاور سفر بشویم 159**

**کارگزاری گردش گری پزشکی 166**

**چگونگی راه اندازی آژانس گردش گری پزشکی 168**

**هماهنگ کننده سفر 170**

**فصل پنجم- کسب وکارکارگزاری سفر**

**آژانس مسافرتی 172**

**راه اندازی آژانس مسافرتی 175**

**راه اندازی آژانس مسافرتی درخانه 182**

**چگونه بسته های مسافرتی تعطیلاتی را بفروشیم 192**

**کمک به مشتری برای دریافت خسارت ازبیمه مسافرتی 198**

**افزایش فروش درآژانس مسافرتی 200**

**پ پیش گفتار**

**کسب و کارتورگردانی، سرگرمی سازی وجذب واسکان گردش گران****، بخش مهمی ازصنعت گردش گری است.توریا گشت، برای پاسخ گویی به سلیقه های شخصی وعلاقه مندی های مسافران تنظیم واجرا می شود وانواع گوناگون دارد.مانند تور زمستانی واسکی، طبیعت گردی(اکوتوریزم یا بوم گردی) با هدف توسعه مناطق روستایی وجوامع کوچک.درگردش گری سینمایی، دیداراز لوکیشن فیلم های معروف سینما و سریال های محبوب تلویزیونی دراولویت هستند.**

**درگردش گری کارِداوطلبانه، که معمولا درمناطق محروم و توسعه نیافته صورت می گیرد، گردش گردربرابراسکان وغذای رایگان به امورمقصد رسیدگی ودر کارها به صاحب بوم گردی یا مزرعه کمک می کند.با جامعه ی محلی وفرهنگ و شیوه زندگی آنان آشنا می شود.**

**طراحی ومدیریت تور،عرصه ی آینده گردش گری است.**

**این کتاب درزمینه مفاهیم والگوهای نوآورانه رشد آینده این صنعت، دربخش طراحی و مدیریت تور، منبع مهمی ازدانش و اطلاعات روزاست.هدف اش این است که به جنبه های کشف نشده این صنعت نوری یتاباند.**

**دراین جا چکیده ای ازهرفصل را ببینید:**

**فصل اول-طراحی یا برنامه ریزی تورخروجی-این فصل به تدارکات وآمادگی های پیش ازاجرای توراشاره دارد.مانند گرفتن ویزا و انجام سایرتشریفات سفر، رزرو وسیله نقلیه(پرواز-ترن-اتوبوس-ون-سواری)اسکان، ترانسفر، رزرومراکزتفریحی اقامتی و یا برگزاری دیدارهای کاری وگشت برای بازرگانان ومسافران تجاری وگروه های دیگر.**

**این فصل برای آشنایی شما با برنامه ریزی تورو مراحل گوناگون شروع یک کسب و کارتورو سفراست.این مراحل شامل تنظیم بسته یا پکیج مسافرتی، تهیه بروشور، طراحی وساخت وبسایت، تنظیم برنامه روزانه سفر با درج نام ومشخصات جاذبه ها ودیدنی های هرشهر وسایر امورمربوطه است.**

**فصل دوم- سازماندهی و برگزاری گشت برای مسافران و استفاده کنندگان ازتعطیلات به عهده مدیران توراست که مسافران را درسفرهای داخلی یا خارجی همراهی می کنند.مسئولیت رسیدگی دقیق به نظم امورواجرای برنامه ها وچک کردن رزروها(راننده -هتل-رستوران-راهنمای محلی و..) تامین پوشش بیمه مسافرتی حوادث، مراقبت ازمسافران وامنیت وسلامت آنان با مدیرتوراست تا همه امورتا حد ممکن به بهترین صورت وبه راحتی و براساس برنامه تنظیمی پیش رود.**

**مدیرتورکه همراه گروه است درطول سفرراهنما ومشاورهم هست.این مدیران معمولا با زبان کشورمقصد و تاریخ وفرهنگ و پیشینه آن آشنا هستند ودرطول سفرنقش لیدر یا راهنما را هم دارند.**

**هدف فصل دوم این است که جنبه های بنیادین واساسی مدیریت تور را شرح دهد.مانند چگونگی مدیرتورشدن-رزروهتل -برگزاری تور، جستجو و یافتن پایین ترین قیمت پرواز و تدوین وتنظیم بسته های مسافرتی.**

**فصل سوم-مقاصد سفر و گردش با توجه به این که در کدام بخش ازبازار گردش گری فعالیت دارید، متفاوتند.مثلا تورهای اسکی، تورهای کِشتی تفریحی، آموزشی و دیگرتورها.**

**فرانسه -ایالات متحده واسپانیا ازپرمسافرترین ومحبوب ترین مقاصد گردش گران هستند.درفصل سوم با این مقاصد گردش گری و برنامه ریزی برای تورهای تعطیلات درسواحل دریا-هایکینگ و پیاده روی آشنا می شویم.درضمن به چین -ماچوپیچو درپرو - مکزیک، قاره اروپا وانگلستان نیزسفرمی کنیم.**

**فصل چهارم-گردش گری صنعتی است با رشد شتابان وزمینه ی مناسبی برای اشتغال زایی برای افرادی که به سفرعشق می ورزند و این حرفه را دوست دارند، ازجمله طراحان یا برنامه ریزان تور، راهنمایان و تورگردانان، برگزارکننده گان سمینار و نمایشگاه و کارگاه های تخصصی گردش گری، تورهای ماجرا جویانه و کارشناسان آن، مشاوران سفر و تعطیلات، صاحبان مشاغل تخصصی گردش گری در وزارت گردش گری کشورها و شاغلان این صنعت در بخش خصوصی.دراین فصل، خدمات مشتری درفرودگاه های محلی وبین المللی را نیزشرح یدهیم.**

**درفصل چهارم ازمشاغل تخصصی گردش گری که بسیار گسترده هم هستند صحبت خواهیم کرد.برای کسانی که می خواهند دراین زمینه ها فعالیت کنند و دراین صنعت بمانند، نیزحرفهائی داریم وخواهیم گفت که چگونه فردی موفق وحرفه ای شوند.از راه اندازی آژانس مسافرتی و کسب و کار گردش گری نیز به صورت مشروح صحبت خواهیم کرد.**

**فصل پنجم درمورد بنگاه یا آژانس مسافرتی دولتی و خصوصی است که انواع خدمات سفر را ارائه می کند.ازجمله کرایه اتومبیل، رزرو سفر با کشتی های تفریحی****، رزرو پرواز وهتل واقامت گاه، تامین بیمه مسافرتی وسایر خدمات.**

**چنین آژانسی برای سفرهای تجاری به بازرگان نیزخدمات می دهد.دراین فصل از روشهای تبلیغاتی و بالا بردن فروش و کمک به مشتریان برای دریافت غرامت از شرکتهای بیمه مسافرتی نیزسخن خواهیم گفت.**

**دراین جا نهایت سپاس خالصانه خود را از ناشرم که مرا شایسته انجام این وظیفه دانسته اعلام می دارم.ازخانواده ام سپاس گزارم که برای این کار پشتیبان و کمک من بوده اند -آری یل پِیتون**

**فصل اول**

**طراحی تور**

**طراحی تور به تدارکات وآمادگی های پیش ازاجرای توراشاره دارد.مانند گرفتن ویزا، انجام تشریفات سفر، رزرو وسیله نقلیه(پرواز-ترن -توبوس -ون سواری..)اسکان و ترانسفرها، برنامه ریزی برای استفاده ازمراکز تفریحی اقامتی واسپا (استخر -سونا -جکوزی-ماساژ) ودیدارهای کاری و گشت برای بازرگانان و مسافران تجاری وگروه های دیگر(ورزشی- هنری و...)**

**فرایند برنامه ریزی تورشش گام دارد:**

**یک-اهداف توررا تعیین کنید.**

**دو- سیستم توریزم را بشناسید:-منابع -سازمانها- بازارها**

**سه -جایگزین هایی تعیین کنید.**

**چهار-جایگزین ها را ارزیابی کنید.**

**پنج-انتخاب واجرا**

**شش- پایش و ارزیابی**

**\*\*\***

**چگونه یک سفررا برنامه ریزی کنیم**

**-مقصد سفر را انتخاب کنید.**

**هرکس شاید با دیدن صحنه های بسیار جذاب نقاط دیدنی در فیلم های سینمایی یا شنیدن داستان یک مسافرت خارجی خاطره انگیزاز دوستان یا دیدن چندعکس دلفریب و بسیاردیده شده دررسانه های اجتماعی، تصمیم به سفربگیرد.این تصمیم معمولا ازعوامل بیرونی اثرمی گیرد.**

**پیش ازانتخاب مقصد، باید این نکات را درنظربگیرید:**

**\*برای مقاصد گردش گری،بهترین زمان را بررسی کنید.معمولا زمان سفر به ساحل دریا با مناطق کوهستانی متفاوت است.**

**\*هنگام انتخاب مقصد هزینه های سفر را درنظر داشته باشید.وقتی مشتری می خواهد با بودجه خوب سفر کند، بعضی مقاصد مناسب تر و لذت بخش ترهستند.چند هفته قبل و چند هفته بعد از فصل اوج سفر، می توان ازهتل ها و خط های هواپیمایی تخفیف های خوبی گرفت.**

**تامین امنیت مسافران اولویت و مسئولیت بسیار مهمی است که پیش ازشروع سفر باید دقیقا به آن پرداخته شود وبه ویژه درمورد خانم هایی که تنها سفرمی کنند باید تمام نکات ایمنی در نظرگرفته شود.**

**\*درانتخاب مقصد، آسانی دسترسی و انتخاب مسیر نقش مهمی دارد.مقاصد محبوب و پرمسافر، پروازهای متعدد روزانه دارند برای این مقاصد قطارو وسایل حمل ونقل جاده ای، بزرگ راه ها و اتوبان های استاندارد نیز وجود دارند تا پاسخ گوی جریان پیوسته مسافران ورودی باشند.**

**-طول مدت اقامت درمقصد را تعیین کنید.**

**بین کسل شدن ازیک مقصد گردش گری تا لذت بردن ازهرلحظه ی آن، مرزبسیار باریکی وجود دارد.نمی توان ازقبل برای اقامت درهرمقصد مدت معینی را تعیین کرد.چون این امر به عوامل مختلفی بستگی دارد.ازجمله برنامه تنظیم شده برای تور-هدف یا منظورسفر(گذران تعطیلات- سفر تجاری - سفردرمانی و ) سلیقه مسافران نیزمتفاوت است.برخی دوست دارند عجولانه هر روز شهر جدیدی را ببینند و پیوسته درحرکت باشند و گروهی دوست دارند آرام ترسفرکنند و با ویژه گی های شهرها و زندگی و فرهنگ مردم آشنا شوند.این کاربرایشان لذت بخش است ودرسفرعجله ای ندارند.**

**\*یکی ازمهم ترین کارهای یک برنامه ریز یا طراح سفراین است که تعداد روزهای لازم برای سفررا برآورد کند.سفرهای هوایی به زمان کمتر و سفرهای زمینی به زمان بیشتری نیاز دارند. مقاصد نزدیک که تا هشت ساعت می توان به آن رسید برای تعطیلات دو روزه آخرهفته مناسب اند مشروط به این که با اتوبوس یا قطارشبرو باشد تا از زمان روز برای گردش استفاده شود.**

**درسفرهایی که شامل دیدار از شهرهای متعدد باشد دیدن جاذبه ها به زمان بیشتری نیازدارد و بنابراین طول مدت سفربیشتراست.درصورتی که سفربه مناطق استوایی و سواحل گرمسیری که بیشترجنبه استراحت دارند به زمان کمتری نیازدارد.**

**درتورهای بیش ازهفت روزبهتراست یک روزرا برای تاخیرهای احتمالی هواپیما یا قطارو تاخیرهای ناشی ازبدی هوا یا گیر کردن درترافیک و یا تمایل مسافر به یک شب اقامت اضافی درنظر گرفته وخالی بگذاریم.**

**پرواز، قطار، اتوبوس وهتل را پیشاپیش و به موقع رزرو کنید.**

**وقتی برنامه سفرکامل می شود وازایده به مرحله اجرا می رسد، رزرو به موقع بلیت هواپیما-قطار-اتوبوس بسیار اساسی ومهم است.زیرا باید ازوجود جای خالی در تاریخ مورد نظرمطمئن شوید.درضمن این قیمت ها ثابت نیستند وبا نزدیک شدن فصل اوج سفر بالا می روند.پس به دودلیل بلیت ها را باید چند ماه زودتر رزرو کنید تا ازافزایش قیمتها و پرداخت هزینه بیشتردرامان بمانید.**

**نکاتی که درمورد بلیت پرواز وترانسفرها (انتقال مسافرازفرودگاه- ترمینال اتوبوس یا ایستگاه قطاربه هتل و بالعکس) واقامت باید درنظرداشته باشید:**

**\*پروازهای چارتر(غیرقابل برگشت) را که ارزان ترنیزهستند فقط وقتی بخرید که ازانچام سفراطمینان کامل دارید.درغیراین صورت فقط بلیت پروازهای سیستمی یا غیر چارتررا بخرید که قابل برگشت هستند.**

**\*قیمت پروازها معمولا نوسان های زیادی دارند و بنا برفصل و شرایط دیگر تغییرمی کنند.برای یافتن پروازهای اقتصادی ازسایت گوگل فلایتس ترکر[[4]](#footnote-4)استفاده کنید.**

**\*اگردرفصل اوج-قصد سفربه مقاصد پرمسافررا دارید برای پرداخت قیمت بالاتر پرواز و هتل و سایرخدمات آماده باشید.**

**-برای رزروهتل و پرواز ازکارت اعتباری تخفیفی استفاده کنید.کسانی که مرتبا با خط معینی پروازمی کنند ویا مشتری همیشگی هتلهای خاصی هستند با این کارت ها تخفیف ها و امتیازات خوبی می گیرند.**

**-برنامه روزانه و دیدن جاهای توریستی وسایرکارها را بنویسید.**

**تصمیم های ناگهانی برای سفرهمیشه هیجان وشوق خاصی دارند ولی مشکل این است که به دلیل ناگهانی بودن یا به اصطلاح لحظه آخری بودن ممکن است خیلی ازروزهایش بی نظم و بدون برنامه مشخصی باشد.**

**نکاتی که در برنامه ریزی روزانه باید در نظرداشته باشید:**

**-با توجه به بودجه وزمانی که دارید ابتدا باید یک برنامه تخمینی وتقریبی بریزید.برای هرجای دیدنی یا هربرنامه ای که درنظردارید روزش را مشخص کنید.درَبرنامه ریزی یک تورعالی این نکته بسیارمهمی است.**

**\*سفرهای بین شهر تا جایی که ممکن است درغروب و شب انجام شود تا از زمان روز برای دیدنی های بیشتراستفاده شود.\*بلیت ورزش های آبی و فعالیت های ماجراجویانه ورزشی و قایق سواری عادی و قایقرانی درآبهای خروشان وسافاری را درمحل اجرا بخرید.زیرا قیمت ها دست اول وارزان تر از آژانس یا واسطه و هتل است.درضمن درمحل اجرا امکان تخفیف گرفتن هم هست.**

**\*درطراحی سفرهای تفریحی واستراحت برای هرروز حداکثریک یا دو برنامه درنظربگیرید تا مسافرخسته نشود و به آرامشی که می خواهد برسد.بعضی ازسایت های پرطرفدار و پرمشتری اسکی -قایقرانی-غواصی درآب کم عمق(اسکوبا[[5]](#footnote-5))درفصل کم مسافرتعطیل هستند.بنابراین پیش ازبرنامه ریزی برای چنین نقاطی باز بودن وفعال بودن آنها را چک کنید.**

**تورگردانی**

**فرض کنید کسی مشتاق است وارد کارتورگردانی شود.برای شروع بر زمینه های تخصصی مورد علاقه اش تمرکز و مطالعه درآن زمینه را آغازمی کند.دراین صورت علاوه برتورهای تخصصی ومورد علاقه اش، درزمینه ظرفیت بازارهای بالقوه این تورها نیزتحقیق می کند.**

**بعضی تورگردانها یک محصول گردش گری را انتخاب وکارخود را با بازاریابی برای آن آغازمی کنند.**

**این محصول مقصدی است که که قاعدتا ظرفیت و جذابیت های گردش گری، هتل واقامت گاه و سایر خدمات را دارد.**

**یک تورگردان پیش از ورود به بازارگردش گری گام های زیررا برمی دارد:**

**-عوامل و شرایط سیاسی****، اقتصادی اجتماعی و آب وهوایی محل را بررسی و شناسایی می کند.**

**-بازارهدف-وقتی بازارهدف کوچک و تعداد مسافران کم است، تورگردان باید کمیسیون یا درصد بالایی داشته باشد تا تور موفقی اجرا شود.ولی اگر تعداد مسافر زیاد باشد با درصد کمتر نیزسود آورخواهد شد.**

**-طراحی توری که دقیقا پاسخگوی نیازهای بازارهدف باشد.**

**-بررسی و شناسایی مقاصد مهم واصلی و یک مطالعه مقایسه ای ازمقاصد جایگزین.**

**-تماس با عرضه کنندگان خدمات درمقاصد.**

**- تصمیم گیری و سیاست گذاری-**

**\*اساسا رویکرد تورگردان باید برپایه اجزای تشکیل دهنده بازارباشد ازجمله مشتریان یا گردش گران، رقبا و رقابت ومنابع گردش گر فرست(نقاط گردش گرفرست)**

**به این ترتیب قطعا نباید به کسی پیشنهاد کرد که بدون تحقیق ومطالعه وارد این حرفه شود.بلکه باید براهمیت تحقیقات بازاریابی تاکید شود تا وقت وپول خود را درکاری که نا موفق و زیان ده تشخیص داده شده صرف نکند.**

**-تنظیم برنامه روزانه تور مسافرتی**

**فازپس ازمطالعه و شناخت مقصد و جزییات بازارهدف -تدوین یک برنامه سفرخوب و کامل است.دراین جا دونکته اساسی را باید درنظرداشت:**

**تورگردانان تازه کارباید درمورد مقصد و اجزای تورتحقیق کنند و تورگردانان قدیمی و با تجربه باید پرسش نامه های نظر سنجی مسافران قبلی آن مقصد را مطالعه کنند.**

**به طورکلی تازه کارها باید ابتدا خودشان درتورهای آشنایی با مقاصد شرکت کنند وآنجا را به خوبی بشناسند تا بتوانند برنامه روزانه سفر را بنویسند.برنامه ای که چکیده ای از فعالیت های روزانه مشارکت کنندگان درتوراست.دراین برنامه نقطه یا نقاط شروع تور-مقاصد ومسیرها-محل اسکان، وسیله حمل ونقل و نقاط دیدنی و جاذبه هایی که قراراست دیده شوند وسایرخدمات تعریف و درج می شوند.**

**علاوه براین ها برنامه سفرشامل اطلاعات دیگری نیزهست.ازجمله تعیین محل تجمع گردش گران برای جلسه توجیهی وآشنایی با یکدیگرکه یکی دو روزپیش ازسفر برگزارمی شود.اعلام نام فرودگاه -ترمینال یا ایستگاه قطار برای شروع سفر-تاریخ وساعت سفر- مدت تور-تشریفات حقوقی(بررسی بلامانع بودن سفر-دریافت ویزا)امکانات و شرایط مقصد- و پذیرایی بین راهی از مسافرین و جزییات دیگر.به این ترتیب می بینید که تنظیم برنامه روزانه، نقطه مرکزی واصلی وعامل توقیق یک شرکت گردش گری است.**

**به لحاظ نظری برای تنظیم برنامه روزانه سفر، دو روش وجود دارد:**

**اول- این که طراح تور یک بار بدون این که خود را به عنوا ن تورگردان معرفی کند خدمات مورد نیازش را ازعرضه کننده یا فروشنده خدمات گردش گری می گیرد ورزرو می کند.**

**دوم به عنوان مشتری این کاررا می کند تا دریابد که فروشنده با یک گردش گر معمولی و متعارف چگونه رفتارمی کند.به این ترتیب کیفیت خدمات آنها را ارزیابی می کند.**

**روش اول- در این روش طراح تورعرضه کننده گان خدمات را از"خیلی خوب"تا "خیلی بد" طبقه بندی می کند.همان طورکه گفتیم یک بارهم به عنوان مسافر یا مشتری با فروشنده خدمات تماس می گیرد و او را ارزیابی می کند.موقعیتی فراهم می شود تا فروشنده را از دید مشتری ارزیابی کند تا درانتخاب آنها خطا نکند.این روش وقت گیروهزینه براست.**

**روش دوم-طراح تور پیشاپیش با همه ی عرضه کنندگان قرارداد می بندد تا با توجه به تعهدات آنان خدمات مورد نیازخود را در برنامه سفر بگنجاند و همه جور خدمات در دسترس اش یاشند.دراین روش، طراح تور طی یک سفرِآشنایی، امکانات و کیفیت خدمات را بررسی کرده و درنهایت بهترین آنها را درتورمی گنجاند.روشن است که عرضه کنندگان به او که خریدار عمده است خدمات بهتری می دهند که نسبت به آنچه به مسافرعادی عرضه می کنند درسطح بالاتری است.طراح تور پس ازدیدن و آزمودن امکانات و سطح خدمات آنان برنامه دقیق را می نویسد.**

**روشن است که وقتی طراح توربا فروشنده گان وعرضه کنندگان خدمات مواجه می شود وگفتگومی کند-جواب های بهتر و کامل تری می گیرد.ولی وقتی مسافربا آنان تماس می گیرد چنین جواب هایی نمی گیرد.پس ملاحظه می کنید که ایراد این روش این است که برنامه ریزممکن است برنامه تور را با دیدگاهی تحریف شده وغیرواقعی بنویسد.**

**فعالان صنعت تورگردانی به این نتیجه رسیده اند که بهترین کاراین است که برای تنظیم برنامه سفراز روش ترکیبی استفاده کنند یعنی آمیزه ای ازاین دو رویکرد.**

**طراح تور پس ازپایان طراحی، ابتدا آن را از دید یک مسافر ناشناس عادی بررسی می کند و سپس از دید خودش و درهردومورد تمام جزییات و اجزای آن را ارزیابی می کند و برنامه سفر را با دیدگاهی واقع بینانه می نویسد.**

**ومهم ترآن که طراح تور پیش از برنامه ریزی تور، سعی می کند پاسخ سه پرسش زیررا به دست آورد:**

**-تقاضا برای این محصول در بازار چقدراست؟.**

**-این تور تا چه حد عملی است ؟**

**-این تور چقدرسود دهی دارد؟**

**مذاکره با فروشندها یا عرضه کننده گان خدمات گردش گری**

**وقتی برنامه روزانه سفر نهایی شد، گام بعدی، مذاکره با عرضه کننده گان خدمات است.با توجه به ماهیت و اندازه ی تور(تعداد مسافران و طول سفر و..)هر طراح تور با تعداد زیادی عرضه کننده تماس دارد که مهم ترین شان خطوط هواپیمایی-هتلها واقامت گاه ها - رستورانها- شرکتهای خدمات ترانسفر و کرایه اتومبیل و راهنمایان گردش گری هستند. در مورد گفتگو با شرکت های هواپیمایی****، طراح تور دو گزینه دارد.یکی این که خودش بی واسطه با خط صحبت کند و دیگر این که این کار را از راه آژانس مسافرتی انجام دهد.**

**در صورتی که شرکت تور در زمینه اجرای تورهای هوایی سابقه و تجربه طولانی داشته باشد طراح تور برای مذاکره با هواپیمایی دست بالا را دارد و نسبت به مذاکره به واسطه آژانس مسافرتی، شرایط و قیمت های بهتری می گیرد.**

**اما وقتی شرکت تازه کاراست و می خواهد تورهای هوایی و زمینی(قطار)اجرا کند، اگر به جای مذاکره مستقیم با راه آهن و خطوط هوایی، این کار را به یک آژانس مسافرتی که مشتری دایم ارلاین و راه آهن است بسپارد، آنها تخفیف های بهتری می گیرند و حاشیه سود بیشتری عاید شرکت تازه کارمی شود.**

**آژانس های مسافرتی، همیشه بهترین مشتریان ارلاینها هستند و نسبت به تورگردانها به خصوص تورگردان های کوچک، مشتریان بهتری هستند. بنابراین تخفیف های خوبی هم می گیرند.**

**شرکت مسافرتی یا آژانس، هر سال چندین تورهوایی دارد و تعداد زیادی صندلی ازایرلاین ها می خرد.بنابراین می تواند با بخش بازاریابی ارلاینها مذاکره کند و به خصوص برای تورهای گروهی تخفیف خوبی بگیرد.**

**بنابراین اگرشرکت تور بخواهد ازقیمتهای تخفیفی گروهی استفاده کند باید تمامی ضوابط ارلاینها را برای گرفتن چنین تخفیف هایی کاملا رعایت کند و شرایط رسمی لازم را نیز داشته باشد.درعین حال ارلاینها نیز برای پرکردن صندلی های خود تلاش می کنند و به خصوص درفصل های کم سفر یا کسادی بازار امتیازها و تخفیف های خوبی می دهند.**

**اما رزرواسیون هتل در مقایسه با رزرو بلیت هواپیمایی ها راحت تر و غیرسمی تراست.مذاکره با هتلها باید حضوری باشد و در صورت امکان با بالاترین مدیراجرایی هتل مذاکره شود.**

**توصیه و پیشنهاد می شود ریزمذاکرات با مدیر و توافق های صورت گرفته بلافاصله مکتوب ومستند سازی شود. طراح تور باید قیمت هایی ازهتل بگیرد که برای بازارهدف به صرفه وعملی باشد و تور به فروش رود.**

**همیشه بهتراست با شخص مذاکره کننده ، قراردادی نوشته شود وماده ای داشته باشد که در صورت ناتوانی هتل درارائه خدمات در تاریخ های تعیین شده، جریمه ای درنظرگرفته شود.**

**تورگردان با سایر سرویس دهنده گان ازجمله اپراتورهای خدمات حمل ونقل مسافر و راهنمایان تور نیز مذاکره می کند.همین طوربا رستوران ها-اداره کننده گان جاذبه ها وسایتهای گردش گری وشرکتهای بیمه مسافری، بانکها، شرکتهای کشتیرانی تفریحی و سایرخدمات دهنده گان.**

**شرکتهای خدماتی مایلند مجموعه ای ازهمه خدمات بالا را به صورت یک جا ارایه کنند.البته شرایط و توانایی ها و امکانات آنان با توجه به حجم فعالیت و تعداد گردش گرانی که طی سال ازآنان خدمات دریافت می کنند متفاوت است.**

**نکته مهم دیگردرست کاری و قابل اعتماد بودن و حسن شهرت عرضه کننده گان این خدمات است که طراح تور باید به آن توجه کند.برای مذاکره و عقد قرارداد، باید شرکت های خوش سابقه و خوشنام و توانا را انتخاب کند و همه مشکلات احتمالی را هم درنظر گیرد.حاصل مذاکره، قرارداد شفافی است که با تامین کنندگان داخلی و بین المللی بسته می شود.درقراردادها باید ماده ای درنظرگرفته شود تا درصورتی که خدمات ارائه شده پایین ترازاستاندارد توافق شده باشد، عرضه کننده خدمات جریمه ای بپردازد.وجود این شرط به خریداراطمینان می دهد که سطح خدمات حفظ می شود و بنا برقرارداد عمل خواهد شد.**

**-هزینه یابی بسته مسافرتی**

**-هزینه یا قیمت تمام شده ی تور در تعیین ارزش پولی آن نقش اساسی را دارد.به کلام ساده****، هزینه یا قیمت تمام شده، مجموع تک تک هزینه های اجرای توراست.شرکت تور، تولید کننده خدمات گردش گری نیست بلکه آنها را از تامین کنندگان گوناگون می خرد و با هم ترکیب کرده و یک بسته مسافرتی می سازد و به مشتری عرضه می کند.بنابراین هزینه هرپکیج بسته به مشتری یا خریدار، شرایط بازار و راهبردهای شرکت تور، متفاوت است.**

**به عنوان یک قاعده کلی- عناصر یا اقلام تشکیل دهنده ی قیمت تمام شده تور را می توان به بخش های زیر تفکیک کرد:**

**هزینه پرواز-هزینه اسکان درهتل یا اقامت گاه دیگر،هزینه های دستمزد، هزینه تحقیق و بازاریابی وسایرهزینه ها.درضمن برگه هزینه به شکلی طراحی شده که مجموع هزینه ها و ساختار آنها و ریز تک تک آنها ها را نیز نشان دهد.در نهایت پس ازمحاسبه ی قیمت تمام شده****، می توان حاشیه سود شرکت را تعیین کرده و به آن بیفزاییم.**

**تا امروز در صنعت تورگردانی روش ثابت و واحدی برای محاسبه هزینه ها نداشته ایم ولی به طورکلی ازروش گام گام استفاده می شود.**

**محاسبه هزینه ها چند مرحله دارد. این مراحل استاندارد و کلی و جهانی نیستند و بنا برشرایط قابل تغییرو تعدیل اند.**

**پیشنهاد می شود توراپراتورهای تازه کار از روش گام به گام استفاده کنند و تجربه بیندوزند.روشن است که محاسبه هزینه ها کار دقیق وحساسی است و مبنای تعیین مقداردرست سود شرکت است که به قیمت تمام شده اضافه می شود تا قیمت فروش یه دست آید.به دلیل همین حساسیت است که هزینه یابی همیشه بزرگ ترین چالش تورگردانان است.**

**-ارزیابی مالی و قیمت گذاری پس ازمحاسبه هزینه یا قیمت تمام شده**

**-پس ازهزینه یابی و تعیین قیمت تمام شده، طراح تور باید نرخ تبدیل ارز را تعیین کند-قیمت فروش آینده را برآورد و نهایی کند.ساختار قیمت فروش باید دست کم ده ماه پیش از تاریخ اجرای تور مشخص ونهایی شده باشد.**

**بنابراین به جزخطرهای معمول و رایجی که در تعیین زود هنگام نرخ تور وجود دارد، تورگردان باید ریسک های مالی را نیز درنظر گیرد. مانند تغییرات نرخ برابری ارزها هنگام تسویه حساب با ارلاین وهتل و سایر خدمات دهندگان.**

**قیمت فروش تورتنها بر مبنای هزینه ها تعیین نمی شود، بلکه میزان سود منطقی که هزینه های آژانس را هم به خوبی پوشش دهد وعوامل دیگری نیز درآن دخالت دارند.ملاحظات حفظ سهم بازارورقابتی بودن قیمت.محاسبه قیمت، کار و تصمیمی پیچیده است به خصوص ازمنظرواقعیت هایی مانند کیفیت و ماهیت اجزای تشکیل دهنده تور، و مشکل افت تقاضا وکاهش درآمد آژانس در فصول کم رونق که باید درفصل رونق جبران شوند.**

**علاوه براینها غواملی خارج ازکنترل و اختیارما مانند شرایط آب وهوا، سیاست های دولتها، تروریزم، تورم، قیمت های رقابتی- تغییرات نرخ برابری ارزها نیزبر قیمت توراثرمی گذارند.دراین مورد هرشرکت سیاست خود را دارد.**

**هزینه ها نیز متفاوتند. مانندهزینه های بلیت هواپیما-اقامت، هزینه های محلی (ترانسفر-راهنما -ورودیه ها) حقوق کارکنان، تحقیقات بازار، و بازاریابی..درضمن برگه هزینه به شکلی طراحی می شود که جمع هزینه ها -وساختارآنها و ریزهرهزینه را نشان دهد و درنهایت محدوده ی مبلغی را که باید به عنوان حاشیه سود برای آژانس تعیین شود روشن کند.**

**تا امروز در صنعت گردش گری هیچ روش خاص واستاندارد و یکسانی برای هزینه یابی یا برآورد هزینه وجود نداشته است. ولی از روش معمول و گام به گام به شکل گسترده استفاده می شود.**

**فرآیند هزینه یابی چند مرحله دارد که هنوز استاندارد سازی نشده اند و نمی توان برای همه بازارها و مناطق مختلف ازآنها استفاده کرد چون بنا برشرایط مختلف تغییرمی کنند.**

**پیشنهاد می شود تورگردان تازه کارازهمین روش گام به گام استفاده کند تا دچار خطا نشود زیرا هزینه ی تورمبنای تعیین مبلغ درست سود آژانس است که باید به قیمت تمام شده اضافه شود و این بزرگ ترین چالش طراح توراست.**

**جیمز ام پوینتر(1993) برای این کارفرمولی ارایه کرده است.**

**برپایه این فرمول، قیمت فروش ، با اضافه کردن حاشیه سود به جمع هزینه ها به دست می آید.ا مدیرهزینه یابی تک تک هزینه های متعلق به هرمسافر(قیمت سربه سر) را محاسبه می کند. جمع کل هزینه های تور را برتعداد مسافران ثبت نام کرده تقسیم می کند وآن را(پس ازافزودن سود هر نفربرای آژانس) با بودجه تخصیص داده شده به ازای هرمسافر مقایسه و درصورت لزوم آن را تعدیل می کند.این روش برای طراحان تازه کارتور و برای بسته های جدید مسافرتی تا اندازه ای مفید است ولی برای تورگردانان با تجربه و برای تورهایی که به صورت منظم اجرا می شوند به خوبی جواب نمی دهد-زیرا طراحان تور به دلیل رقابت سنگین-برای کاهش قیمت یا در واقع کاهش حاشیه سود خود زیرفشارهستند.**

**هالووی(1992) معتقداست تورگردانانی که محصولات انحصاری و بی مانند دارند زیرفشار رقابت نیستند زیرا برخلاف بیشترهمکاران خود که به دلیل رقابت فشرده به ناچار قیمت خود را پایین می آورند می توانند تور را به قیمت بهتری بفروشند و نیازی نیست با کسی رقابت کنند.**

**بیشترتورگردانان هزینه های بالاسری سالانه را بین کل مسافران یک سال سرشکن می کنند و پوشش می دهند.(براساس هزینه های پیش بینی شده سال و برآورد تعداد مسافرانی که می توانند بپذیرند) البته باید توجه داشت که درمورد تورهای تخصصی قیمت تور بازتابی از تقاضای بازار در بازه های زمانی سال است و دراین جا نمی توان هزینه های بالاسری و اداری را به صورت مساوی بر تعداد مسافران یک سال تقسیم کرد.به طورکلی هزینه های اداری و بالاسری فقط در فصل اوج سفر که آژانسها درآمد کافی دارند تامین و پوشش داده می شوند.**

**امروزه تور گردانان برای قیمت گذاری تور از روش های زیر استفاده می کنند:**

**اول-قیمت گذاری براساس هزینه**

**1-مارک آپ-(تفاوت بین قیمت تمام شده وقیمت فروش)**

**2- جمع کل هزینه/هزینه جذب**

**3-هزینه یا قیمت محصول**

4**-درصد برگشت سرمایه یا سود آژانس**

**دوم-قیمت گذاری بر اساس شرایط بازار**

**1-اسکیمینگ[[6]](#footnote-6)-یعنی قیمت گذاری بالا درشروع کار و کاهش آن پس از ورود رقبا به بازار**

**2-گویینگ[[7]](#footnote-7)-(قیمت متعارف و مورد قبول روز)**

**-3-قیمت های متفاوت متغییربا توجه به توان مالی مشتری وزمان خرید وشرایط بازار.**

**4-قیمت گذاری پایین درشروع به منظور گرفتن بازار**

**5-قیمت گذاری بر اساس تقاضای موجود دربازار(نه بر اساس قیمت تمام شده)**

**پوینتنرمی گوید تورگردانان حرفه ای معتقداند تورتحت هرشرایطی باید سودآور باشد و درغیراین صورت نباید اجرا شود.**

**تورگردانان تازه کارنیزباید مشکل قیمت گذاری تور را حل کنند و برای حفظ جایگاه و اعتبار خود دربازار، زیرقیمت رقبا قیمت بدهند. نباید توربی کیفیت عرضه کنند وبا سود خیلی ناچیز کارکنند.قیمتهای غیر واقع بینانه وگران هم ندهند.باید همیشه به یاد داشته باشد که با هر یک سنت افزایش قیمت تور تعدادی ازکسانی که قصد سفردارند ازبازارخارج می شوند.**

**هیچ توری را به دلیل رقابت به زیر قیمت تمام شده نفروشید واجرا نکنید.**

**ماهیت کارتور گردانی -می دانیم که کسب وکارتورو تورگردانی فصلی است و درفصل سفر به کارکنان بیشتری نیازدارد تا پاسخگوی تقاضا باشد. تورگردانان هنگام انتخاب نیروی انسانی دقیقا می دانند چه می خواهند و برای اجرای توردرمقاصد خاص یا ریسورت ها به چه افرادی نیازدارند.افرادی صبور با شخصیتی آرام، مهربان، شوخ طبع و مردم دار که به فرهنگ ها****، اقوام وملیت های مختلف احترام بگذارند.مقاصد سفر وخود سفر را دوست داشته باشند.تورگردانان نیزباید همین ویژه گی ها را داشته باشند که برای این حرفه شرط بسیارلازم است.آنان علاوه براین باید تور را نیزمدیریت کنند.مشکلات و مسائل ضمن کار را حل کنند. مسافران را با فرهنگ مقصد آشنا سازند و کسب و کار را اداره وبازارشان را حفظ کنند.**

**معمولا تورگردانان درفصل اوج سفر با نیروهای کمکی ثابتی کارمی کنند.با افرادی آموزش دیده که با روش کار و روحیات یکدیگرنیزآشنا هستند ونیازی به آموزش جدید ندارند.**

**تورگردانان درفصل اوج سفربه کارکنان فصلی برای بخش رزرواسیون-راهنمایان گردش گری-کارکنان مراکز اقامتی سیاحتی (ریسورت)نماینده های فروش -کارگزاران ونماینده گانی درخارج کشور ومانند آن نیاز دارند.**

**بازاریابی بسته های مسافرتی- جایگاه مهم و راهبردی تورگردان به عنوان واسطه میان فروشندگان خدمات (خطوط هوایی- تامین کننده گان خود روهای توریستی-هتل ها ورستوران ها) و توانایی او درترکیب کردن اجزای صنعت سفرو تبدیل آن به یک بسته مسافرتی مقرون به صرفه واستاندارد، ازعوامل اصلی و موثرصنعت گردش گری است.**

**تورگردانان کشورهای توسعه یافته و درحال توسعه نقش تعیین کننده ای در رونق گردشگری دارند.شا و ویلیام درسال 1994نوشتند درحدود هشتاد درصد سفرهای انجام شده ازانگلستان به یونان، با خرید بسته های مسافرتی بوده است.**

**درایالات متحده -هندوستان و کشورهای اروپای غربی درحال حاضرهزاران شرکت تورگردان فعال اند و بسته های مسافرتی را برای بازاربین المللی گردش گری طراحی می کنند.**

**گردش گران برای تعطیلات چگونه مقصد خود را تعیین می کنند؟ به خصوص که آنها نمی توانند جزییات خدمات سفررا بررسی کنند و بشناسند.؟ بازاریابی تور نیازمند راهبردهای بسیار پیچیده ای است.باید ببینیم مشتری دقیقا چه نیازهای دارد. از خدماتی که به او ارایه می شود چه می خواهد و رضایت او از مجموعه سفرچگونه تامین می شود.**

**کتلر(1988)بازاریابی را "یک فرایند اجتماعی ومدیریتی" تعریف میکند که طی آن افراد و گروه هایی ازمردم ازراه خلق و تبادل محصولات و ارزش ها با یکدیگربه آنچه که نیاز دارند دست می یابند.**

**اتحادیه بازاریابی آمریکا[[8]](#footnote-8)(1984) بازاریابی را " فعالیت عادی تجاری یا کسب کارمی داند که کالاها و خدمات را ازسوی تولید کننده به سوی مشتری یا کاربر روانه می کند" به بیان ساده، بازاریابی یعنی ایجاد تقاضایی که منجر به رضایت مشتری و رسیدن شرکت به اهدافش می شود.**

**بنابراین مهم ترین جنبه یا وجه اصلی هرگونه بازاریابی این است که بدانیم بازاریابی فقط به معنای شناخت نیازهای گوناگون مشتری نیست بلکه علاوه برآن باید خدمات ومحصولات درسطحی باشد که مشتری آن را به خدمات رقیا ترجیح دهد..**

**بازاریابی بسته مسافرتی با بازاریابی سایرعناصر گردش گری متفاوت است.دلیل آن هم ماهیت وگوناگونی آنهاست.درضمن راهبردهایی که برای تورگردانان بزرگ با تعداد زیاد مسافرموثر و سودآورهستند معمولا با راهبردهای بازاریابی که متخصصان توراز آنها استفاده می کنند تفاوت بسیاری دارند.**

**برای مثال راهبردهای تورگردانان برای تورهای ماجراجویانه با راهبردهای اپراتورهای بزرگ وتورگردانان تورهای ورودی متفاوت است.راهبردهای بازاریابی سفرهای چند مقصدی نیز با بازاریابی تورهای یک روزه و یک مقصده متفاوت است.**

**بنابراین تورگردانی که بخواهد بازاریابی موثری انجام دهد باید در تحلیل شرایط بازارمهارت داشته باشد و دریابد که درهمان تورو یا درتورهای مشابه چه چیزهایی برای سایرتورگردانان-رقبا-سود رسان ودرآمد سازاست.**

**رادبورن وگود آل(1990)می گویند برای تورگردان بسیارمهم وحیاتی است که بازاریابی به شکلی باشد که برای مشتری تصویر ذهنی لازم را خلق کند تا تورگردان بتواند بسته هائی با درجه بالای پایداری و قابلیت ادامه دادن جهت فروش عمده به بازارعرضه کند.به این منظور تورگردان برای بازاریابی به طرحی سیستماتیمک و ساختارمند نیاز دارد.**

**-بازاریابی ازاهداف اصلی و کانونی هر شرکتی است و نقش سرپا نگهداشتن کسب و کار را دارد.**

**درک روشن خواسته های تورگردان و آنچه که می خواهد از راه بازاریابی به آن برسد بسیارمهم است.در واقع یک آژانس مسافرتی باید پیش از طراحی سیاست بازاریابی، محصول و بازارآن را به خوبی بشناسد.**

**دربسیاری ازبنگاه های مسافرتی گام اول تدوین برنامه بازاریابی- تامین هزینه آن است.طبیعی است که این هزینه باید دربودجه بندی بنگاه تمظورشده باشد.البته درصد این هزینه از درآمد، دریک آژانس قدیمی با یک آژانس تازه کارمتفاوت ودرمورد بسته های مختلف سفرنیزمتغییراست.روشن است که هزینه بازاریابی برای آژانس های تازه کاری که هنوز در بازار شناخته شده نیستند و درمورد تورگردانانی که تورهای تخصصی عرضه می کنند بالاتراست و معمولا چیزی بین بیست وپنج تا سی درصد از مجموع هزینه ها را تشکیل می دهد.**

**طرح بازاریابی همیشه یک برنامه سیستماتیک کوتاه مدت است که تورگردان برای یک تا سه سال ازآن استفاده میکند.دراین طرح امکانات و نیروی انسانی لازم برای رسیدن به اهداف آژانس نیزتعیین و فراهم می شوند.**

**تورگردان با توجه به اهمیت بازاریابی مکانیزم تنظیم راهبردهای موثر بازار یابی را تدوین می کند.طرح بازاریابی چگونگی عمل کرد فرآیند بازاریابی را روشن و تصویرسازی می کند واطمینان ایجاد می کند که حجم فعالیتهای بازاریابی با امکانات و نیروی انسانی شرکت هماهنگ و درمسیراهداف شرکت درحرکت است.**

**تصمیم گیری برای راهبردهای بازاریابی شاید پیچیده ترین مرحله از فرآیند برنامه ریزی بازاریابی است.تنظیم یک استراتزی متناسب مستقیما به نوع توروعوامل دیگر بستگی دارد.ازجمله این که تور مورد بحث خروجی است یا ورودی یا تورتشویقی (که شرکتها به هزینه خود به عنوان پاداش به کارکنان می دهند) وهمه آنها به هرحال برپایه ی محاسبات برگشت سرمایه و کسب سود منطقی اجرا می شوند.**

**برای مثال تورگردانان برای فروش تورهای خروجی خود به طورکلی ازآژانس های مسافرتی کمک می گیرند.**

**تورگردانان بزرگ مقیاس، هرسال راهبردهای تازه و جدیدی به کارمی برند تا سود خود را به حداکثر برسانند.برخی ازاین راهبردها فقط درفصل خاص یا برای مقصد خاصی به کارمی آیند و برخی دیگر همیشه وبرای همه ی مقتاصد به کارمی آیند ولی به صورت ماهانه یا فصلی دقیقا پایش شده ودرصورت لزوم درآنها تجدید نظرمی شود.پس ازتدوین راهبرد های بازاریابی- تورگردان برنامه سالانه تبلیغات رسانه ای را تنظیم می کند که شامل ارسال نامه یا ایمیل به مخاطبین و مشتریان ا بالقوه و برنامه تله مارکتینگ وسایر روش هاست.**

**-تورگردان طرح بازاریابی را به چند روش تهیه می کند ازجمله طرح سالانه -مانند بلوپرینت[[9]](#footnote-9) برای برای طول یک سال و برنامه انفرادی و موردی برای یک تور.هماهنگی اجزای برنامه بازاریابی بسیارمهم است.این اجزا باید براحتی با هم جورشوند تا بتوان تور را به صورت اقتصادی اجرا کرد.**

**-بازاریابی تورهای ورودی و خروجی**

**به طورکلی بازاریابی تورهای بین المللی با تورهای داخلی متفاوت و نسبتا پیچیده تر و مشکل تراست.بازارتورهای بین المللی عمدتا ترکیبی است ازتورهایی که در کشوری تهیه و تنظیم شده و درسایرکشورها اجرا می شود.**

**با وجود این که برنامه های انواع مختلف توربا هم تفاوت دارند ولی بازاریابی آنها بسیارشبیه اند.مثلا تورگردان تورهای ورودی-تورها را درکشورها و مقاصد مختلف اجرا می کند.**

**برای مثال تورگردانی که درهندوستان مستقراست و تورهای ورودی به این کشوررا اجرا می کند باید بتواند- ازاو انتظارمی رود-خدمات کامل تور را که همکارانش اند.**

**جالب است که بستن قرارداد برای اجرای تورهای ورودی با تورهای خروجی کاملا متفاوت است.برای تورهای خروجی -تورگردان معمولا باید با تک تک مسافران گفتگو کند تا بسته مسافرتی خود را مستقیما یا توسط آژانس های مسافرتی به آنان بفروشد.دربسیاری از موارد تورگردان ورودی یا اپراتورهای زمینی قرارداد می بندند تا خدماتی را که در بسته مسافرتی خود درج کرده است ازآنان بخرد.**

**در بازاریابی تورهای ورودی، تورگردان ازشرکتهای مسافرتی و آژانس های فعال درمقصد تورفهرستی تهیه می کند تا ازآنان خدمات دریافت کند.این کاربا حضوردررویدادها و دیدارهای بین المللی و بازارهای گردش گری و کنفرانس های تخصصی گردش گری صورت می گیرد.این گردهمایی ها به شکلی برنامه ریزی می شوند که آژانس های بین المللی بتوانند بسته های مسافرتی را از آژانس های کشورهای مختلف خریداری و برای سال پیش رو جهت ارایه به بازارآماده کنند.**

**بنابراین روشن است که تور گردان کالای خود را مستقیما ویا ازراه آژانس های مسافرتی به بازارروانه می کند.به هرحال هر روشی را که انتخاب کند-تور را با استفاده ازبروشورهای چاپی یا مجازی عرضه می کند.ازفنون بازاریابی نیزاستفاده می کند و درصورت لزوم ازشرکت های تبلیغاتی هم کمک می گیرد.**

**بروشورهای تورگردانان**

**وسیله حیاتی و بسیار مهم تورگردان برای بازار یابی بروشوری است که اطلاعات کاملی از محتوا و جزئیات تور را در خود دارد و آن قدرجذاب هست که تعطیلات بروها را جلب کند تا بسته را بخرند.**

**میدلتون(1988)معتقد است که بازاریابی تور تا اندازه خیلی زیادی به کیفیت بروشور بستگی دارد که ازسایرابزارهای تبلیغاتی موثرتراست و درهنگام شروع بازاریابی وفروش تورکل محصول فقط یک ایده و فکراست.بروشوربه مشتری می گوید با پولی که می دهد چه خدماتی را می خرد و با تصویری که ازتور به دست می آورد می داند آن تورچه ارزشی دارد.**

**هالووی(1992)اطلاعاتی را که باید دربروشور درج شود به شرح زیرفهرست کرده است:**

**-نام شرکت فروشنده و مسئول تور**

**-وسیله نقلیه / روش جابه جایی مسافر/ نام شرکت خدمات ترانسفر وحمل مسافر.اگر سفرهوایی داخلی دارد نام شرکت هواپیمایی و نوع پرواز(دربستی یا چارتراست؟ یا برنامه ریزی شده وسیستمی؟)**

**-اطلاعات وجزییات مقصد/محل آغازسفر/برنامه روزانه و زمان بندی ها**

**-طول مدت تور/تعداد شبها و روزها /شرح و توصیف شرایط مقصد**

**نوع اقامت /غذا(صرف غذا درهتل است یا رستوران بیرون ازهتل)-نوع غذاها وتعداد آنها:**

**فقط صبحانه -صبحانه ونهار(هاف برد)یا سه وعده کامل(فول برد)**

**-خدمات اپراتورهای زمینی شامل لیدرها و ر.**

**درج هزینه های اضافی با توضیح کامل -**

**- جزییات برنامه های خاصی که تدارک دیده شده ازجمله گالا دینر[[10]](#footnote-10) شب آخر.**

**-شرایط رزرو ونام نویسی و پرداخت و شرایط انصراف وکنسل کردن توسط مسافر.-**

**-شرایط بیمه مسافرتی.اختیاری یا اجباری بودن آن وهزینه وسقف پوشش آن .**

**مدارک لازم برای ورود به کشورمقصد(به جزویزا در برخی کشورها کارت واکسیناسیون نیزالزامی است.)**

**-درج خطرات بهداشتی و بیماری های رایج درمقصد که باید به مسافر توصیه شود.**

**قیمت تور -**

**-بروشوری که برای معرفی و بازاریابی تورتهیه می شود بخشها و زیربخش های مختلفی دارد.روی جلد آن عنوان تور-تاریخ برگزاری-موضوع (تم فرهنگی- تاریخی- گردش واستراحت یا مذهبی یا ترکیبی ازچند نوع) کد یا شماره تور و نام شرکت مسافرتی و درصفحات داخلی آن اجزای تور و برنامه های آن -جاهای دیدنی وجاذبه ها- نوع و وسیله جا به جایی مسافر-نوع اقامت گاه و درجه آن(هتل -هاستل-اقامتگاه بوم گردی یا کمپ ..) جذابیت های خاص مقصد-شرایط پرداخت هزینه تورو خرید آن(یک جا- دردوبخش تا شروع توریا اقساط چند ماهه)-بیمه مسافرتی-نام شرکت بیمه- هزینه آن واین که هزینه بیمه نامه مسافری درقیمت گنجانده شده یا مسافر باید بیمه نامه را جداگانه بخرد. ومیزان خسارت یا هزینه ای که پوشش می دهد -نوع ارزی که مسافریرای خرید می پردازد- و نشانی اینترنتی و وبسایت و ایمیل آژانس..درضمن فرمی هم هست که مسافرآن را پرمی کند و توررابا ایمیل خریداری می کند.**

**آژانس های بزرگ مسافرتی به ویژه درانگلستان -ایالات متحده - هندوستان -آلمان -ژاپن وفرانسه معمولا دست کم یک هزارنسخه ازبروشورهای شان چاپ می کنند واز راه آژانس های مسافرتی یا خرده فروشان تور واپراتورهای زمینی توزیع می کنند.این آژانسها بروشورها را برای تمام مشتریان قبلی خود و سایرافراد علاقه مند به سفرو فعال درزمینه ی سفرکه در شبکه های اجتماعی حضوردارند می فرستند.با توجه به هزینه بالای چاپ بروشوربا کیفیت-تورگردان باید آنها را تا جایی که ممکن است برای کسانی بفرستد که ازآن استفاده کنند و برای تورگردان نتیجه بخش باشد.بررسی ها نشان داده اند که معمولا نیمی ازبروشورهای ارسالی بدون این که دیده شوند دورانداخته می شوند.**

**با برقراری استانداردها و ضوابطی می توان جلوی این اتلاف را گرفت یا آن را به حداقل رساند.**

**به این منظورابتدا باید برای انتخاب مخاطبین ضوابطی تعیین کرد.مدیران فروش ابتدا باید مشتریان ومخاطبین ونمایندگان خود را دسته بندی واولویت بندی کنند تا بروشورها را بی هدف وبدون شناخت مشتری درسطح گسترده توزیع نکنند و جلوی هدر رفتن آنها را بگیرند.**

**تورگردانان علاوه بر بروشور ازابزارهای دیگر تبلیغاتی نیز استفاده می کنند.از جمله تماس های شخصی با مشتریان قبلی و مشتریان جدید وارسال ایمیل و راه اندازی کمپین های تبلیغاتی.**

**به طور کلی معرفی و تبلیغات تورو بسته های مسافرتی ترکیبی است از ارتباطات و تماسها که طراحی و اجرا می شوند.سعی می شود بروشورها و پیام های اطلاع رسانی تا جایی که امکان دارد به دست مخاطبین و مشتریانی برسد که تورگردان برای درازمدت و بلند مدت روی آنان حساب میکند و احتمال به نتیجه رسیدن فعالیت های بازاریابی بر روی آنها بیشتراز سایرین و به خصوص افراد نا شناخته است.**

**ارسال بروشور نباید محدود به افراد خاصی دربازارهدف باشد بلکه باید برای آژانس های مسافرتی-تامین کنندگان خدمات گردشگری-سفرنویسان و نشریات تخصصی سفر-روزنامه نگاران- شرکتها و نهادهای دولتی گردش گری نیزارسال شوند.بازار یابی تور یا بسته سافرتی با تبلیغات سایر محصولات مسافرتی تفاوت اساسی دارد.زیرا زمینه های تخصصی دراین صنعت بسیارمتنوع هستند.بنابراین آژانس مسافرتی باید اهداف تبلیغات و بازاریابی را به روشنی تعریف و مشخص کند تا بتواندازموثرترین فنون و ابزارتبلیغاتی بهره گیرد.**

**آژانس های مسافرتی معمولا از روش های زیراستفاده می کنند:**

**تبلیغات در رسانه ها /ارسال ایمیل شخصی/امکانات روابط عمومی-تماس تلفنی با مخاطبین/چاپ اوراق تبلیغاتی و بروشور/جذب اسپانسر/ مشارکت درنمایشگاه های تخصصی گردش گری/ مشارکت دربازارهای گردش گری/تهیه فیلم و ویدیو-برگزاری تورهای آشنایی با مقصد -تله مارکتینگ و کنفرانس.**

**بسته مسافرتی ترکیبی است ازمحصولات و خدمات گوناگون که مشتری یا خریدار فقط زمانی می تواند آنها را بیازماید و کیفیت شان را ببیند که آن را مصرف می کند.خدمات و محصولاتی هستند که نمی شود آنها را به صورت سیستماتیک ومنظم بازتولید کرد-مانند محصولات صنعتی نیستند که به صورت ماشینی ویک دست مرتبا تولید شوند.**

**به این ترتیب دستیابی به اطلاعاتی که میزان موفقیت و اثرگذاری ارسال بروشور را نشان دهد بسیارمشکل است.مشارکت درشبکه های کامپیوتری ذخیره ی جا وسازو کارهای جهانی توزیع اطلاعات برای تورگردانان بسیار مهم است.امروزه با سیستم های پیشرفته ارتباطات- آژانسها براحتی به اطلاعات شرکت های هواپیمایی هتلها و سایرامکانات گردش گری دسترسی دارند و بسته های مسافرتی خود را از راه یک ساز و کار جهانی توزیع کرده و پیام خود را به دنیا می رسانند.**

**پایانه جی دی اس[[11]](#footnote-11) (سازوکارجهانی توزیع)برای همه عرضه کنندگانی که محصولات خود را با استفاده ازاین سیستم ارایه می کنند امکان دسترسی فوری به تمام مخاطبین را درسطح جهان فراهم می کند.به همین دلیل برای فروش خدمات تور-بسته مسافرتی و بلیت پرواز نقش بسیار مهمی به عهده دارد ولی متاسفانه هنوزبسیاری ازتورگردان ها به خصوص تورگردانان کوچک و اپراتورهای زمینی محلی از جی دی اس استفاده نمی کنند زیرا تجهیزات کافی و به روز ندارند و به ناچارهنوز ازروش های سنتی استفاده می کنند.**

**بسیاری ازشرکت های مسافرتی برای رزرو تور-سیستم های موثر و مفیدی تهیه کرده وبسته های مسافرتی خود را درآنجا بارگذاری می کنند و برای رزرواسیون خود روش های متنوعی دارند.**

**تورگردانان تازه کار وکوچک تمایل دارند که برای این کار از سرویس های پاسخ گویی تلفنی یا کامپیوتری استفاده کنند ولی آژانس های بزرگ وقدیمی شبکه رزرواسیون خاص خود را دارند و.بیش ازهفتاد وپنج درصد فروش خود را از ابزارهای کمکی مانند سی آراس[[12]](#footnote-12) ها تامین می کنند.**

**این روش به لحاط اثرگذاری -انعطاف- نتیجه بخشی و سرعت وارد کردن اطلاعات بسیاربهتر از سایرروش ها است.امروزه بیشتر تورگردانان سیستم های رزرو کامپیوتری دارند که ویژه نیازهای خود طراحی کرده اند.گرچه این سیستم ها گران هستند ولی قابلیت های بسیار بالایی دارند.شاید منطقی به نظرنرسد ولی واقعیت دارد که تورگردانان امروز برای فروش تورهنوزازامکاناتی استفاده می کنند که قبلا می کردند: چاپ بروشورو تماس های تلفنی شخصی.**

**براساس بررسی های انجمن بین المللی فروش وبازاریابی خدمات میهمان نوازی[[13]](#footnote-13) درآمریکای شمالی(شامل کانادا وایالات متحده-مکزیک) درسال 1999 هفتاد و پنج درصد فعالان این صنعت با بروشورکارمی کردند و68% از کتابهای راهنمای بازرگانی (مانند کتاب اول درایران- مترجم)-و60% از مجله ها و گاهنامه های تجاری وسایرابزارها.**

**-جرای تورمسافرتی -کامیابی یک تورگردان دقیقا بستگی به کیفیت اجرای تور دارد.یعنی مرحله ای که باید قول ها وحرفها به واقعیت تبدیل شوند و کیفیت خدمات آشکارشود و به همین دلیل است که کیفیت اجرای تور در واقع جنبه حیاتی دارد.بنابراین تورگردان دراین مرحله باید نهایت تلاش را بکند تا آنچه به مسافرقول داده و دربسته درج شده است دقیقا وحتا بهتر و کامل تراجرا شود.**

**تورگردان با تجربه برای هر یک از مجریان توریعنی مدیرتور-راهنما یا لیدر-اسکورت یا ناظر وشرکت خدمات دهنده درمقصد دستورعمل یا راهنمای کاملی می نویسد تا دقیقا بدانند ازآنان چه می خواهد و شیوه اجرایی مورد نظرش چیست.دراین راهنما روشهای اجرایی کاملا روشن و جزئیات توراز لحظه شروع تا پایان مشخص می شود.راهنمای اجرایی چند بخش دارد و مسئولیت هرفرد را درهرروز از تور وشکل ارتباط با عرضه کنندگان خدمات -رفتاربا مسافران وشیوه رویا رویی با مشکلات احتمالی و حل آنها و موارد اورژانسی و خاص را روشن می کند.**

**این روش حرفه ای آژانس را به عنوان شرکتی خوش نام به مردم می شناساند.درضمن به مجریان تور بسیار کمک میکند تا درطول سفردرصورت بروزمشکل یا بحران بدون این که آن را به دفتر منعکس و کسب تکلیف کنند آن را در محل برطرف کرده و تور را ادامه دهند و ازخدشه دارشدن اعتبار شرکت پیش گیری کنند.**

**متاسفانه بیشترشرکت های مسافرتی دراجرای حرفه ای ضعیف هستند و تمام جزییات و ظرائف اجرائی را به صورت کامل زیرنظر ندارند.**

**-مدیریت پس ازاجرا**

**-این مرحله ازمهم ترین مراحل این حرفه و شامل تهیه چندین گزارش و ارزیابی کیفیت اجرا است.نظرخواهی ازمسافران میزان توفیق تور را به خوبی آشکارمی کند و طراح تورمی تواند نتایج حاصله را تحلیل و با اهداف اجرای تور مقایسه کند.**

**آگاهی از رضایت یا نارضایتی مشتری و تامین اهداف مالی و سود آژانس نیزاز نتایج این گزارش هاست.بسیاری ازشرکت های مسافرتی پس ازپایان تور برداشت مدیرتور و ارزیابی او را در مورد علاقه مندی های مسافران و چیزهایی که برایشان جالب تر و جذاب تر یا کسل کننده بوده گزارش می کنند.درمورد هریک ازعرضه کنندگان خدمات و روش ورفتار ونوع برخورد آنها با مسافر نیز گزارش هایی تهیه می شود که برای موارد بعدی بسیارمفید خواهد بود.تورگردان با بررسی گزارش ها عرضه کننده گان ضعیف را حذف وارتباط خود را با عرضه کنندگان قوی و حرفه ای تحکیم میکند.این گزارش ها ازجنبه های دیگر نیزبسیار مفیدند.زیرا مشکلات بالقوه را آشکار وراه حل آنها را پیدا می کنند.**

**همان طورکه گفتیم نظرسنجی ازمسافران نیزبسیارمهم است ونشان می دهد که ازتور و اجزای آن چه احساسی داشته اند.این اطلاعات برای برنامه های آینده آژانس بسیارمفید است.زیرا مسافرانی که نظرکاملا مثبتی داشته اند مشخص می شوند وازآنها برای تورهای بعدی دعوت وامتیازخاصی برای شان درنظرگرفته می شود.**

**نکته مهم این که پرسش نامه ی نظرسنجی مسافران باید حاوی پرسش های کلی و نیز پرسش های خاص درمورد جزییات خدمات ارایه شده باشد تا ازهیچ نکته ای غفلت نشود.**

**پرسش نامه های پرشده توسط مسافران به دقت ارزیابی و با توجه به جزئیات پاسخها و قدردانی یا انتقادها، یک ارزیابی کلی صورت می گیرد.توراجرا شده به لحاظ کیفی رتبه بندی و در سوابق تورها نگهداری می شود.با دقیق شدن در تک تک پاسخ های مسافران می توان تورهای بعدی را بهتر و حرفه ای تر طراحی و بازاریابی واجرا کرد.**

**چگونه یک بروشورمسافرتی بسازیم**

**یک بروشور خلاقانه با طراحی حرفه ای ومتن خوب وجذاب خواننده را دعوت می کند تا خود را بازیگری فرض کند که دریک داستان شیرین که درمکانی غریب روی می دهد بازی می کند.دراین جا یاد می گیرید که چگونه یک بروشور جذاب درست کنید که مشتریان شما در مورد آن خیال پردازی کنند و بسته مسافرتی شما را بخرند.**

**بخش اول-جزییات و محتوای بروشور را تعیین کنید.**

**یک-مقصد سفر را انتخاب کنید.**

**-اگرحرفه ای این کار باشید می دانید ابتدا باید جاذبه ها و ویژه گی های مهم مقصد مثل کوه ها دریاچه ها-اقامت گاه ها موزه ها پارک ها و جاذبه های خاص را بشناسید و نام آنها را برای استفاده بعدی یادداشت کنید.**

**-اگردانشجوهستید و تهیه بروشور بخشی ازدرس شما است مقصد جذابی را انتخاب و رویش کار کنید.مکزیک-هاوایی- سواحل جنوب کالیفرنیا- فلوریدا یا استرالیا را به عنوان نمونه می توان نام برد.حالا در مورد مقصد انتخابی خود پژوهش کنید.برای این کار با استفاده ازموتورهای جستجوگراطلاعات تازه و کاملی به دست می آید.دانشنامه ها وکتابخانه ها هم منابع خوبی هستند.این اطلاعات را برای استفاده بعدی یادداشت کنید.**

**لیستی که فرد حرفه ای تهیه کرده و لیست آن دانشجو هردو درابتدا بسیار طولانی اند چون تمام جاذبه ها و نقاط جالب مقصد درآن گنجانده شده اند.ولی جاذبه های معمولی و کم اهمیت به تدریچ حذف و لیست کوتاه ترمی شود.**

**دو-امکانات مقصد را پیدا کنید.نشانی وسطح کیفی رستورانها هتلها- مغازه های خاص-مراکزتفریحی--مراکزخرید-توالتهای عمومی -سینماها و سایر نقاط مورد نظر.مشتری باید این اطلاعات کامل را داشته باشد.**

**-اگربه مقصد نزدیک هستید، به محل بروید و بررسی کنید.فضای آنجا را ببینید و ویژه گی هایش را بنویسید.**

**- درصورتی که ازمقصد مورد نظر دورهستید، این جستجو را به صورت مجازی انجام دهید.با استفاده ازنقشه و سایتها و شبکه های اجتماعی اطلاعات را گرد آورید.گوگل مپ دراین مورد کمک بسیاربزرگی است.**

**- پس ازگرد آوری اطلاعات وامکانات مقصد، کنارآنهایی که به نظرتان جذاب تر و مهم ترهستند****، یک ستاره بگذارید(توالت و دستشویی معمولا اولویت اول هستند)حالا ببینید این مکانها برای افراد ناتوان یا معلولین هم امکاناتی دارند یا نه.هتل و**

**محل اقامت درکجاست دوراست یا نزدیک.**

**سه -با مردم محلی حتما صحبت کنید و ببینید در مورد آن مقصد چه می گویند.اگر نزدیک هستید گفتگوی حضوری بهتر است.اطلاعات دست اول و بی واسطه به دست آورید.همیشه قلم کاغذی همراه داشته باشید و نکات مهم را یادداشت کنید.اگرنمی توانید به سرعت یادداشت برداری کنید یک دستگاه ضبط صدا همراه داشته باشید یا ازتلفن همراه استفاده کنید.درصورتی که مقصدی که درنظر گرفته اید ویژه گذران تعطیلات باشد(منطقه غیرمسکونی) باید با کسانی صحبت کنید که قبلا تعطیلات شان را درآنجا گذرانده اند.**

**اگردانشجوهستید و به افرادی که قبلا به آن نقاط سفرکرده اند دسترسی مستقیم ندارید****، اطلاعات هتلها و رستورانها را ازاینترنت به دست آورید.به حرف های گردش گرانی که به آن نقاط سفرکرده اند دقت کنید و یادداشت بردارید.**

**چهار- مخاطبین هدف را انتخاب کنید. ببینید چه رده جمعیتی وسنی برای آن مقصد مناسب و به آن علاقه مندهستند.با توجه به این نکته- هتل و سایرامکانات را در نظربگیرید و بروشوری تهیه کنید که برای آن گروه خاص جذاب باشد.**

**توجه کنید که وجود تعداد کافی توالت یا سرویس بهداشتی- استاندارد و پاکیزه گی رستوران به ویژه برای مسافران مسن بسیار مهم است.آنها را شناسایی و لیست کنید.**

**- مقاصد ویژه گذران تعطیلات (منطقه غیرمسکونی)معمولا برا ی جوانترها و گذران ماه عسل زوج های تازه ازدواج کرده مناسب تراست و آنها مشتری هدف شما هستند.**

**مقاصدی که هتلهایی با اینترنت رایگان دارند برای خانواده هایی که با فرزندشان سفرمی کنند مناسب تراست.**

**هتلهای دارای اتاقهای بزرگ برای بازرگانان که ضمن سفر به کارهای تجاری خود هم رسیدگی می کنند مناسب اند.**

**فهرست بالا البته کامل نیست ولی به شما کمک می کند که بدانید به چه نکاتی باید توجه کنید و رده سنی مخاطبین را چگونه انتخاب کنید.بعضی چیزها که ممکن است برای شما کم اهمیت به نظربرسد(مثلا مسیرهای چوبی پیاده روی درجنگل یا پارک ویا روی دریاچه) شاید برای مشتریان خاصی بسیار مهم باشند.**

**پنج-قیمت بسته مسافرتی را تعیین کنید.این مرحله مهم ترین و حساس ترین بخش کار شماست.زیرا باید به صورتی محاسبه شود که هم سود معقول و منطقی برای شما داشته باشد وهم مشتری را فراری ندهد.**

**-حال چهارگام قبلی و به خصوص رده سنی مخاطبین را در نظربگیرید.برای هریک از امکانات مقصد که دربسته مسافرتی می گنجانید قیمت استانداردی تعیین کنید و جمع کل آنها را به دست آورید.**

**برای جاذبه ها و ویژه گی های مهم مقصد قیمت استانداردی تهیه کرده و جمع کل آنها را هم به دست آورید و این دو جمع کل را با هم جمع بزنید.هزینه تمام شده بسته را با توجه به گروه سنی مخاطبین تنظیم و تعدیل کنید.**

**جوان ترها و خانواده ها همیشه دنبال قیمت پایین ترهستند.ولی مسن ترها و بازرگانان پول بیشتری برای هزینه کردن دارند.**

**بخش دوم -نوشتن متن بروشور**

**ابتدا یک متن مقدماتی از نکات مهم بنویسید وبعد کم و زیاد و ویراستاری کنید.ساده و روان و جذاب بنویسید .املای درست- نقطه گزاری و ویرگول و دستور زبان بی نقص و نوشته ی شیوا و گویا و کوتاه، نقش مهمی دارد.**

**یک-ابتدا باید داستانی جورکنید.مثل قصه ای که خواننده را کاملا به خود جذب کند.مشتری تورمی خواهد حس کند که قراراست برای یک ماجراجویی هیجان انگیزسفرکند.درقالب یک پاراگراف(جمله کامل)متنی بنویسید که خواننده را مجاب شد که مقصدی که معرفی می کنید برای سفرعالی و بسیارجذاب است.سپس آن را مرور و ویراستاری کنید.جملات مرتبط و کوتاه و روان باشند و به صورتی دنبال هم قرارگیرند که مشتری را قانع و مجاب کنند.**

**دو-از فونتها وحروف خاص استفاده کنید.بروشور باید ساده و خواندن و دنبال کردن مطالب آن آسان باشد و موجب گیجی وسردرگمی خواننده نشود.**

**-برای عنوان بروشورحروف درشت وشاخص به کار برید و به هرحال درشت تراز حروف متن باشد یا زیرش را خط بکشید تا در نظراول از دور به خوبی دیده شود.عناوین فرعی نیز باید با حروف کمی کوچکترازعنوان بروشور، ولی با همان فونت باشد.تمام متن باید یک فونت باشد تا جذاب وچشم نوا زازآب درآید.**

**سه-برای عنوان، عبارت کوتاه جذابی درنظربگیرید.عناوینی مانند "تعطیلات مکزیکی"یا "تعطیلات درهاوایی"جذاب نیستند و مشتری را برای خواندن بروشورجلب نمی کنند.باید ازعبارات یا واژه های توصیفی استفاده کنید.درعنوان بروشوراز واژه هایی مانند"پرهیجان"-"حیرت انگیز"-"پرنشاط"-"خیال انگیز"-"نفس گیر" و"سراسرماجرا"استفاده کنید.**

**نام مقصد را هم درعنوان و بلافاصله پس ازاین صفات بیاورید.پس از نام محل****، کلمه "تعطیلات" یا مترادف آن را بگذارید.یادتان باشد عنوان را به شکلی تمام کنید که گویی نویسنده متن هم مانند خواننده به هیجان آمده است.عنوان را برجسته کنید.عباراتی مانند"تعطیلات پرهیجان و پر ماجرا درکوه اورست"جذابند.**

**چهار-بعد ازعنوان، اولین جمله به شکلی باشد که خواننده را کاملا درگیرکند.مانند موضوع یک تز یا پایان نامه ..**

**-اگر اولین جمله ای که مشتری می خواند او را جذب نکند بقیه بروشور را نگاه نخواهد کرد.**

**شروع متن بهترین جایی است که نام چند هتل خوب و چند جاذبه گردش گری مشهور را بیاورید:**

**"تعطیلاتی پربار درهاوایی با بهترین و زیباترین چشم اندازها و هتل های عالی وهرنوع غذایی که تصورمی کنید"**

**پنج-همه بخش های بروشور را بنویسید.نیمی ازفضای آن باید عکس های جذاب با رنگهای شاد باشد و نیم دیگرمتن و نوشته.بنابراین طولانی ننویسید.هربخش بروشور سه تا چهار جمله باشد که ویژه گی خاصی از مقصد را توصیف کند.**

**نام و مشخصات رستوران ها وهتلها و فروشگاه ها و تصویر زیبا و با کیفیتی از چشم انداز طبیعی مقصد را هم بگذارید.این چهار مورد مهمترین چیزهایی هستند که مردم پیش از تصمیم گیری برای انتخاب مقصد باید بدانند.بروشور باید شش یا هشت قسمت داشته باشد.چیزهایی را بنویسید که واقعا لازم هستند.مجاب کننده وجذاب وکوتاه بنویسید.**

**شرحی که برای هر تصویر می نویسید باید مرتبط با تصویرباشد.هرجا لازم می دانید کلمه یا عبارتی را ایتالیک یا بولد یا هایلایت کنید.درصورتی که هتل محل اقامت برای افراد ناتوان جسمی(معلولیت)نیزتجهیز شده این امتیاز را بنویسید.اگرصبحانه عالی و خاصی دارد آن را هم اضافه کنید.اگرمسیرپیاده روی یا دوچرخه سواری وسالن ورزشی واستخر دارد حتما بنویسید.**

**شش-بخشی ازبروشوررا باید به نظرات کسانی اختصاص دهید که قبلا به آن محل سفرکرده اند.این بخش بسیارمهم است.چند مورد ازبهترین و مثبت ترین آنها را با مشخصات مسافر در بروشور بگنجانید.گفته ی آنان را در گیومه بگذارید و نقل قول کنید..دراین نقل قول هم اختصار را رعایت کنید.نیازی نیست که همه ی آن را بنویسید.جاهای مهم نظر مسافران راهم بولد یا هایلایت کنید.مراقب باشید اگرمسافری به هر دلیل تجربه منفی داشته و شاکی بوده آن را درج نکنید**

**هفت- قسمتی را برای قیمت در نظربگیرید.نیازی نیست جزییات قیمت را بگویید.کافی است یک قیمت برآوردی اعلام کنید.مثلا بنویسید "شروع قیمتها ازهزاردلاربرای هرنفر" زیرا عومل مختلفی ممکن است موجب تغییرقیمت شوند.**

**-در بخش قیمت سه چهار جمله کوتاه کافی است.جمله ها باید برانگیزانده باشند.مثل:**

**"برای خانواده چهارنفری قیمت را حتا تا هزاردلار پایین می آوریم"**

**.این موجب تشویق خانواده ها است وتورزودتر پرمی شود.اضافه کنید که اگرزودتر رزرو کنند تخفیف خوبی به آنان می دهید.**

**- چند تور دیگر را هم که برای فروش آماده کرده اید، بدون درج قیمت اعلام کنید و بنویسید که برای خانواده ها، -شهروندان مسن و بچه ها یا اعضای انجمن های فرهنگی هنری که گروهی سفر می کنند تخفبف دارید.**

**قیمت باید در لایه داخلی بروشور و درانتهای صفحه آخرباشد.زیرا شما نمی خواهید ونباید بروشور را با اعلام قیمت شروع کنید. قیمت نباید درپشت جلد باشد چون مشتری ممکن است با دیدن آن منصرف شود و داخل بروشوررا نگاه نکند.قیمت باید پس ازمعرفی کامل تور و امکانات و شرایط و جاذبه های آن دیده شود.**

**هشت-لینکهای دیگررا نیز دراختیار مشتری بگذارید تا اطلاعات بیشتری به دست آورد. روشن است که نمی توان همه ی اطلاعات لازم را دریک بروشور کوچک جای داد.**

**این لینک ها را در پشت جلد بگذارید که شامل وب سایتهای مرتبط - نشانی های ایمیل-شماره تلفنها و نشانی های پستی است.درسرخط های این قسمت، ازنقطه های درشت یا خط تیره استفاده کنید.این بخش را به صورت جمله یا پاراگراف ننویسید هرکدام سرخط و جداگانه باشند.**

**-دو یا سه بار با دقت بررسی کنید که اطلاعاتی که در بروشورمی گنجانید درست و به روز باشند.پیش ازنهایی کردن متن، صفحات وب و نشانی وبسایت هایی را که درج کرده اید بازکنید و ببینید آخرین به روز رسانی آنها چه تاریخی بوده وآیا اطلاعات آنها تازه است یا کهنه شده است.به شماره تلفن هایی که در بروشورآورده اید زنگ بزنید و ببینید چه کسی پاسخ می دهد و آیا شماره عوض شده یا خیر و درصورت لزوم اصلاح شان کنید.تمام اطلاعاتی که به مشتری می دهید باید دقیق و به روز و درست باشند.**

**بخش سوم -تصاویر**

**یک-عکس های با کیفیت و چشم گیرانتخاب کنید که داستان شما را هر چه جذاب ترکنند و مشتری را به هیجان و تحرک وادارند.مانند تصویرمسافر خندانی که درپارک آبی یک دالفین را در بغل گرفته یا کسی که درفضای باز یک اسپا روی تخت ماساژ دراز کشیده و به غروب زیبای خورشید نگاه می کند و ازماساژ لذت می برد.**

**توجه کنید که عکس ها باید رنگی و جدید باشند.ازعکس های بی کیفیت وقدیمی استفاده نکنید.عکسهائی که خودتان هنگام سفر به آن مقصد گرفته اید و کیفیت بالایی دارند مناسبتد.**

**-مردم دوست دارند عکس های دیگران را درحال تفریح و خوشی ببینند پس به جای عکس سایت ورزش های آبی بدون حضور مردم و یا اتاق های خالی هتل -عکس هایی بگذارید که مردم را در اتاق هتل ویا درحال استفاده از امکانات هیجان انگیز ورزش های آبی یا پیاده روی در فضای سرسبز و باران خورده ی دامنه ی کوهستان نشان دهد.دراین صورت مشتری خودرا دران فضا حس می کند.**

**دو- به رنگهایی که به کارمی برید دقت کنید.هرسفری هدف وحس و حال خاص خود را دارد.بروشورباید این فضا را نشان دهد تا مشتری بداند که آیا مقصد جایی برای آرامش واستراحت وماساژ واستفاده ازاسپا است یا سفری هیجان انگیز مانند قایقرانی درآبهای خروشان یا ورزشهای آبی و یا ترکیبی ازاینها.**

**-برای ایجاد حس آرامش واستراحت دراسپا از رنگهای مات ملایم استفاده کنید.اگرمقصد سفربرای بچه ها مناسب است رنگهای روشن و زنده به کاربرید.فضا های تاریخی وسایت های مرتبط با آنها باید حس آنتیک بودن را القا کنند وحال وهوای خاکی و قهوه ای روشن داشته باشند.**

**- برای هر صفحه فقط از یک رنگ استفاده کنید تا مشتری تمرکزخود را ازدست ندهد و کارهم اجق و وجق و شلوغ نشود.**

**- دراول جمله و در جاهایی که لازم است ازستاره ونشانه های مرتبط دیگر استفاده کنید.**

**بین مطالب مختلف بروشورفاصله مناسبی بگذارید.فاصله زیاد تمرکزخواننده را بهم می زند و مناسب نیست.رنگ مناسب برای فاصله های خالی کمی تیره تر یا اندکی روشن ترازمتن همان صفحه باشد.**

**-اگر می خواهید نکات یا ویژه گی های خاص داستان را برجسته کنید ازنقطه های درشت یا ستاره استفاده کنید.**

**سه-طراحی نیزبسیار مهم است وبه جذابیت بروشور کمک می کند.استفاده ازانواع ستاره ، رنگین کمان و فلش یا پیکان ومانند آنها خوب است.هرجا که مناسب وبه جا می دانید ازاین ها استفاده کنید.متن ها بیش ازحد کوتاه نباشند.مشتری مایل است به جای این که فقط عکس های خوش آب و رنگ ببیند اطلاعات دقیق تر و بیشتری دریافت کند.**

**چهار-کنارهر تصویرسه چهارجمله بنویسید.مثلا اگر متن درمورد رستوران است عکس زیبای یک رستوران کنارمتن باشد.**

**پنج-چاپ بروشور را به یک چاپخانه دار کاملا حرفه ای بسپارید و کار با کیفیت عالی تحویل بگیرید.**

**-ازچاپخانه بخواهید ازکاغذ مرغوب استفاده کند.کاغذهای خیلی نازک براحتی پاره می شوند یا اگر قطره آب رویشان ریخته شود ضایع می شوند، ولی کاغذ های ضخیم و پوشش دار مقاوم اند و سالم می مانند و تا مدتها قابل استفاده اند.**

**درصورتی که می خواهید ازماشین چاپگرخانه یا دفترکار خود استفاده کنید کاغذ کلفت مرغوب مصرف و دستگاه را روی بالاترین تعداد پیکسل تنظیم کنید تا بهترین کیفیت به دست آید.**

**پیش ازنهایی کردن وپیش از این که کل تعداد تعیین شده را چاپ کنید یک نسخه آزمایشی از چاپخانه بگیرید و دقت کنید که چیدمان صفحات و طرح بروشور درچاپخانه تغییری نکرده باشد یا اگربنا برالزامات فنی تغییرکرده- ناچیز و اندک باشد.درضمن برای آخرین باراملا و گرامر و نقطه گذاری های را چک کنید تا بروشوری پاکیزه وشسته ورفته چاپ شود.**

**برای یک کسب و کار گردش گری چگونه وبسایت طراحی کنیم**

**روش اول- وبسایتی با جذابیت دیداری.**

**یک-صفحه اول را طوری بسازید که توجه خواننده را کاملا به سمت خود بکشد.اولین صفحه باید به قدری جذاب باشد که بیننده را در وبسایت شما نگه دارد و بقیه صفحات را نیز با اشتیاق ببیند.**

**-به ویژه در صفحه اول عکسی شگفت انگیزبگذارید.مثلا اگر بروشور مربوط به سفر کنار دریا و ورزش های آبی ازجمله موج سواری یا قایق سواری است- در صفحه اول عکسی از اقیانوس یا یک موج زیبا بگذارید.اگرمقصد سفر یک اسپا است عکسی از یک آبشار زیبا یا استخری بسیار تمیز و آرام بگذارید که چند نفر درآن شنا می کنند.**

**-متن را گیرا و زیبا بنویسید چیزی مثل: "در بهشت به ما بپیوندید"**

**دو-درتمام صفحات وبسایت از تصاویر با کیفیت و درخشان استفاده کنید.اگر می خواهید شما را فردی حرفه ای بشناسند ازعکس هایی استفاده کنید که یک تعطیلات رویایی را تصویر می کند.**

**- اگریک هتل یا یک رستوران هستید-علاوه برعکس از نقشه هم استفاده کنید تا براحتی شما را پیدا کنند.**

**سه-ویدیوهای کوتاه و با کیفیت عالی هم بگذارید که ویژه گی ها و امتیازهای خاص هتل یا ریسورت یا ورزش های آبی شما را به خوبی نشان دهد.**

**چهار-طراحی بروشورساده باشد. شلوغی آن برای بیننده گیج کننده است.وبسایت زیبا ولی ساده هم کفایت می کند.**

**- هنگام طراحی سایت همیشه برند را در ذهن داشته وبرای آن تبلیغ کنید.لوگوی خود را درچند جا به کاربرید.**

**روش دوم-در وبسایت خود اطلاعات مفید بگذارید.**

1. **یک-متن ها را روان و مرتبط با فعالیت خود بنویسید.اطلاعات نا مرتبط درآن نگنجانید.اگر در سازمان خود نویسنده ی مسلط و متخصص ندارید ازمتخصصین تولید محتوا می کنند کمک بگیرید.**
2. **دو-اطلاعات مفید بدهید.اگرآژانسی هستید که روی تورهای تخصصی اروپایی کار می کنید.نرخ برابری ارزها را با یورو و پوند انگلستان و ارز سایرکشورهای اروپایی خارج از حوزه یورو و ارزهای دیگر بگذارید. وضعیت آب و هوا و اطلاعات وآمارهای گردش گری کشورهای اروپایی نیزجذاب هستند.**
3. **- به منابع مرتبط لینک بگذارید.اگر با یک یا چند خط هوایی شراکت یا قرارداد همکاری دارید -لینک آنها را بگذارید.کوپن تخفبف رستوران یا رستوران هائی را که به میهمانان هتل شما تخفیف می دهند و لینک آنها را درسایت بگذارید.**
4. **سه-وبسایت خود را با شبکه های اجتماعی که درآن فعال هستید یک پارچه کنید.آیکون اینستاگرام-فیس بوک وتویتر-اکس فعلی- و سایر پلتفرم های بر خط را که برای ارتباط با مشتریان از آنها استفاده می کنید در وبسایت بگذارید تا مشتری با یک کلیک به صفحه شما برود.**
5. **چهار- یک بلاگ نیزدر وبسایت بگذارید و تسلط خود را درصنعت گردش گری نشان دهید.مثلااگراتاق بازرگانی یکی ازشهرهای ساحلی هستید جدول گرد همایی ها و رویدادهای ماه بعدی یا زمان باقیمانده تا پایان سال را درج کنید.**
6. **\*\*مطالب وبلاگ را دست کم هفته ای یک باربه روزکنید.**
7. **روش سوم- ساخت وبسایت گردش گری دوست دارکاربران.**

**یک- چیدمان صفحات وبسایت شلوغ و پردنگ و فنگ نباشد تا وقتی بازدید کننده روی صفحات آن کلیک می کند همه چیز براحتی و آسانی دیده و تشخیص داده شوند و درضمن کاربر به راحتی بتواند به صفحعه قبلی بازگردد.**

**دو-وبسایت را سازگار با تلفن همراه درست کنید.زیرا اکثریت مردم برای دیدن وبسایت ازتلفن های هوشمند استفاده می کنند و وبسایت شما را درگوشی خود می بینند.**

**سه-بخش"تماس با ما" را هم اضافه کنید.که شامل نشانی پستی -ایمیل و تلفن دفتر و تلفن همراه است.**

**چهار-برای رزرواسیون نیز فرمی بگذارید تا مسافرینی که قصد رزرو دارند خدمات مورد نیاز را به صورت آنلاین رزرو کنند.پس از دریافت پیام مشتری بلافاصله رزرو را تایید کنید تا اواز برگه تایید پرینت بگیرد.**

**برنامه زمان بندی سفر[[14]](#footnote-14)**

**برنامه روزانه سفر-ساعت آغاز گشت ها -نوع و ظرفیت وسیله نقلیه-مکان های مورد بازدید زمان و مکان صرف غذا و ادامه برنامه دیداراز جاذبه ها و وقت آزاد برای مسافران را مشخص کنید.**

**اطلاعات مقصد را می توان ازمنابع مختلف و فایل تورهایی که قبلا به آن مقاصد اجرا شده اند به دست آورد.برنامه سفر معمولا توسط یک کارگزار سفر و گاهی نیز براساس درخواست سفارش دهنده تهیه می شود.امروزه با پیشرفت های اینترنت و گسترده گی ابزارهای اطلاعاتی جدید و نقشه های آنلاین و ابزارهای راهبری ومسیریابی -این کارها راحت شده اند.بسیاری از مردم به ویژه جوان ترها خود برای رزرو پرواز و هتل و سایر خدمات اقدام کرده و برنامه سفر را نیز خود تنظیم می کنند.**

**برنامه زمان بندی سفربرای گروه های مختلف متفاوت است.به عنوان مثال در برنامه یک بازرگان یا گروه بازرگانی الویت با دیدارهای کاری است که باید به دقت زمان بندی وبه درستی اجرا شوند.معمولا یکی دو روز پایانی سفرهای تجاری به گشت و گذاراختصاص دارد.اما درسفرهای گردشی وتفریحی اولویت با دیدن جاذبه ها واستراحت و گردش است.برنامه های طراحی آنلاین ازجمله اس -وای -جی- آی -سی[[15]](#footnote-15)- رود تریپرز[[16]](#footnote-16)-و تریفوبو داتکام[[17]](#footnote-17) به مسافران کمک می کنند و کلیه اطلاعات مورد نیاز را به راحتی دراختیارشان می گذارد ونیزابزارهایی را که با کمک آنها خود مسافرمی تواند برنامه سفرمتفاوتی برای خود تنظیم کند.**

**در برخی کشورها(معمولا کشورهای کمونیستی سابق و چند کشوری که هنوز با این سیستم سیاسی اداره می شوند-مترجم) مسافردرهنگام ورود باید برنامه سفرخود را نیزارایه کند تا افسرمهاجرت از قانونی بودن آن آگاه شود(دربرخی کشورها روادید داده شده محدودیت دارد و مسافر فقط اجازه سفربه شهرهای تعیین شده و دیدارازنقاط معینی را دارد-مترجم)**

**چگونه یک برنامه زمان بندی سفرعالی بنویسیم**

**پس ازاین که مسافربلیت پروازرا تهیه کرد و ترتیب اجاره اتومبیل راهم داد وچمدان سبکی هم بست هنوز چیزهایی هست که باید روشن شود و اهمیتش کمتر از بلیت و ماشین و بستن چمدان نیست.دراین جا تاکتیک هایی را یاد بگیرید تا سفری بی نقص-خوب -لذت بخش و ایمن تدارک ببینید.**

**واقع بین باشید**

**بیشترمشتریان بی شک دوست دارند ازسفرشان حد اکثراستفاده را بکنند حتا به شکلی نادرست وبی منطق.یک بلیت پرواز شبانه تهیه می کنند -که ارزان تراست- وبعد برای تمام روزهای سفر برنامه فشرده ای می چینند.مثلا با وجود هشت ساعت تفاوت زمانی ازمبدا تا مقصد با جشم های قرمز شده ازکم خوابی می خواهند همه جا را هم با عجله ببینند ولی در پایان چنین سفرهایی حس می کنند که یک هفته سخت را دراردوگاه های آموزشی نظامی گذرانده اند.**

**اگر واقعا می خواهید صرف غذا و گردش ها و دیدن جاذبه ها را به این شکل و با شش ساعت خواب درشبانه روزاجرا کنید و برنامه ها آن قدرفشرده باشند که جایی برای تعدیل و تغییرنباشد یا باید یک روز به سفراضافه کنید و یا به ناچار برخی از برنامه ها را حذف کنید.درغیراین صورت بی تردید سفر خوبی ازآب درنخواهد آمد.طراحی و اجرای برنامه زمان بندی به این صورت فشرده و کامل -به خصوص اگرتور شما شامل چند شهرو چند کشور باشد چالش بزرگی است.**

**اگرمی خواهید چنین برنامه ای بنویسید ابتدا ازهمه کارهایی که می خواهید بکنید و جاهایی که می خواهید ببینید فهرست کاملی تهیه کنید.سپس اولویت بندی کنید.برای اطلاع از فواصل نقاط مورد نظر و محاسبه زمان مورد نیاز برای رسیدن و دیدن آنها ازکتابهای راهنمای سفر-فاروم های آنلاین و افرادی که به آن نقاط سفرکرده اند کمک بگیرید ومشورت کنید.**

**درباره رویدادهایی(جشنواره کنسرت -نمایشگاه) که در مدت حضورشما در مقصد برگزارمی شوند تحقیق کنید تا مسافران در صورت تمایل در آنها شرکت کنند.جدول کامل این رویدادها درسایت هایی مانند ایونتس آی[[18]](#footnote-18) وسایتهای دفاتر راهنمای گردش گران دردسترس هستتد. درضمن یه تعطیلات رسمی مقصد که با تور شما همزمان می شوند توجه و برنامه روزانه را با آن تعطیلات هماهنگ کنید.ممکن است طی این تعطیلات بعضی ازخدمات ترانسپورت یا برخی ازجاهای دیدنی بسته باشند.برخی مسافران می خواهند ظرف یک هفته کل قاره ی اروپا را بگردند.این مسافران باید برنامه ی دقیقی برای خود تنظیم کنند.درچنین مواردی نقشه خیلی به شما کمک می کند ومی توانید اولویت ها را مشخص کنید.دبدنی های هم مسیررا تعیین کنید تا مسیری دوبار طی نشود و از وقت خود بهترین استفاده را بکنید.**

**با برنامه ریزی دقیق مدتی را که درراه هستید کوتاه کنید وازفرصت محدود خود بهترین استفاده را ببرید. باید تفاوت زما ن را نیز درنظرگیرید تا فرصتی باشد که بدن خودرا با شرایط تفاوت ارتفاع با سطح دریا هماهنگ کند.**

**خدمات در به در**

**پارکینگ فرودگاه ها معمولا تا ورودی فرودگاه فاصله بسیار زیادی دارد.به خصوص پارکینگ های رایگان و ارزان معمولا از ورودی فرودگاه دورهستند و به همین دلیل شما باید زمان را نیز درنظربگیرید تا بخاطر پارکینگ رایگان پرواز را از دست ندهید زیرا عبورازمراحل بازرسی بدنی و پلیس زمان براست وهمه ی این ها را باید درنظر داشته باشید.دراینجا باید ازخودتان چند سوال بکنید:**

**محل زندگی یا کار من تا فرودگاه چقدر فاصله دارد.؟**

**آیا مسافر وقت کافی دارد که پیش از راه افتادن به سمت فرودگاه غذائی بخورد؟**

**اگربه اتوبوسی که مسیر پارکینگ تا ورودی فرودگاه را سرویس می دهد دیربرسم شاید برای ازدست ندادن پروازمجبور شوم با دوی صد مترسرعت دنبال اتوبوس بدوم تا راننده را متوقف کنم.همین مشکلات برای پروازهای ورودی هم پیش می آید.توجه داشته باشید که مسافران گاه آگاهانه و گاه نا آگاهانه پروازهای ارزان تری را انتخاب می کنند که درفرود گاه های کوچکتر و دورتر به زمین می نشیند(برخی ارلاینها برای پائین نگه داشتن هزینه ها ورقابتی نگه داشتن قیمت بلیت از فرودگاه هایی با خدمات ارزان تراستفاده می کنند ولی این موضوع را به مسافراطلاع نمی دهند-مترجم)اما وقتی هواپیما می نشیند مسافردرمی یابد که برای رسیدن به شهر باید کرایه سنگین تری بپردازد که گاه تخفیف بلیت را به کلی می پوشاند.این موضوع در مورد بسیاری از کشورهای اروپایی روی می دهد.**

**خانمی از دوستان من برای پرواز به بارسلونا دراسپانیا بلیت ارزانی از رایان ایر-خط ایرلندی-خرید.این پرواز به جای فرود گاه اصلی بارسلونا در فرود گاه کوچکی درگیرونا به زمین نشست و مسافربرای رسیده به شهر یکساعت وقت صرف کرد وبا اتوبوس خود را به شهررساند.کرایه اتوبوس مبلغی را که بابت بلیت صرفه جویی کرده بود به کلی جبران کرد!یعنی هزینه اش تفاوتی نکرد و خستگی یک سفر یکساعته را هم تحمل کرد.**

**فرود گاه رابط -جایی که پرواز را عوض می کنید وسفر را با خط دیگری ادامه می دهید.**

**وقتی پرواز مستقیم وجود ندارد و دریک فرود گاه رابط پروازعوض می کنید مشکلات گوناگونی ممکن است پیش آید که درپرواز مستقیم وجود ندارد.وقتی خط را عوض می کنید یکی از مشکلاتی که بارها هم درسراسردنیا پیش آمده این است که پرواز اولی با تاخیر بلند شده و مسافر به پرواز بعدی نرسیده و هزینه اضافی یا مشکلات دیگری برایش بوجود آمده است.**

**دیگراین که چمدان شما باید جا به جا شده و به هواپیمای بعدی منتقل شود.این یعنی پرتاب شدن وآسیب دیدن بارشما و یا گم شدن یا جا ماندن آن به دلیل یک سهل انگاری یا نبود جای کافی درقسمت بارهواپیما.دراین صورت به هرحال اگرهم بارگم نشود با تاخیر و با پروازبعدی می رسد که زحمت شما را زیاد می کند.**

**این پروازهای دوتکه ای خواب شما را نیز مختل می کنند و اگرعادت داشته باشید که از فرصت انتظاردرسالن ترانزیت برای چرت زدن استفاده کنید چیزی بدتر از این نیست که درسالن تزانزیت خواب بمانید و یا با شنیدن آخرین اخطاراز بلندگوی سالن از یک خواب عمیق بپرید و برای رسیدن به گیت پرواز گیج وخواب آلود درسالن های طولانی فرود گاه بدوید و یک بار دیگر تشریفات چک چمدان و بازرسی بدنی را بگذرانید.**

**البته خیلی وفت ها و در مسیرهای خاصی تغییر پرواز ناگزیر است.اگر شما هم ناچار شدید این کار را بکنید(اگرازشهرشما پرواز مستقیمی به مقصد مورد نظر وجود نداشت یا تفاوت قیمت بسیار زیاد بود)توجه کنید که فاصله نشستن پرواز اول تا بلند شدن پرواز بعدی خیلی کوتاه نباشد تا درصورت تاخیردراولی دومی را ازدست ندهید.**

**وب سایتها واپلی کیشن های مفید**

**برای تنظیم برنامه روزانه سفر وبسایت ها و اپلی کیشن های گوناگونی هستند که کاررا راحت کرده اند.**

**با تریپ ال تی داتکام[[19]](#footnote-19) کاربران یک برنامه زمان بندی کامل بنویسند وآن را برای خود و دوستان وبستگان وهزاران مسافر ایمیل میکنند.این وبسایت به صورت خود کار حجم بزرگی ازاطلاعات ازجمله نقشه ها-مسیرها و وضعیت آب وهوا را در برنامه زمان بندی شما جای می دهد(امروز ابزارهای ناوبری ماند وِیز و...جای آنها را گرفته اند-مترجم)استفاده ازاین وبسایت رایگان است ولی می توانید برخی خدمات دیگر را بخرید.مثلا با خرید خدمات موبایل و پرداخت هزینه سالانه آن آخرین خبرها تاخیر یا کنسل شدن پرواز را دریافت کنید.**

**تریپ کیس داتکام[[20]](#footnote-20) نیز خدمات مشابهی ارایه می کند.کافی است نام خط هوایی-هتل-وسیله تقلیه و سایراطلاعات را به این سایت بفرستید تا یک برنامه زمان بندی منظم برای شما تنظیم کند تا اسامی رستوران ها و مغازه ها وسایرجاذبه ها را به آن اضافه کنید وآن را برای دوستان ومخاطبان بفرستید.**

**تریپ هوبو داتکام[[21]](#footnote-21) هم همین خدمات را می دهد.کافی است نقطه شروع تور-مقصد یا مقاصد ونقطه پایان توررا دراختیار بگذارید تا به شما بگوید بهترین مسیرها برای رفتن به مقاصد اعلام شده کدام است و در مقصد چه جاهایی را می توانید ببینید و چه کارهایی بکنید تا به شما خوش بگذرد. درضمن ساعت کار و روزهای تعطیل جاذبه های گردش گری- قیمت بلیت ورودی و سایراطلاعات و مدت لازم برای دیدن هرجاذبه را اعلام می کند.**

**اپلی کیشن خاص آیفون هم به شما کمک می کند که سفرخود را سازماندهی کنید.جاذبه ها و محل آنها را روی نقشه همراه با راهنمایی لازم نشان می دهد.توریست آی[[22]](#footnote-22) نیز راهنمایی ها و کمک های لازم را به شما ارایه میکند.**

**فصل دوم**

**مدیریت تور**

**کارمدیرتور این است که گروه مسافران را درطول سفر تا مقاصد همراهی کند.نظارت براجرا وهماهنگی ها وظیفه اوست.در طول سفر برای هرچه بهتر اجرا شدن تور توصیه های لازم را ارایه و بر کارها نظارت می کند.مدیر تور معمولا با زبان کشورمقصد و با منطقه آشناست ونقش راهنما یا لیدر را هم دارد.**

**دراین فصل به اساسی ترین وظایف مدیر تور می پردازیم.ازجمله رزرو هتل و ساماندهی و اجرای تور و مجموعه خدمات.**

**مدیریت تور به معنای نظارت و رهبری تمامی اجزای صنعت گردش گری و پذیرایی و مهمان نوازی است.مدیریت تورکاری چندین وجهی است که افراد شاغل دراین صنعت را برای مدیریت غذا و نوشیدنی -مدیریت هتل واقامت گاه وسایروجوه این صنعت آماده می کند.سطوح مختلف مدیریت این صنعت شرکتهای گردش گری- مقامات دولتی مرتبط با گردش گری وسیاست گزاران جلب گردش گر را نیز در برمی گیرد .**

**مدیریت گردش گری ترکیبی ازسه زمینه زیراست:**

**-امور اداری و مالی -منابع انسانی و بازار یابی**

**-اصول و نظریه های مدیریت**

**-موضوعات و مباحث صنعت گردش گری مانند انگیزه سفر-امور زیست محیطی و سازمان های مرتبط با گردش گری.**

**صنعت گردش گری وشمارمردمی که به نقاط دورازمحل اصلی زندگی خود سفرمی کنند روبه رشد وسرشارازفرصت های شغلی درهتل -رستوران وریسورت ها ومراکز ورزشهای آبی است.**

**مردم برای سفرکردن دلایل متفاوتی دارند:استراحت وآرامش و رفع خستگی-دیدارخانواده و بستگان-آشنایی با فرهنگ های دیگر-و یا شرکت درسمینار و نمایشگاه و گردهمایی های مختلف یا رسیدگی به امورتجاری خود.**

**به این ترتیب گردش گری به عنوان یک صنعت برای رشد اقتصادی و فرهنگی و توسعه مناطق کم درآمد و توزیع متناسب درآمد ابزاری عالی است.**

**مدیرتور کنسرت**

**مدیر تور کسی است که اموراداری و اجرایی تور را مدیریت می کند و درصورتی که تور شامل کنسرت و برنامه های سرگرمی باشد برنامه ریزی و هدایت این اموررا نیزبه عهده دارد.**

**رود منیجرها[[23]](#footnote-23) تورهای کوچک و متوسط کنسرت را اداره می کنند ومدیران تور اجرای تورهای بزرگ را به عهده دارند.**

**تورهای برگزاری کنسرت نیز از وظایف مدیر تور است.مدیر تورموظف است تمام هماهنگی های لازم را با برگزار کننده انجام دهد.ازجمله انتخاب محل و زمان اجرا.**

**.کلیه امورمالی -فنی وحقوقی اقامت خواننده وترتیبات لازم برای او واعضای گروهش با مدیر تور است.دستمزد خواننده و محاسبات درآمد کنسرت و سود هر یک از سرمایه گذاران بر اساس قرارداد و توافق نامه تعیین و پرداخت می شود.**

**مدیر تور تمامی امور را با مدیربرنامه های خواننده هماهنگ می کند وکلیه خدمات پشتیبانی را تدارک می بیند**

**مدیران تورهای کنسرت معمولا حقوق بگیرثابت نیستند و به صورت آزاد و موردی بر اساس قرارداد کارمی کنند.**

**وظایف مدیرتورکنسرت**

**مدیر تورکنسرت با در دست داشتن برنامه روزانه تور کارش را آغاز و امور زیر را هدایت می کند:**

**یک - امورمالی**

**این بخش به درآمد حاصل ازفروش بلیت می پردازد.مدیرتوربراساس تعداد بلیت فروش رفته بودجه برگزاری را محاسبه می کند.محاسبه هزینه های برگزاری -حقوق و دستمزد کارکنان-رزرو هتل برای گروه موزیک- حمل ونقل -کرایه تجهیزات صوتی-تامین روشنایی و نورپردازی صحنه و تجهیزات ویدیویی-دریافت مجوزها-هزینه تمرین درسالن محل برگزاری برای آشنائئ گروه با فضای جدید-تشریفات وهزینه های ویزا-بلیت پرواز و کمیسیون نماینده های فروش بلیت نیزبه عهده اوست.**

**-تشریفات و مقدمات کارچند ماه طول می کشد ودراین مدت مدیرتورگزارش های منظم هفتگی به سرمایه گذاران می دهد.**

**--چگونه مدیرتورکنسرت بشوید**

**گام اول-یک مدرک دانشگاهی کارشناسی بگیرید-دراینجا مسیرآموزش یرای مدیر تور شدن را بررسی می کنیم:**

**برخی کارفرمایان داشتن مدرک کارشناسی را الزامی می دانند و برخی دیگرهم مدرک کالج را برای استخدام کافی می دانند.اگر می خواهید مدیرکنسرت موفقی شوید بهتر است دوره های آشنائی با قانون تجارت -روان شناسی-حسابداری-مدیریت- کامپیوتر و کمک های اولیه را ببیتید.دانشجویان مشغول تحصیل درکالج که دوره مدیریت کسب وکار را می گذرانند می توانند به صورت همزمان درکلاسهای بازاریابی-کارآفرینی-مدیریت عملیات و مهارت های مذاکره نیز شرکت کنند.**

**البته بسیاری ازکارفرمایان تجربه عملی و سابقه کار را از مدرک دانشگاهی یا گواهی شرکت دردوره های بالا مهم تر ومفید ترمی دانند.بنابراین ازکسی که به همکاری دعوتش کرده اند می خواهند که در کمپین های تبلیغاتی و بازاریابی شرکت کند و درتحقیقات بازار و فعالیت های چندین رسانه ای هم فعال شود و درساختن وبسایت نیز همکاری کنند.**

**گام دوم--تجربه مهم است**

**-پس ازبه پایان رساندن دوره کالج یا دانشگاه بسیاری ازدانش آموخته ها که هنوزنمی توانند به طورمستقل مدیریت تور را به عهده گیرند کارشان را با مسئولیت های مختلف شروع می کنند تا تجربه عملی به دست آورند.مثلا به عنوان تکنیسین صدا وتجهیزات صوتی-مدیر صحنه یا تکنیسین نورپردازی.**

**\*\*\***

**چگونه اتاق هتل رزروکنیم**

**بخش اول-یک هتل خوب پیدا کنید.**

**- بودجه خود را مشخص کنید.پیش از رزروهتل باید ببینید که هزینه هتل و امکانات آن با بودجه ونیازهای شما هماهنگ است یا نه.اگربودجه و نیازها را مشخص کنید وقتی هدر نمی رود و فقط هتل هایی را که جوابگوی بودجه شما هستند انتخاب می کنید و نیازی نیست که تعداد زیادی هتل را ببینید وزمان را هدردهید.**

**-بودجه محدود به معنای انتخاب هتل ارزان وکثیف نیست.منظورما استفاده ازهتلهای تخفیفی به ویژه درفصل کم مسافراست.**

**-ازسوی دیگراگربه سفرکاری می روید وهزینه هتل به عهده شرکت و کارفرما است تیازی نیست که حتما درهتل ارزان اقامت کنید.(بسیاری ازسازمانها وشرکتها در این مورد ضوابط و محدوده ای تعیین کرده اند.-مترجم)**

**- اگربا خانواده سفرمی کنید به اتاق بزرگی نیازدارید- باید ببینید چند تختخواب و چند دستشویی و حمام لازم دارید.**

**- در صورتی که دربین مسافران فردی ناتوانی جسمی دارد پیش از رزرو با هتل تماس بگیرید و بپرسید که آیا اتاقی دارند که برای این افراد تجهیز شده باشد و مسیرهای داخل هتل و محوطه ی بازآن برای تردد صندلی چرخدارمناسب سازی شده اند؟**

**- اگر به سونا جکوزی و این گونه امکانات نیازدارید ازهتل بپرسید که آیا این امکانات را دارند یا خیر.درمورد وای فای واینترنت پرسرعت هم سوال کنید.**

**اگر خانوادگی و با گروه بزرگ سفرمی کنید به جای اتاق به یک سوئیت نیازدارید که اتاق خواب ها از فضای نشیمن جدا باشند تا افراد گروه مزاحم یکدیگر نباشند و حریم خصوصی رعایت شود.**

**-موقعیت محلی هتل- به جز قیمت و امکانات هتل-موقعیت محلی آن نیز مهم است.**

**اگر برای مذاکره تجاری یا بازدید نمایشگاه و شرکت درسمینارسفرمی کنید مشخص کنید که می خواهید درهتلی نزدیک به محل دیدارهای کاری و یا نمایشگاه اقامت کنید؟ .دراین صورت آیا مایل هستید درهتلی درمرکز یا پائین شهر و نزدیک محل رویداد اقامت کنید تا وقت تان را در ترافیک از دست ندهید؟**

**-اگربرای گردش سفرمی کنید آیا می خواهید در نزدیکی جاذبه های گردش گری اقامت کنید؟ و یا هتلی درنظر دارید که به تمام نقاط شهر دسترسی آسان داشته باشد یا هتلی دربالای شهر با خیابان های کم ترافیک و حریم خصوصی مطلوب که با اتومبیل یا پیاده به نقاط مورد نظرتان بروید و برگردید؟**

**اگربرای تفریح وگردش سفر می کنید درهتلی اقامت کنید که با پای پیاده به جاهای مهم تفریحی برسید و اگراز این نقاط دور است امکان کرایه ماشین داشته باشد.**

**-برای جستجوی آنلاین هتل تعداد شب های اقامت-موقعیت محلی و امکانات مورد نیاز و ازهمه مهم تر بودجه خود را مشخص کنید.پس ازجستجو چند هتل درمحل های مختلف به شما پیشنهاد می شود.این هتل ها را از پائین ترین تا بالاترین قیمت لیست کنید تا بتوانید تصمیم درستی بگیرید.به یاد داشته باشید که موتورهای جستجوگرهزینه های اضافی را که به دلایلی به برخی از اتاق ها تعلق می گیرند نشان نمی دهند.به این نکته هم توجه کنید و در تماس تلفنی با هتل بپرسید که اتاق درخواستی شما چنین هزینه هایی دارد یا خیر.**

**نکته دیگراین که برخی از شرکت های صادر کننده کارتهای اعتباری و انجمن اتومبیل رانی آمریکا برای اعضای خود خدمات جستجوی هتل و تخفیف های خاص در نظرگرفته اند.این امتیازها را ازآنان بپرسید.**

**-با استفاده ازابزارهای آنلاین قیمت چند هتل را با هم مقایسه کنید و تصمیم درست تری بگیرید.این ابزارها جدول مقایسه نرخ را تهیه کرده و در اختیار شما می گذارند. فقط کافی است تاریخ سفر و بودجه خود را اعلام کنید.تا این سایتهای آنلاین درچندین پایگاه داده جستجو و خیلی سریع هتل هایی را به شما معرفی کنند که با بودجه شما همخوانی دارند و قیمت هایی پایین تراز قیمت رسمی خود را به شما اعلام می کنند.**

**پیش ازانتخاب هتل و واریز پول حتما به بخش نظرمشتریان در وبسایت هتل سری بزنید وبا واقعیت های آن هتل آشنا شوید.البته هتلها وسایر خدمات دهندگان نظرات خیلی منفی مشتریان را دراین جا درج نمی کنند.پس بهتراست پیش ازحواله پول از راه های دیگر نیز درمورد هتل تحقیق کنید(به یاد داشته باشید که هتلها به خصوص هتلهای نسبتا ارزان اسرار ومشکلات هتل را مخفی می کنند.( مسافری دریک منطقه توریستی بسیار پر طرفدار در خاور دور پس از یک شب اقامت دریافته بود که پشت هتل یک قبرستان است-مترجم)**

**برای این که بهترین قیمت را بگیرید حتما به هتل تلفن کنید.صحبت مستقیم با مدیرهتل بهترین نتیجه را می دهد وهمیشه شانس تخفیف گرفتن هست.به ویژه با توجه به فصل و قیمت های لحظه آخری.**

**درتماس با هتل با توجه به روش پاسخگویی و برخورد اپراتور و مدیریت هتل به کیفیت خدمات آنها پی میبرید.از پذیرش چند سوال بکنید و به روش پاسخگویی آنان دقت کنید.برای دریافت جواب کامل تر و نتیجه بهتر درساعات آخر وقت عصر یا شبها تماس بگیرید زیرا صبح ها سرشان شلوغ است وشاید نتوانید کیفیت خدمات آنها را به درستی ارزیابی کنید.**

**پرسش های مهمی که باید بکنید اینها هستند:**

**-قیمت اعلام شده با صبحانه است؟**

**-اتاق بدون دخانیات هم دارند؟**

**-هتل تا ایستگاه اتوبوس ومترو و امکانات حمل و نقل عمومی چقدر فاصله دارد؟**

**درهتل امکان کرایه کردن دوچرخه هست.-**

**فضا درفضای سبزهتل آیا مسیر پیاده روی یا دوچرخه سواری هست؟-**

**-اگر اگرهتل درشهر ساحلی است با ساحل چقدر فاصله دارد؟**

**کذامبال کدام بال هتل چشم انداز بهتر و سروصدای کمتردارد؟**

-**آیا محل اطراف هتل امن است؟**

**یتوان برای مسافرینی که ناتوانی جسمی دارند تجهیز شده است و اتاق خاص آنان را دارد؟**

-**ضوابط کنسل کردن رزرو چیست؟**

**قبخش دوم-رزرو هتل**

**-اتاق خود را به صورت برخط رزرو کنید- پس ازانتخاب اتاق دروبسایت هتل آن را رزرو کنید.برای این کار اسم کامل مسافرو تاریخ سفر را وارد می کنید وجواب می گیرید.روش دیگراین است که تماس تلفنی بگیرید.باتوجه به شلوغی پذیرش درساعات صبح وبعد ازظهر بهتراست عصر یا شب تماس بگیرید تا کارراحت ترانجام شود.**

**ددرصورتی که منظوراز سفربرگزاری مراسم خاصی باشد(عروسی-دیدار اعضای خانواده و خویشاوندان که ازشهرها وکشورهای مختلف به هم می پیوندند ویا سالگرد ها) باید برای گروه بزرگی اتاق رزرو کنید و حق شماست که تخفیف بگیرید.**

**برای این کار باید مستقیما با پذیرش و درصورت لزوم با مدیرهتل تماس بگیرید و مذاکره کنید.**

**بسیاری ازهتل ها نرخهای گروهی و تخفیف ها را در وبسایت خود نمی گذارند و باید تماس بگیرید تا با توجه به شرایط روز از قیمت دقیق با خبرشوید. دراین جا مهارت های مذاکره وچانه زنی به کار می آید.روشن است که گروه هرچه بزرگ تر باشد تخفیف بهتری می گیرید**.

**هزینه رزرو را با کارت اعتباری بپردازید(هتلها برای رزروهای انلاین فقط کارت اعتباری را می پذیرند).**

**اگربرای سفرکاری اتاق رزرو می کنید ازکارت اعتباری شرکت استفاده کنید.**

**-دقت کنید که اگراز کارت اعتباری اعضای آتجمن اتومبیل رانی آمریکا یا موسسات اعتباری استفاده می کنید در بسیاری موارد تخفیف هایی برای شما در نظرگرفته شده است.یادتان باشد ازاین تخفیف ها با خبرباشید و ازآنها استفاده کنید.(دربعضی ازهتلها پرداخت هزینه روز بعد درآخر وقت هر روز الزامی است-مترجم) درهرحال هنگام ورود باید شماره کارت اعتباری خود را به هتل اعلام کنید.**

**اگر تلفنی رزرو کرده اید تاییه رزرو یا رسید را بگیرید و اطلاعات آن راچک کنید که درست و دقیق باشد.تاریخ و نام مسافر و مبلغ پرداختی و میزان تخفیف را چک کنید.توجه کنید که هیچ نوع هزینه پنهان نباید وجود داشته باشد.شما باید ازتمام هزینه ها دقیقا با خبرباشید.ریز اقلام صورت حساب را چک کنید تا هزینه ی بی موردی به شما تحمیل نشود.بعضی ازهتلها برای نظافت اتاق یا استفاده از پارکینگ هزیته ای در صورت حساب شما اضافه میکنند که باید از ابتدا به شما اطلاع دهند.**

**\*\*\***

**چگونه پایین ترین نرخ پرواز را پیدا کنیم**

**پرواز را همیشه زودتر رزرو کنید اما نه خیلی زودتر!**

**برای پروازهای سیستمی بهترین زمان رزرو دو تا چهارماه پیش از پرواز است.بیشترارلاینها کاهش قیمتها را از دو تا چهار ماه پیش از پرواز شروع می کنند تا تمامی صندلیها را بفروشند.با نزدیک شدن تاریخ پرواز و با توجه به تعداد صندلی خالی مانده کم کم شروع به کاهش قیمت ها می کنند.درهفته های آخر اگرهنوز صندلی خالی باقی مانده باشد تخفیف های خیلی خوبی می دهند.اما توجه کنید که این تخفیفها فقط درآخرین هفته ها داده می شوند نه دو تا چهار ماه پیش از پرواز!.مراقب باشید که به امید استفاده از تخفیف صندلی را از دست ندهید و برنامه توری که فروخته اید بهم نریزد و مشکل ساز نشود.**

**یکی ازروشهای ارلاینها برای تشخیص سفر کاری ازسفر تفریحی این است که ببینند اقامت آخرهفته هم دارید یا نه. مسافرین عادی معمولا درتعطیلات آخرهفته و مسافرین تجاری در وسط هفته و در روزهای کاری سفرمی کنند.**

**-همیشه بلیت دو سره بخرید.بلیت یک سره هیچگاه نصف بهای دوسره نیست و گاه تفاوت زیادی با دوسره ندارد.**

**-نرمش و انعطاف داشته باشید-مدل قیمت گذاری ارلاینها برپایه عرضه و تقاضا است.بنابراین به مسافر تفهیم کنید که اگربلیت ارزان تر می خواهد باید دست شما را باز بگذارد که تاریخ سفرش را چند روز جا به جا کنید تا به شروع تخفیف ها برسید و بلیت ارزانتر برایش تهیه کنید.**

**-اگربلیت ارزان می خواهید اوج تعطیلات سراسری را فراموش کنید.درزمان اوج سفر تخفیفی درکار نیست وحتا قیمتها کمی بالاتراست تا جبران صندلی های خالی درفصل رکود بشود و این توجیه اقتصادی دارد.**

**فقط بلیت ارلاین هایی را بخرید که ازفرودگاه های بزرگ پروازمی کنند.تعداد پروازها دراین فرودگاه ها زیاد است وبه همین دلیل رقابت بین ارلاینها هم سخت تراست و تخفیف های بهتری به مسافرمی دهند.**

**-ارلاینهای کم هزینه و ارزان تر را انتخاب کنید.-زیرا این ها ضوابط ومقررات خود را دارند و درقیمت گذاری معمولا از روش های ارلاینهای بزرگ پیروی نمی کنند.درضمن معمولا بهترین و جذاب نرین قیمتهای شان را فقط دروبسایت رسمی آنها پیدا می کنید.ویرجین امریکا[[24]](#footnote-24)- جت بلو[[25]](#footnote-25) و ساوس وست[[26]](#footnote-26) ازجمله این ارلاینها هستند.**

**\*\*\***

**چگونه یک تور مسافرتی برگزار کنیم**

**دربرگزاری تور تجربه های بسیارارزنده ای به دست می آورید-ازآرام کردن یک مسافربی قراریا پرخاش گرتا مراقبت از مسافران به خصوص درجاهای غریبه وناشناس و درپیاده روی ها در کوهپایه و دشت با خطرهای پنهان درآن محیط ها و خوشی و تفریح با مسافرانی که بیشتر آنها به زودی دوستان خوب و همیشگی شما خواهند شد تا تنظیم قراردادهای مختلف با خدمات دهندگان گوناگون و رزرو هتل - سواری و ون واتوبوس و رستوران و تامین پوشش بیمه مسافرتی.برگزاری تورکاری است بسیار پرحجم وگاه دیوانه کننده.تور را بابد آن قدرهیجان آورکنید که خاطره اش برای همیشه باقی بماند.**

**گام اول-پیش ازهراقدامی تمام پروتکلها و ضوابط و شرایط سفرهای گروهی را یاد بگیرید.تشریفات دریافت گذرنامه -صدور بلیت پرواز -تامین هتل و اقامتگاه و وسیله رفت و آمد و غذای مسافران.-مدیریت زمان ومسائل احتمالی که طی سفرپیش می آیند یا به عبارتی مدیریت بحران.همه ی این ها را باید یاد بگیرید.**

**گام دوم-مسافران شما ازفرهنگ ها و ملیت های و با تحصیلات و سنین و ویژه گی های فردی بسیار متفاوتی هستند.**

**بنابراین باید بسیار صبور و آرام وهشیار باشید و با همه آنها کنار بیایید.تورهای ویژه بانوان -سالمندان-زوجهای جوان و ماه عسلی نیز برگزارمی شوند که در مورد آنها هم باید تجربه اندوزی کنید.**

**هریک ازاین تورها شرایط و نیازهای خاص خود را دارند.برای اداره درست تورباید تعداد مسافران را درهرتورمحدود کنید.البته تورهای بزرگ و پرجمعیت نیاز به برنامه ریزی و تدارک کامل خدمات و نیروی انسانی با تجربه دارند که بحث جدا گانه ای است.**

**گام سوم-برای سفر گروهی به مقاصد آشنا یک طرح برنامه خلاقانه بریزید.برای ارایه توربه بازار و جلب مشتری بروشور کتابچه مانندی تهیه کنید که تمامی آنچه مسافرباید بداند درآن درج شده باشد.**

**تاریخ سفر-امکانات مقصد-جاهای دیدنی -ریزهزینه ها و نوع وسیله سفر-ترانسفرها وغذای مسافر- ورودیه سایت های گردش گری-قیمت تور و روشهای پرداخت(کارت اعتباری-پِی پال یا چک) شرایط فسخ یا کنسل کردن سفر توسط مشتری نیز باید به روشنی درج شود.**

**درمرحله بعد با هرمشتری قراردادی امضا می کنید که درآن باید یک تبصره حقوقی بگنجانید که از شما دربرابرادعاهای احتمالی خسارت حفاظت کند.سپس سپرده یا پیش پرداخت مسافررا بپذیرید.**

**با قطعی شدن تعداد مسافرین برای رزرو بلیت وهتل و سایرخدمات و تدارک نیروی انسانی کافی به موقع اقدام کنید.**

**گام چهارم-اطلاعات زیر را ازمسافران بگیرید:**

**نام کامل برابربا کارت ملی- شماره گذرنامه -نشانی خانه -شماره تلفن وایمیل -نام دو نفر ازنزدیکان یا دوستان جهت تماس در موارد اورژانسی و فوریتی -نوع اتاقی که می خواهد(اتاق مشترک یا انفرادی)محدویت های احتمالی رژیم غذایی( گیاه خواریا مبتلا به سِلیاک و ممنوع از خوردن گلوتن) شرایط سلامتی(نارسائی قلبی یا فشارخون یا مشکلات تنفسی)ناتوانی های حرکتی-ونیازبه صندلی چرخ دارو وسایل توان بخشی.به این اطلاعات نیازخواهد داشت.**

**گام پنجم-برای مسافران یک راهنمای سفربنویسید-در کامپیوتر خود یک مدل درست کنید و بخشی را هم برای برنامه روزانه سفر در نظربگیرید وهمه اطلاعات لازم را درآن بنویسد.اطلاعات مقصد شامل شرایط آب و هوا و نرخ تبدیل ارزر و هرچه را که مسافر در مورد مقصد باید بداند دربروشوربیاورید.ازجمله نکات مهم و تفاوتهای فرهنگی که باید رعایت کنند.سعی کنید هیچ ابهامی باقی نماند.**

**دوسه روز پیش از سفر یک جلسه آشنایی برگزارکنید تا مسافران یکدیگر و راهنمایان وکارکنان تور را بشناسند.**

**گام ششم-- مقررات تور رادر برگه ای به مسافران تحویل دهید.-شما رئیس هستید و مسئولیت مهمی دارید.پس آماده شوید که مدیریت را به عهده گیرید.با چشم و گوش باز و هشیارمراقب عواملی باشید که درهمان ابتدای کار ممکن است مشکل سازشوند.اگر با مشورت افراد حرفه ای و بررسی همه جانبه برنامه ریزی درستی کرده اید به اظهار نظرهای خود نمایانه وغیرکارشناسی کسانی که می خواهند مانع تراشی کنند وشکست شما را ببینند اعتنا نکنید.با اعتماد به نفس بی پیش بروید.**

**گام هفتم-در پایان تور و پیش از این که مسافران به شهر و خانه خود روانه شوند با یک میهمانی خداحافظی و گرفتن عکسهای یادگاری خاطره سفررا ماندگار کنید.درهمین دیدار برگه های نظرسنجی را به مسافران بدهید تا بدون نوشتن نام آن را پرکنند.این برگه ها بسیاربا ارزش هستند وهرکلمه اش کمک بزرگی است برای اجرای تورهای بعدی.**

**گام هشتم-حالا که اطلاعات کامل تماس مسافران را دارید بازاریابی تورهای بعدی راحت تراست.باتوجه به شناختی که ازسلیقه مشتریان پیدا کرده اید وروابط دوستانه ای که برقرارشده اطلاعات تورهای بعدی را برای آنها بفرستید.**

**حالا به خانه بروید.دوشی بگیرید و خستگی درکنید واین واقعیت را جشن بگیرید که مسئولیت سنگین شما درمورد**

**تور اجرا شده به پایان رسیده و تا مورد بعدی- فقط مسئول خودتان هستید-نه دیگران.و این موهبتی است.**

**\*\*\***

**چگونه یک پکیج توربرگزارکنیم-**

**تورهای گردشی و تعطیلاتی مجموعه ای ازخدمات گوناگون را یک جا گرد می آورند که شامل وسیله سفر(پرواز-ترن یا اتوبوس برای سفرهای بین شهری)خدمات ترانسفر-اسکان وغذا هستند.**

**انواع بسته های مسافرتی**

**دربازارگردش گری امروز بسته های مسافرتی بسیار متنوع و فراوان و پاسخ گوی نیازهای همه مسافران هستند: تورهای خاص برای علاقه مندان پرنده نگری-بوم گردی ها- تورهای دانشگاهی -ورزشی وعلمی وتورهای املاک ومستغلاتی- تورهای کمتراز بیست وچهارساعت(بدون شب مانی) تورهای یک روزه با یک شب اقامت- تورهای اسکی دربرف یا روی شن وچمن - موج سواری- تورهای غذا و نوشیدنیها و نمایشگاه های مربوطه-تورهای روستایی و کشاورزی-تورهای آشنائی با افراد سرشناس یا سلبریتی ها که برنامه ریزی خاص خود را دارد و برای آن هزینه جداگانه ای دریافت می شود.این سلبریتی ها ساعاتی با مسافران همراه می شوند وگاه نقش راهنمایی توررا هم به عهده می گیرند.گاهی هم این دیدارهای کوتاه مدت و فقط برای آشنایی است.مثلا سرآشپر سرشناس رستوران هتل محل اقامت تور یا نقاش سرشناسی که مسافران ازنمایشگاه او دیدارمی کنند یا موسیقی دان یا خواننده مشهور و محبوبی که مسافران در کنسرت اوشرکت می کنند در دیداری دوستانه به پرسش های آنان جواب می دهند.**

**درتورهای باغبانی و دامداری وکشاورزی نیزکشاورزان یا پرورش دهندگان گل وگیاه و محصولات گلخانه ای منطقه با مسافران گفتگو و محصولات خود را دربازارهای کشاورزی محلی عرضه می کنند.**

**تورهای ماجراجویانه و پرهیجان**

**پرش ازارتفاع با اتصال بندهای محکم کشدار محافظ به مچ پا -بانگی جامپینگ[[27]](#footnote-27)- کایت وگلایدر[[28]](#footnote-28)(هواپیمای بدون موتور)قایقرانی درآبهای خروشان -غواصی-کوهنوردی- سنگ نوردی- سوارکاری دوچرخه سواری و مانند آن نیروی جسمی زیادی می خواهند و برای همه درهرسنی مناسب نیستند.**

**تورهای کوتاه شهری ومنطقه ای هم معمولا برنامه ثابتی دارند و دست کم یک روزکامل را پرمی کنند وشامل تورهای مذهبی و فرهنگی اند و ناهار و پذیرایی بین روز دارند.**

**البته تورهای گروهی نیر برنامه ثابتی دارند ولی تا اندازه ای انعطاف دارند.اما قیمت و شرایط آنها به صورتی تنظیم شده اند که اگرتعداد مسافران به حد معینی نرسد اجرا نمی شوند.**

**مسافرانی که تنها سفر می کنند**

**به این مسافران به خصوص اگر زن باشند توصیه می شود همیشه با یک همراه و مراقب سفرکنند.این همراهان علاوه برمراقب راهنما هم هستند.زبان محل را میدانند و مسافر را با شرایط فرهنگی اجتماعی مقصد آشنا می کنند.**

**مزایا و معایب بسته مسافرتی**

**مزایا برای مسافر:**

**-قیمت مناسب -به دلیل تعداد بالا هزینه سفر بسیارمتفاوت ومناسب است.وقتی سفرگروهی و سازمان دهی شده است همه خدمات پیشاپیش رزرو وهماهنگ شده و به موقع انجام می شوند که آرامش خیال مسافر را درپی دارد.**

**-مزیت دیگراین که مسافرمیداند ازافزایش قیمتها وشرایط نامنتظره وغافلگیرکننده خبری نیست.**

**-مسافردراجرای تورمسئولیتی ندارد.فرضا اگردرمسیرهای دو پروازی پروازاول تاخیرداشته باشد و پرواز دوم از دست برود مسئولیت تامین بلیت جایگزین و اسکان وغذای مسافر با راهنما و مدیر توراست.**

**راحتی وصرفه جویی درزمان**

**همان طورکه گفتیم مسئولیت تدارکات سفر با تورگردان است که اتاق و سایر خدمات را یکجا برای همه مسافران رزرومی کند.اما درسفرهای شخصی مسافر وقت بسیاری را باید برای این کارها صرف کند.**

**- ارتباط با دیگران و پیداکردن دوستان جدید نیز ازمزیت های سفرهای گروهی است.آشنایی ودوستی هائی که دربسیاری ازموارد به دوستی های پایدارمی انجامند ومعمولا مردم به همین دلایل سفربا توررا انتخاب می کنند.**

**-خانواده ها نیز تورهای خانوادگی و گروهی را بیشتر دوست دارند چون پدر و مادرها با هم و بچه ها هم با یکدیگر آشنا می شوند و خوش می گذرانند.گروهی هم هستند که دوست دارند درسفرهای گروهی بدون فرزند شرکت کنند و از سر و صدای بچه ها دور باشند که برای آنها هم تورهای خاص تدارک دیده می شود.به هرحال این ازامتیازهای تورهای گروهی است که مسافران حق انتخاب خوبی دارند.**

**کیفیت خدمات**

**تورگردانان برای شناخت و ارزیابی و انتخاب ارلاین- هتل- شرکتهای کرایه خودرو و اپراتورهای خدمات درمقصد- زمان زیادی صرف می کنند تا بهترین ومناسب ترین و خوشنام ترین آنها را برگزینند.بنابراین مسافران بابت اعتبار خدمات دهندگان خیال شان آسوده است.**

**-در مورد جاذبه ها و دیدنی های مقصد- مسافراطمینان دارد که تورگردان بهترین و جذاب ترین دیدنیها را در تورگنجانده است تا رضایت او فراهم شود و مشتری همیشگی آژانس بماند.**

**مزیت های تورگروهی برای آژانس یا تورگردان:**

**-کمیسیون -آژانس های مسافرتی معمولا10%ازفروش تورشرکتهای همکارخود را دریافت می کنند.آژانس هائی که خود توری برگزارنمی کنند ترجیح می دهند علاوه بر فروش بلیت و رزرو هتل برای مشتریان خود تورهای همکاران را نیزبفروشند زیرا پورسانت فروش بلیت و رزرو هتل پاسخگوی هزینه های آنان نیست.**

**صرفه جویی دروقت وهزینه**

**آژانس یا تورگردان برای یک گروه یک جا بلیت می خرد وهتل رزرو می کند.برای یک مسافرتکی هم تقریبا همین مدت را صرف میکند.بنابراین تور گروهی درمقایسه با مسافر تک که فقط بلیت یا هتل می خواهد به لحاظ وقت وهزینه اقتصادی تراست.به عبارت دیگر اگر به جای پرداختن به مسافران تکی وقت بیشتری را برای فروش تورصرف کنند منطقی تراست و درآمدشان نیزبالا می رود.**

**-تنوع بالای بسته های مسافرتی نیزامتیازی برای آژانس است.زیرا می تواند برای سلیقه ها و بودجه های مختلف تور به بازارارایه کند تا مشتری نیز با آزادی بیشتر بسته مورد نظرخود را انتخاب کند.**

**معایب توربرای مسافر:**

**-ثابت بودن برنامه ها ونبود انعطاف**

**- تورها پیشاپیش تنظیم و برنامه ریزی می شوند و به جز موارد اضطراری نمی توان آنها را تغییر داد.روز وساعت شروع و پایان برنامه ها ثابت است وهتل و رستوران از پیش مشخص و رزرو شده اند.**

**تورگروهی ضوابطی دارد که همه باید آن را رعایت کنند.زمان شروع و پایان تور و زمان و محل جمع شدن مسافران نیز تعیین شده است و اگرکسی دیر برسد موجب اعتراض دیگران است و در صورت تاخیر زیاد تورحرکت خواهد کرد و مسیولیت هر نوع هزینه اضافی با مسافر جا مانده است.**

**درتور گروهی مسافر اجازه ندارد گروه را ترک و برنامه مورد نظرخود را اجرا کند.البته این آزادی را دارد که در بعضی برنامه ها شرکت نکند ولی نباید به جای دوری برود و برای تورگردان درد سر بیافریند.**

**-درصورتی که مسافر گیاه خوار یا سلیاکی است باید حتما پیشاپیش به تورگردان اطلاع دهد و درغیراین صورت تورگردان وظیفه ندارد فرضا دریک تور کمپینگ درجنگل غذای او را تامین کند و مسافرناچار است غذای عادی تور را مصرف کند.**

**معایب تور گروهی برای آژانس:**

**-کنترل-اختیار**

**-آژانسی که تور را بازاریابی می کند و می فروشد درمورد انتخاب هتل و رستوران و وسیله نقل و انتقال مسافر و یا راهنمای همراه گروه اختیاری ندارد.بنابراین باید درانتخاب خود دقت کند و تورهایی را برای معرفی به بازار انتخاب کند که تورگردان آن خوشنام خوش سابقه و معتبر باشد .**

**ازسویی باتوجه به تنوع بالای تورها ارزیابی و شناخت تورگردان کارآسانی نیست و زمان زیادی می برد.**

**وقت و نیرویی که تورگردان برای مسافر صرفه جویی می کند بسیار با ارزش است و قیمتی برآن نمی توان گذاشت.**

**همان طورکه گفتیم آژانسها10% فروش تور را کمیسیون می گیرند.این در صد در موارد خاص مانند تور شکار یا تور بازیهای گلف و ورزش های گران قیمت بیشتراست.**

**تورگردانان وعمده فروشان محصولات گردش گری در قراردادهائی که با مسافر می بندند حق تغییربرنامه ها را برای خود محفوظ می دارند.این تغییرات ناشی از رویدادهای پیش بینی نشده مانند تغییرات ناگهانی آب وهوا-بلایای طبیعی-جنگ و اعتصاب ومانند آن است که برنامه ها را مختل می کنند و از کنترل تورگردان خارج اند.در صورتی که به این دلایل هزینه ای ایجاد شود این هزینه به عهده مسافراست.**

**فصل سوم-**

**گردش گری مقصد**

**-مقاصد گردش گری-مقاصد نیزبر پایه نوع تورمتفاوتند.تورهای اسکی- کشتی های تفریحی -بوم گردی -تورهای آموزشی مانند تورهای کشاورزی ودامداری یا انواع دیگر**

**ایالات متحده -فرانسه واسپانیا ازمحبوب ترین مقاصد هستند.دراین فصل به گذران اوقات فراغت در کناردریا -پیاده روی دردامان طبیعت و سفر به پرو - کشورهای اروپایی و کشورافسانه ای چین می پردازیم.**

**چگونه نماینده فروش دیزنی بشویم**

**اگرعاشق دیزنی وپارکهای آن هستید، گرفتن نمایندگی دیزنی راه بسیارخوبی است برای پول درآوردن و همراهی و همکاری با سایر دوست داران دیزنی و قصه هایش.نماینده های فروش دیزنی، برای کمک به کسانی که می خواهند به پارک ها ومراکز تفریجی و سرگرمی دیزنی سفر کنند دوره های آموزشی خاصی را گذرانده اند و تخصص دارند.شاید بدانید که دیزنی کشتی های تفریحی هم دارد و نماینده هایش تورهای کشتی کروز و تورهای ماجراجویانه این سرگرمی ساز بزرگ را نیز به بازار ارایه می کنند و می فروشند.**

**برای کارکردن با دیزنی اول باید آژانسی پیدا کنید که برای شما مناسب باشد وسپس درخواست همکاری بدهید.پیش از درخواست دادن حتما زمانی را برای مطالعه و آشنایی کامل با دیزنی درنظربگیرید.**

**بخش اول- پیداکردن کار در نمایندگی های دیزنی**

**یک-برای یافتن آژانس مناسب دراینترنت جستجو کنید.آژانس های زیادی دراین زمینه تخصص دارند و کارمی کنند و نیاز به نیروی انسانی بیشتردارند.برای شروع حستجو، عبارت"مشاغل موجود درنمایندگی های دیزنی"را تایپ کنید.بسیاری ازاین مشاغل به صورت دور کاری هستند و می توانید ازخانه انجام دهید.کم کم دامنه ی جستجوی خود را محدود کنید تا به حوالی خانه خود برسید.**

**دو-وقتی جستجوی اولیه را انجام دادید و چند آژانس را دست چین کردید مدارک ومجوزهای آنها را نیز ببینید.به دنبال لوگوی دیزنی و آژانس هایی باشید که به صورت مستقیم مجوز رسمی نمایندگی و تاییدیه دیزنی را دارند.این آژانسها با توجه به سطح و پیشینه ی همکاری با دیزنی نشان های برنز و نقره و طلا و پلاتینوم دارند وبرای فروش محصولات دیزنی پشتیبانی می شوند.**

**این آژانسها از دوره های آموزشی آنلاین وآفلاین دیزنی استفاده می کنند و درجریان تغییرات و برنامه های جدید دیزنی هستند.این سرگرمی ساز بزرگ برای نماینده هایش هدایا وبلیت های رایگان و تخفیف های ویژه نیز در نظرگرفته است تا به مشتریان خوب خود عرضه کنند.**

**سه-حسن شهرت واعتبار آژانس را بررسی کنید.آژانس های معتبرعضواتحادیه های صنفی مانند اتحادیه بین المللی خطوط کشتیرانی تفریحی[[29]](#footnote-29)- یا شبکه بین المللی ارلاینها وآژانس های مسافرتی[[30]](#footnote-30)هستند و ازآنها تاییدیه دارند.بهتر است پیش از درخواست شغل مطمئن شوید که آن آژانس دست کم یکی از این تاییدیه ها را دارد.**

**چهار- مراقب آژانس های جعلی و فریبکار و ناشناس باشید**

**-بعضی ها بیشترعلاقه مندند که پول شما را ازجیب تان بیرون بکشند تا این که به شما کمک کنند که شغل مطلوب خود را دردیزنی پیداکنید.ازشرکت هایی که درشروع کار به عنوان ها و بهانه های مختلف از شما پول می خواهند دوری کنید.مطالبه هزینه آموزش یا هزینه نام نویسی بی معنا و نشانه ی نادرستی و فریب کاری است. درجریان باشید که دوره های آموزشی دیزنی رایگان است وهزینه ای ندارد.**

**پنج-اگر امکان دارد با کسانی که قبلا درآن آژانس کارکرده اند یا مشغول کارهستند تماس بگیرید و درصورتی که مایل به گفتگو باشند بپرسید:**

**-آیا کمیسیون شما را به موقع پرداخت می کنند؟**

**-رابطه کارفرما با شما خوب است و به ابهامات و پرسش های شما به درستی جواب می دهد؟**

**-کیفیت آموزش در این جا چگونه است؟ آیا آموزش های رسمی و استاندارد دیزنی است و ازمواد آموزشی آن استفاده می شود یا شکل و محتوای متفاوت دارد.؟**

**-آیا این آژانس کارش را بلد است و تجربه کافی دارد و می داند چه می کند؟**

**بخش دوم- درخواست شغل**

**یک-فرم درخواست آنلاین را پر کنید.نمایندگی های رسمی دیزنی این امکان را دروبسایت خود فراهم کرده اند.**

**دو- دراین فرم پس از اطلاعات هویتی، از تجربه خود با دیزنی و اطلاعاتی که دراین مورد دارید بنویسید.سفررا خود به پارک های دیزنی توصیف کنید.این مورد بسیارمهم است و برای استخدام شما نقش اساسی دارد.تجربه پر بار استفاده از محصولات دیزنی بسیارمهم است.اگراین تجربه ها را نداشته باشید استخدام نخواهید شد.بنابراین فقط در صورتی درخواست بدهید که قبلا به پارکهای دیزنی و یا با کشتی ها یش سفرکرده اید و می توانید خاطره آن را به صورتی جذاب و گویا روایت کنید و اطلاعات و اشتیاق خود را به رخ بکشید.**

**نشان دهید و مجاب شان کنید که شیفته ی دیزنی هستید.آژانس های نماینده دیزنی می خواهند مطمئن شوند که می توانید با اشتیاق و شور و باور شخصی محصولات دیزنی را به مشتری معرفی کنید و بفروشید.علاوه براطلاعات دقیق و به روز به شوق وشور شما هم اهمیت می دهند.اگر واقعا شیفته ی دیزنی هستید چنین چیزهایی بنویسید:**

**"اولین تجربه ام را با دیزنی هرگز فراموش نمی کنم.هفت سالم بود وخاطره این سفر یکی ازشادترین و ماندگارترین خاطرات زندگی من است."**

**"من یکی از بزرگ ترین عشاق دیزنی هستم.همه ترانه های آلیس درسرزمین عجایب را می توانم ازبر بخوانم "**

**" ازپارکهای دیزنی و فیلمها و کارتونهای این کمپانی بسیار لذت میبرم و می خواهم این لذت را با دیگران شریک شوم و شیرینی آن را از راه شغل ام به دیگران منتقل کنم "**

**نرم افزارهای آسان آفیس و سیستم رزرو آنلاین را هم باید نصب کنید.درصورتی که در این زمینه ها دانش لازم و تسلط کافی دارید آن را برجسته کنید.**

**هفت-در رسانه های جمعی با قدرت حاضرشوید.**

**چهار-جزییات سفرهای دیزنی خود را بنویسید.آژانس های نماینده دیزنی معمولا اصراری ندارند که در مورد طراحی سفر تجربه حرفه ای داشته باشید.گرچه داشتن آن امتیاز بزرگی است و در استخدام شما موثراست.تجربه کاری شما در بخش خدمات مشتری یا کار فری لنسری [[31]](#footnote-31) به هرشکل نیز با ارزش است.**

**پنج-برنامه خود را به روشنی بیان کنید**

**-پیش ازدرخواست شغل باید فکر کنید که برای کار دیزنی وقت کافی دارید وآن را کاملا جدی می دانید یانه.این کار پرحجم است.هرروز با مشتری وارلاین وهتل و شرکتهای خدماتی مقصد در تماس هستید.با دقت تمام باید مراقب جزییات خواسته های مشتری باشید تا تمام نیازهای اورا تامین کنید و خاطره ای ماندگار برایش بسازید.**

**اگرمی خواهید در خانه کارکنید باید بدانید که کاردیزنی جدی و سنگین است.جوری برنامه ریزی کنید که سایر تعهدات کاری شما- بازاریابی و پاسخگویی به موقع به مشتریان دیزنی را مختل نکند.**

**شش-تسلط خود را بر فن آوری های روز نشان دهید.**

**- برای کاردر دیزنی باید کارکردن با نرم افزارها و فن آوری های مربوطه را به خوبی بدانید و بلد باشید.برای دور کاری به گوشی هوشمند و اینترنت پرسرعت و نرم افزار جدید آفیس و سیستم رزرو آنلاین نیازدارید.درصورتی که براین فنون تسلط دارید آن را در درخواست خود برجسته کنید.**

**هفت-دررسانه های جمعی با قدرت ظاهرشوید-**

**آژانس ها به این رسانه ها و اثرگذاری آنها بسیار اهمیت میدهند.حساب های خود را دراین رسانه ها کاملا فعال نگهدارید و آنها را به معرفی و بازاریابی محصولات دیزنی اختصاص دهید. آژانس هایی که به آنها درخواست کارداده اید به این نکته توجه دارند و حسابهای شما را می بینند.بنابراین بعد از فعال کردن حسابها-درفرم درخواست تاکید کنید که رسانه ها فعال هستید و دوستان ودنبال کنندگان فراوانی هم دارید که هریک مشتری بالقوه هستند.**

**برخی آژانس ها ممکن است درمورد پیشینه مشارکت شما در گروه های مشورتی سفر و تعطیلات و هواداران دیزنی از شما سوال کنند.درصورتی که چنین پیشینه ای دارید برای شما یک امتیازاست.**

**بخش سوم -روش کار با دیزنی**

**یک -باید کمیسیونی کارکنید- بیشترآژانس ها ی عرضه کننده ی محصولات دیزنی شما را به عنوان پیمانکار حرفه ای استخدام می کنند.معنایش این است که حقوق ماهانه یا دستمزد ساعتی ندارید.هرگاه فروشی را قطعی کردید و وجهی دریافت شد کمیسیون خود را می گیرید.درصد کمیسیون در آژانس ها متفاوت است. تجربه ودانش شما در مورد دیزنی هرچه پربارتر باشد پورسانت هم احتمالا بیشترخواهد بود.**

**دیزنی دربرابرهرفروش10% آن را به آژانس می دهد.پیمان کار یا بروکری که آن را فروخته 50% تا 75% این مبلغ را دریافت می کند.اگریک تور 2000دلاری بفروشید بین100تا 150 دلاراز200دلار متعلق به شماست.**

**دو- برای تاخیر در پرداخت کمیسیون آماده باشید**

**- درهمه مشاغل- تاخیر درپرداخت کمیسیون رابج است.درضمن دیزنی تا پیش ازپایان هرسفرکمیسیون آژانس را نمی پردازد.فرضا اگر فروش چند ماه پیش قطعی و پول به حساب دیزنی واریز شده باید صبرکنید تا زمان اش برسد و سفرانجام شوئد و پایان یاید تا کمیسون را دریافت کنید.**

**آژانس ها معمولا در پرداخت تاخیردارند و شما نمی توانید به صورت منظم روی مبلغ ثابتی حساب کنید.پس اگرمی خواهید نماینده فروش دیزنی بشوید باید منبع درآمد ثابتی برای خود تامین کرده و به ثبات مالی رسیده باشید.**

**سه-دربرنامه کاری خود انعطاف داشته باشید تا درصورت لزوم درآن تغییراتی بدهید-**

**بعضی ازبسته های سفرکمی پیچیده هستند و درضمن بعضی مشتریان درخواست ها و پرسش های بسیار زیادی دارند که باید با حوصله جواب شان را بدهید.در ضمن تلاش می کنید که آخرین تخفیف های لحظه آخری را برای مشتری روشن کنید و وقت کم می آورید.بنابراین برای کار در آخرهفته ها هم آماده باشید.کاردیزنی تعطیلی ندارد.آخرشبها وصبح زود هم باید جواب مشتری را بدهید.**

**چهار-مهارت های ارتباطی خود را به روز کنید**

**بیان خوب وگیرا-روابط عمومی قدرتمند و اطلاعات دقیق و درست بسیارمهم اند و درمجاب کردن مشتری اثرگذارند.**

**به جز مشتری با نمایندگان دیزنی در مقاصد -با ارلاینها و مدیریت آژانسی که کارمی کنید نیرهرروز درتماس هستید و این ویژه گی ها بسیار به کارمی آیند و کاملا ضروری هستند.**

**لحن و تن صدای شما باید دوستانه و صمیمانه ولی کاملا حرفه ای و با اعتماد به نفس همراه باشد.اعتماد به نفس و صداقت در نوشته و ایمیل شما هم باید نمایان باشد.درضمن ایمیل خود را چک کنید که مشکلی نداشته باشد و راحت و روان کار کند و ایمیل ها به سرعت مبادله شوند.**

**پنج -همیشه به جزئیات درخواست های مشتری توجه و او را به درستی راهنمائی کنید.بعضی ازمشتریان فقط کم هزینه ترین یا ارزان ترین پرواز را می خواهند و بعضی دیگر ریز برنامه های هر روزرا می پرسند.یا ازشما می خواهند برای شام آنان رستوران رزرو کنید.یا برای کنسرت ونمایش مورد نظرشان به موقع بلیت تهیه کنید.باید در تمام این موارد مسلط باشید وکار را به سرعت و با دقت انجام دهید.پس جزییات بسیارمهم اند.**

**شش- تبلیغات را شروع کنید-**

**برای بازاریابی ازمواد تبلیغاتی و بروشورها-کارت پستالها- کتابچه های تبلیغاتی و محتواهای رسانه ای دیزنی استفاده کنید.این شما هستید که برای پیدا کردن مشتری باید ازاین امکانات بهترین استفاده را بکنید.این تبلیغات را برای دوستان و خویشاوندان و هر کسی که می شناسید بفرستید.**

**هفت-طراحی و برنامه ریزی سفر کار پیچیده و ظریفی است-ضمن این که چم وخم کاررا یاد می گیرید یادتان باشد که شما و آژانسی که درآن کارمی کنید بخشی از یک تیم بزرگ ترهستید نه رقیب یکدیگر.**

**بی شک پرسش های زیادی دارید که حتما باید بپرسید.برای رسیدن به پاسخ از تجربه آژانس ها و نمایندگان قدیمی دیزنی کمک بگیرید. با صاحبان و مدیران آژانس تماس بگیرید و راهنمائی بخواهید.یخش پشتیبانی فروش دیزنی هم دراین موارد به شما کمک میکند:8265-939-800-1**

**\*\*\***

**چگونه نماینده فروش خدمات کشتی های تفریحی بشویم.**

**سفربا کشتی تفریحی بین مردم بسیارمحبوب است و درردیف سفرهای گران قراردارد.اسکان-غذا پذیرائی کامل بین روز- موسیقی و استخر وسونا جکوزی و میهمانی های شبانه روی عرشه خاطره های خوشی می سازند.کارنماینده فروش این است که با توجه به نیازهای مشتری به او کمک کند تا کشتی و گشت مورد نظرخود را پیدا کند.شما باید از امکانات و مسیرها و بنادرمحل توقف این کشتی ها با خبرباشید.همه این کشتی ها امکانات کامل بالارا ندارند و به همین دلیل هم قیمتها متفاوت هستند وراهنمایی شما دراینجا بسیارمهم است.**

**-باید ببینید دراین مورد هم مانند کاردیزنی واقعا چقدراشتیاق دارید.دراین جا هم عاشق کاربودن شرط موفقیت است.**

**-حتما خودتان دست کم دو سه باربا این کشتی ها سفرکنید و با فضای این کارآشنا شوید تا بتوانید مشتری را به درستی راهنمائی کنید.تجربه سفر و توقف دربنادرمسیراین کشتی ها بسیارضروری هستند.با کروزهای کارناوال[[32]](#footnote-32) و رویال کاری بی ین[[33]](#footnote-33) وپرینس[[34]](#footnote-34) و نروژی[[35]](#footnote-35) سفرکنید و امکانات سرگرمی و رفاهی وتفریحی آنها را بشناسید.**

**-تجربه بازاریابی و فروش هر محصول و خدمتی مفید است.مدتی دریک خرده فروشی کار کنید تا با مردم سرو کارپیدا کنید.درخانه هم به روش بازاریابی از راه دور-تله مارکتینگ- کارکنید و لوازم آرایش بفروشید یا هرکالای دیگری که دوست دارید.**

**ریزه کاری های فروش محصولات مختلف را به صورت تلفنی وحضوری یاد بگیرید.روش درست ارائه محصول را بیاموزید تا مشتری جلب شود و آن را بخرد.تجربه فروش هرکالائی برای فروش تورهای کروزهم به کارمی آید.**

**-در مورد تورهای کروز به خوبی مطالعه کنید.یاد بگیرید که چگونه به پرسش های مشتری پاسخ های روشن و کامل بدهید و توررا بفروشید وخاطره ای ماندگاربرای مشتری بسازید.درمورد کارخود مطالعه کنید.با مشتریانی از فرهنگ های مختلف ارتباط برقرارکنید.**

**-سعی کنید درقسمت های مختلف آژانس و کسب و کارسفر و تعطیلات کارکنید و تجربه بیندوزید.**

**خیلی عالی است اگرمدتی هم در موسسه های کرایه اتومبیل وهتل ها و رستورانها و ریسورتها کارکنید وبا ریزه کاری ها و مشکلات این حرفه ها آشنا شوید.این تجربه ها برای موفقیت در نمایندگی فروش کروز بسیار مفید هستند.**

**- به جز تجربه های عملی دوره های آموزشی را هم فراموش نکنید.این رشته در دوره های آنلاین وکالج های محلی آموزش داده می شوند..بعد از این کار آگهی های دعوت به همکاری را ببینید و پیگیری کنید.تعدادی ازآژانس ها به صورت آنلاین در جستحوی نیروی انسانی مناسب هستند که بتواند درخانه کارکند وسفرهای کروز را بفروشد**

**برای آموزش به سایت کروز مجیک داتکام[[36]](#footnote-36) سری بزنید.سایتهای دیگری هم هستند که کروزرا آموزش می دهند. یرای شروع کار آماده شوید و کسب و کار خود را راه بیندازید.**

**-نماینده مجاز کشتی های کروزشوید.**

**اتحادیه بین المللی کشتیرانی تفریحی -پس از یک دوره آموزشی برای شما گواهی نامه صادرمی کند.**

**- به آموزش بسیار اهمیت بدهید.در دوره های آنلاین و سمینارها وکنفرانس های مرتبط هم شرکت کنید تا شرایط لازم را برای دریافت مجوز و تاییدیه این انجمن به دست آورید.**

**-پس ازدریافت مجوز در یک آژانس مسافرتی یا یک خط کروز به صورت حضوری یا دورکاری شغلی پیدا کنید.**

**-اگربتوانید در بخش خدمات مشتری یک خط کروزکارکنید عالی است. تجربه فروش بسیارمفید است.دراین صورت درشروع کار به جای تلاش و تقلا برای یافتن مشتری به تماسهای تلفنی مشتریان خط کروز جواب می دهید.**

**-در نمایندگی کروز هم حقوق ثابت درکار نیست و باید کمیسیونی کارکنید.سایت کروزمجیک داتکام برآورد کرده است که یک کارگزار فروش با هفته ای سی ساعت کار به درآمد سالانه بیست هزار دلاری می رسد.**

**\*\*\***

**سفر به چین**

**ابتدا شهر مقصد خود را انتخاب کنید.براساس اطلاعات وتجربه ها و باز خوردهای رسیده ازمسافران توصیه می کنم برای اولین سفربه چین پکن و شانگهای و شیان را ببینید.واگر وقت بیشتری دارید گویلین و شانگدو را هم اضافه کنید.**

**پکن -ترکیبی از تاریخ ومدرنیته ویکی از پایتخت های بزرگ باستانی و پایتخت چین امروز- که باید آن رابینید.شهری سرشار از نشانه ها و نمادهای دوران سلطنتی و گذشته ی این کشور.**

**اگربرای دیدن پکن فقط یک روز وقت دارید دیوارچین و شهرممنوعه را حتما در برنامه بگنجانید.مرغابی سوخاری معروف این شهررا هم دریک رستوران معتبرآزمایش کنید.اما اگر بیش از یک روز وقت دارید معبد بهشت و پارک زیبای آن و کاخ تابستانی سلطنتی را هم ببینید و با فرهنگ این کشورآشنا شوید.**

**شیان-شهر تاریخ چین باستان-اولین امپراتور چین به نام کین [[37]](#footnote-37)پس از یک پارچه کردن کشوراین شهررا به عنوان اولین پایتخت امپراتوری تعیین کرد.دراین شهر ازمعابد مساجد و پاگوداها[[38]](#footnote-38) وسایت های تاریخی کهن ترازهزارسال دیدارکنید.**

**شانگهای- پر زرق وبرق ترین و بزرگ ترین شهرکشور-بسیاری ازگردش گران می گویند به دلیل اهمیتش باید آن را دید.شانگهای جاذبه های گردش گری دراندازه جهانی ندارد و کل دیدنی هایش را یک روزه می توان دید.ساختمان های دوران استعمار وآسمان خراش های مدرن این شهر را ببینید.**

**گیلین شهری با چشم اندازهای حیرت انگیز.قله کارست[[39]](#footnote-39)و رود زیبای لی.توصیه می کنم با دوچرخه به منطقه ییلاقی شو[[40]](#footnote-40)بروید وازدیدن شالیزارهای سرسبز پله کانی لذت ببرید وزنان درازگیس اقلیت یائو[[41]](#footnote-41)را هم ببینید.**

**چنگ دو[[42]](#footnote-42)-شهرپانداهای بزرگ که با شما عکس یادگاری می گیرند وغذاهای پرادویه سی چوان.**

**چند روز می خواهید درچین بمانید؟**

**سفر به چین نباید عجولانه باشد.این کشور را سرسرئ و سطحی نگیرید.برایش وقت کافی بگذارید و جذابیت هایش را کشف کنید.توصیه می کنم دراولین سفر دست کم شش هفت روز بمانید.سه چهار روز در پکن- دو روز درشیان و یکی دو روز را هم درشانگهای بگذرانید.**

**زمان مناسب برای سفربه چین**

**اگربرای این سفر فقط زمان و تاریخ مشخصی دراختیاردارید خبر خوب این است که چین در تمام طول سال دیدنی و بسیارجذاب است.به خصوص سه شهری که نام بردیم.شهرهای دیگراین ویژه گی را ندارند.**

**- امکانات حمل ونقل مسافر از جمله قطارهای تندروی چین بسیارمتنوع اند. قطارهای فوق سریع یا گلوله ای بیش از300 کیلومتر سرعت دارند و باید آن را امتحان کنید. بهای بلیت قطار بین شهرهای مهم ازجمله سه شهری که گفتیم بین صد تا سیصد دلاراست.**

**پروازهم از300 دلارشروع می شود.همه جورهتل و ریسورت و هاستل نیز در دسترس اند-هتل بوتیک تاپ از250 دلاربه بالا -هتلهای زنجیره ای صد تا250 دلار و هتلهای محلی 50 تا صد دلار.**

**ویزا و مرزهای ورودی**

**-بیشترین پروازهای ورودی و خروجی از پکن و شانگهای صورت می گیرند.پروازهای ترانزیت هم تیاز به ویزای ترانزیت دارند و فقط شهرهای خاصی نیاز به ویزای ترانزیت ندارند.پیش ازسفر دراین مورد اطلاعات روز را به دست آورید.**

**\*\*\***

**سفر به اروپا**

**-اول بودجه خود را مشخص کنید تا ببینیم سفررا ازکجا شروع کنید که اقتصادی ترباشد. تاریخ سفر را هم تعیین کنید.اگر با بودجه کم سفرمی کنید بهتراست در فصل کم سفر و کم تقاضا باشد.هتلهای گران را به کلی فراموش کنید.روشن است که زمستانها پرواز وهتل ارزان هستند.سال پیش به ایرلند رفتم و جزایرزیبای آن ازجمله اِمِرالد و سایتهای میراث فرهنگی ثبت شده یونسکو را که همیشه رویای دیدنش را داشتم دیدم.**

**برای انتخاب مقصد مناسب سایتهای گردشگری هرکشور را ببینید و جدول رویدادهای هنری فرهنگی آنها را بررسی کنید.شرایط آب وهوا را هم درنظربگیرید.برای سفر به اروپا لزومی ندارد با عجله بلیت رفت و برگشت پاریس را بگیرید و هتل هم رزرو کنید.دلیلی ندارد اول به پاریس بروید.اگردنبال سفراقتصادی هستید باید ازشهرهائی شروع کنید که هزینه تان کمترشود.**

**سفر با کشتی ازبنادر دریای شمال و ورود به بنادر انگلیس یا آلمان و هلند یا ورود به انگلستان ازراه کانال مانش یا به قول بریتانیایی ها کانال انگلستان ارزان تراز پروازبه پاریس یا رم درمی آید.**

**برای پرواز اقتصادی با خط آئرلینگوس[[43]](#footnote-43) و خط نروژی پرواز کنید.ایسلند ایر[[44]](#footnote-44) نیز قیمتهای مناسبی دارد و برای مسافرانش در برخی شهرهای اروپا اقامت رایگان ارائه می کند.به جای هتلهای پنج ستاره در مهمان خانه های محلی پاکیزه واستاندارد و یا پانسیون اقامت کنید که صبحانه های عالی به شمامی دهند.خانه های روستایی هم ارزان ومناسب اتد و درمحیطی صمیمی با مردم و کشاورزان محلی آشنا می شوید و محصولات ارگانیک محلی مصرف می کنید و خاطره ای به یاد ماندنی می سازید.**

**بیمه مسافرتی و بیمه کنسل کردن سفر را هم درنظرداشته باشید.**

**بسیاری ازایرلاینها این بیمه نامه ها را همراه با بلیت می فروشند.چند بیمه نامه را با هم مقایسه کنید وتعهدات شرکت بیمه را بررسی کرده و به صرفه ترین آنها را بخرید.دربرخی بیمه نامه ها بیمه گر تعهد کرده که درموارد اورژانس مانند بیماری شدید و حوادث- هزینه بازگرداندن مسافر به مبدا را می پردازد.در مورد بیمه های مسافرتی به سقف تعهدات بیمه گر دقت کنید واین که بیمه نامه ای که می خرید تمامی مسیر و شهرهای مورد نظرشما را هم پوشش می دهند یا خیر.آن را به دقت بخوانید و بعد تصمیم بگیرید.**

**دراروپا برای سفر بین شهرها ازامکانات محلی استفاده می کنند.کرایه سواری دربست و تمام وقت به صرفه نیست.مثل مردم محلی ازمترو ودوچرخه استفاده کنید وهزینه سفررا به خوبی کاهش دهید و با مردم محلی هم معاشرت کنید و ازسفرتان بیشتر لذت ببرید.اگرمی خواهید اتومبیل سواری بدون راننده کرایه کنید پیشاپیش با مقررات و شرایط رانندگی در آن کشورآشنا شوید.توجه کنید که دربرخی کشورها ازجمله کشورهای اروپایی نشانه های راهنمائی و رانندگی با استانداردهای جهانی همخوانی ندارند.اگردرجاده های روستائی رانندگی می کنید مراقب گله های گاو وگوسفند باشید.**

**توصیه می کنم تا جائی که ممکن است از قطاراستفاده کنید که علاوه بر اقتصادی بودن امنیت بیشتری هم دارد.برای پرواز بین شهرها رایان ار[[45]](#footnote-45) و ایزی جت[[46]](#footnote-46) قیمتهای مناسبی دارند.**

**\*\*\***

**برنامه ریزی هایکینگ یا پیاده روی در بیرون از شهر و فضای سبز**

**پیاده روی طولانی نیروی جسمی زیادی می خواهد.توان جسمی افراد گروه را ارزیابی کنید.برای کسانی که به پیاده روی طولانی عادت ندارند مسافت کوتاه تری را در نظربگیرید.هشت تا دوازده مایل درروز کافی است.**

**-اگربه جنگل یا دامنه کوه می روید مراقب تک تک اعضای گروه باشید.مسئولیت شما دراین مورد بسیارسنگین است. بهتراست درساعات اول صبح راه بیفتید ونهار را درمسیر بخورید.**

**اگربعد از ظهرپیاده روی می کنید مسافت کمتر از هشت مایل را در نظرگیرید.این ضوابط برای زمین های تقریبا صاف است و اگر به تدریج از سطح زمین بالاترمی روید مراقب مسافران باشید و زیاده روی نکنید .**

**پیاده روی در زمستان ضوابط خود را دارد.همه ی افراد نمی توانند مدت زیادی درسرما باشند.بنابراین مراقبت و احتیاط بیشتری بکنید.زمان بازگشت را جوری تنظیم کنید که به تاریکی نخورید و امنیت اعضای گروه به خطرنیفتد.**

**انتخاب مسیر شناخته شده وبی خطر**

**هیچگاه از مسیرهای ناشناخته و دست نخورده نروید.توصیه می شود رد پای گروه های قبلی را دنبال کنید.اگر راهنمای تازه کارهستید بیشتر احتیاط کنید.**

**ازگوگل مپ هم کمک بگیرید.ابتدا مناطق مناسب برای پیاده روی و بعد مسیرهای امن منطقه را پیدا کنید.معمولا بهترین وامن ترین مسیرها از داخل پارکهای ملی می گذرند.محل پارک خود روها و شروع پیاده روی را مشخص کنید و محل های تقاطع مسیربا جاده را نیز بشناسید.در تقاطع ها پارکینگ و محلی برای تجمع و دیدارمسافران درنظرگرفته شده است.ایستگاه های محیط بانی ومحل استقرارماموران محیط زیست نیز درهمین نقاط قراردارند.**

**توجه کنید برای پیاده روی مسیرهای شلوغ و پرتردد را انتخاب نکنید و پیش ازحرکت ازباز بودن مسیرمطمئن شوید-چک کنید که مسیر به دلیل آب گرفتگی یا ریزش سنگ و رانش زمین بسته نشده باشد.در صورتی که برنامه پیاده روی شامل شب مانی در دشت یا جنگل است تدارکات لازم را ببینید واحتیاط های لازم را بکنید.**

**فقط درجاهای مجازچادر بزنید.محیط بانان به منظورحفاظت ازمحیط زیست نقاطی را برای کمپینگ تعیین کرده اند.درنت دنبال بک پکینگ کمپ[[47]](#footnote-47) سایت یا آیکون چادر باشید.به محل پارک ماشین های کمپرکاری نداشته باشید.کمپرها همه تجهیزات لازم را درخود دارند ولی شما پیاده هستید و شرایط شما متفاوت است.**

**به جز نقاط تعیین شده- در نقاط دورتر و بکرتر می توانید با درنظرگرفتن احتیاط های لازم چادر بزنید.ولی دقت کنید جایی نباشد که دراثربارندگی شدید همه چیز درآب غرق شود.درگودی ها چادر نزنید.درضمن محلی را انتخاب کنید که به آب نیز دسترسی داشته باشد.برای نظافت شخصی و آشپزی و نوشیدن به آب نیاز دارید.**

**میزان آبی که هرنفر با خود حمل می کند حداکثردو تا سه لیتراست درصورتی که درشبانه روز به چند برابراین مقدارآب نیازدارد.درجایی چادربزنید که حداکثردر200 متری آن یک چشمه یا رودخانه پاکیزه باشد تا درموقع نیاز براحتی بتوان بین کمپ ومنبع آب رفت وآمد کرد.**

**درجائی چادربزنید که حفاظ و پناه گاه طبیعی داشته باشد.خطررعد برق راهم درنظربگیرید.با مطالعه کافی درنت و مشورت با محیط بانان جای مناسبی را انتخاب کنید تا درختان خشک و سنگ روی چادرها سقوط نکند وجان شما را به خظرنیئدازند.**

**خطر حیوانات وحشی را هم در نظربگیرید.چادرها باید برزنتی و نفوذ ناپذیر باشند.**

**موادغذائی را ازشاخه های درخت آویزان کنید تا خرسها و موشهای صحرائی به آنها دسترسی نداشته باشند.**

**- پیش ازترک محل محیط را کاملا پاکسازی کنید وکوچکترین اثری از زباله و پسماند باقی نگذارید.**

**-اگرآتش برپا کرده اید آن را کاملا خاموش کنید.**

**- محیط زیست را پاکیزه نگهدارید.شاخه درختان را نشکنید.تحت هیچ شرایطی به زیستگاه های طبیعی حیوانات آسیب نرسانید.**

**مراقب حیوانت وحشی باشید- برای کمپینگ از چادرهای برزنتی استفاده کنید که جوندگان و موشهای صحرائی به آن نفود نکنند.هیچ نوع مواد بودارمانند غذاهای ادویه دار-دئودورانت و خمیردندان را درچادر نگه ندارید که حیوانات وحشی را به آنجا بکشاند.**

**درضمن همیشه پیش ازحرکت به سمت محل انتخابی کمپ ببینید اگر برای چادر زدن نیازبه مجوز دارید اقدام کنید و مجوز را بگیرید.دربسیاری ازکشورها برای نفاط معینی باید مجوز بگیرید.تعداد مجوزها هم برای هرروز محدود است. بنابراین به موقع اقدام کنید.در زمانها یا شرایط خاصی هم ممکن است ممنوعیت های کلی اعمال شود.پیش ازحرکت این اطلاعات را گرد آوری کنید تا به مشکل پیش بینی نشده ای نخورید.**

**پس ازرعایت نکات بالا برای یک تجربه شیرین دردل طبیعت آماده شوید. ولی یکی دو روز پیش ازحرکت به این چند نکته هم توجه کنید:**

**البته خیلی چیزها را نمی توان پیش بینی کرد چون کار طبیعت پیش بینی پذیرنیست.ولی به هرحال احتیاط کنید:بررسی شرایط آب وهوایی مسیر ومقصد- وآماده شدن برای آن.مثلا وزش بادهای شدید یا نورسوزاننده خورشید و خطر رعد وبرق و تندباد و کولاک.**

**درصورتی که خطرها جدی است سفررا به تعویق بیندازید. شما مسئول یک گروه هستید.اجازه ندهید پافشاری یک یا چند نفرو یا شور وشوق سفر به شرایطی گرفتارتان کند که تصمیم نادرستی بگیرید وجان خود و مسافران را به خطراندازید.**

**شرایط زمین مسیر را هم چک کنید.ممکن است مسیر انتخابی شما دراثر بارندگی قبلی و سرمای شدید یخ زده باشد به ویژه دربلندیها که هوا سرد تراست.شاید درسطح زمین و درشروع مسیر مشکلی نباشد ولی یخ زدگی زمیین در بلندیها خطرآفرین است.پس لباس وکفش وعصای مخصوص و تجهیزات کافی همراه داشته باشید.**

**اگر درمسیر باید ازرودخانه بگذرید نقاط کم عمق وبی خطر را پیشاپیش شناسایی کرده و دست در دست یکدیگر فقط ازآن نقاط رد شوید.**

**نکته مهم- یک نسخه از برنامه روزانه و مسیردقیق گروه را که محل پارک خود روها وشروع پیاده روی درآن مشخص شده باشد نزد دونفر ازافراد خانواده و دوستان بگذارید.مسیر بازگشت و زمان تقریبی آن را هم مشخص کنید.این کاربرای شرایط خاص که برای گروه مشکلی پیش می آید یا خطری آنها را تهدید می کند بسیارلازم است و درصورت گم شدن شما گروه های نجات با اطلاعاتی که دارند به یاری شما می آیند.**

**-پیش ازحرکت تمامی وسایل و موادغذایی و تجهیزات لازم را لیست کنید تا چیزی فراموش نشود.**

**-شب پیش ازحرکت کلیه وسائل را با روش درست در کوله پشتی ها جای دهید.بسته بندی و جا دادن آنها درکوله پشتی اصولی دارد که باید رعایت کنید تا جای کمتری بگیرد ونظم درستی داشته باشد.**

**لوازم صد درصد ضروری را با تک تک افراد چک کنید که فراموش نکرده باشند.**

**\*\*\***

**تعطیلات درساحل دریا**

**-ساحل درست و مناسب را پیدا کنید-مشکل تعطیلات ساحلی این است که ازمیان سواحل پرشمار باید دست به انتخاب بزنید.درنظرداشته باشید که هرساحل با بقیه متفاوت است.اگربا خانواده سفر می کنید، باید ساحل مناسب خانواده را پیدا کنید.درصورتی که دراین مورد دقت نکنید شاید خود را در ساحلی ببینید که ویژه مجردها یا زوج های تازه ازدواج کرده و ماه عسلی است.برای مثال ساوس والتون درخلیج فلوریدا حدود 26 مایل نوار ساحلی پاکیزه با ماسه های سفید دارد وهمه نوع هتل و اقامت گاه را نیز درخود جای داده وبراستی بهشتی است برای گذران تعطیلات خانوادگی کناردریا.**

**هتل مناسب-اگرمی خواهید روزها را لب آب و کنارساحل بگذرانید هتلی انتخاب کنید که ازساحل دورنباشد.درنظر داشته باشید که هتلهای لب آب زودتر ازبقیه پرمی شوند و برای رزرو آنها باید به موقع اقدام کنید.**

**برنامه های روزانه خود را از پیش تنظیم کنید.اگرمی خواهید دوره موج سواری را بینید یا دوست دارید درساحل اسب سواری یا دوچرخه سواری کنید****، این خدمات را از قبل رزور و هزینه اش راپرداخت کنید که باتوجه به تقاضای بالا درفصل سفر به مشکل نخورید و ناچارهم نشوید کیف پول یا کارت اعتباری خود را به ساحل ببرید.**

**-پیش ازسفر در نت جستجو کنید وازبرنامه های جانبی که درساحل یا هتلهای ساحلی اجرا می شود با خبرشوید تامسافران شما درصورت تمایل درآنها شرکت کنند.مثلا دیداراز بازارهای محصولات ارگانیک کشاورزی و لبنیات محلی.دراین بازارها سالم ترین وتازه ترین تولیدات را بی واسطه از تولید کننده می خرید و با کشاورزان منطقه نیز از نزدیک آشنا می شوید که به خصوص برای بچه های شما بسیار جذاب و آموزنده است.**

**انتخاب زمان درست- با جستجو درنت بهترین زمان سفر به ساحل مورد نظرخود را پیداکنید.هنگام انتخاب به زمان اوج سفر، تعطیلات مدارس، تعطیلات عمومی و رسمی و شرایط آب وهوا توجه کنید تا با شرایط غیرعادی مانند ترافیک سنگین و راه بندان های آزاردهنده یا سواحل خیلی شلوغ روبرو نشوید.**

**\*\*\***

**برنامه ریزی سفر به انگلستان-ازکجا شروع کنم؟**

**برای آمریکائیان سفر به بریتانیا خیلی آسان به نظرمی رسد.مشکل زبان و ویزا که اصولا وجود ندارد.(اتباع ایالات متحده و قاره آمریکا واسترالیا و بسیاری ازکشورهای اروپائی نیازبه ویزا ندارند).پروازها هم فراوان و بسیارمتنوع هستند.**

**برای دیدن لندن و اطراف آن دست کم چند روز وقت بگذارید.آکسفورد واستراتفورد را هم ببینید.بسیاری ازمقاصد گردش گری برای زن و شوهرهای جوان مناسب ترند تا خانواده ها.مقاصدی هم هستند که برای افراد مسن مناسب اند.اما بریتانیا برای هرگروه و هرسنی چیزهائی جالب وخواستنی دارد.بنابراین ابتدا بگویید مسافران شما چه کسانی هستند و ازسفر خود چه انتظاراتی دارند.**

**یک-زوجهای جوان؟ اگر زوجی هستند که یک سفر رومانتیک می خواهند انگلستان مقصدی است که قطعا باید ببینند.در این کشور می توانید بهترین و رومانتیک ترین سفرها را برایشان تدارک بینید.**

**دو-خانواده همراه با پدر بزرگ ومادربزرگ؟- انگلستان برای خانواده ها هم بهترین امکانات رادارد- موزه هری پاتربرای بچه ها بسیارهیجان انگیزاست.موزه های فراوان برای پدرو مادرها و مسن ترها-تور دیدار از مزارع برای همه خانواده جذاب است-.دوچرخه سواری گروهی با دوچرخه های چند نفره [[48]](#footnote-48) و انواع کمپینگ.**

**یادتان باشد که انگلستان درضمن صاحب اولین و بهترین پارکهای سافاری جهان است.جشنواره بزرگ سالانه ادینبورگ راهم درنظرداشته باشید.**

**سه-گروه بزرگ گردشگران -تیم های ورزشی یا گروههای دیگر-خانواده ها و خویشاوندان؟**

**برای گروه های بزرگ-هرنوع اقامتگاهی که بخواهید دردسترس است.ازهتل های مجلل تا هاستل های معمولی -بوتیک هتل وهاستل های لوکس با قیمتهائی برای هرکس و با هربودجه. خانه های لوکس برای خانواده های بزرگی که برای دیدار یکدیگر از گوشه و کناردنیا به انگلستان می آیند.قیمت این خانه ها هم درحدی است که وقتی بین افراد سرشکن می شود بسیاراقتصادی است.**

**چهار-مسافران ماجراجو؟**

**مسافران شما اهل ماجراجوئی و زندگی درفضاهای طبیعی و دریا هستند؟**

**انگلستان برای آنها هم انتخاب درستی است. پارک های ملی مسیرهای تپه نوردی کوهنوردی و پیاه روی وصخره نوردی و بهترین امکانات دنیا را دارد.درضمن می توانید در ساحل ژوراسیک[[49]](#footnote-49) فسیل جمع کنید و درساحل کورن وال موج سواری کنید.برخی از دوردست ترین پارکهای ملی انگلستان دراسکاتلند و ولز درفهرست جهانیی دارک اسکای ریزرو[[50]](#footnote-50) قراردارند.دراین پارکها با تلسکوپهای قدرتمند درمحیطی شاد وبا آرامش کامل ستاره هارا رصد کنید.درضمن یادتان باشد که بریتانیا یا پادشاهی متحده خاستگاه تعدادی ازجذاب ترین و مشهورترین جشنواره های موسیقی راک وپاپ جهان است.تقریبا درتمام شهرهای این کشور برنامه های موزیک زنده با دی جی های کهنه کاربرقراراست.**

**پنج-آیا مسافرشما فضائی آرام و با صفا می خواهد؟-**

**اگراین طوراست یکی ازخانه های اعیانی قدیمی را که به هتل تبدیل شده اند برایش رزرو کنید.این هتل ها همه جورامکانات و استخر وسونا جکوزی نیزدارند به اضافه غذاهائی عالی.**

**شش-مسافر شما حیوان خانگی با خود دارد؟**

**امروز آوردن حیوان خانگی به انگلستان ازهمیشه آسان تراست.درسایت پت تراول اسکم[[51]](#footnote-51) چرخی بزنید و با مقررات همراه داشتن حیوان خانگی و گواهینامه های بهداشتی آن آشنا شوید.**

**مسافرشما چه مدت در بریتانیا می ماند؟**

**پادشاهی متحده دیدنی های بیشماردارد.بنابراین سفرعجولانه وکوتاه را فراموش کنید.اگرازآمریکا آمده اید و پروازی طولاننی بر فراز اقیانوس را پشت سرگذاشته اید باید بریتانیا را درست و حسابی ببینید.**

**اگربرای این سفر یک هفته درنظرگرفته اید پیشنهاد می کنم دو شهررا انتخاب کنید که من اول لندن و بعد ادینبورگ یا گلاسکو را توصیه می کنم که از پرمسافرترین شهرهای بریتانیا هستند.**

**یک شهررا به عنوان هاب انتخاب کنید.چند روزآن را حسابی و با آرامش ببینید و سپس دو روز را درشهر بعدی بگذرانید. زیبائی های طبیعی بریتانیا فراموش نشدتی هستند.بین همه شهرها سرویس منظم هوائی و اتوبوس و قطار برقراراست.به عنوان هاب یکی ازاین چهارشهررا انتخاب کنید:**

**لندن -بیرمنگام-بریستول یا گلاسکو-ادین بورگ ومنچستر.**

**بیش ازیک هفته در بریتانیا میمانید؟**

**فکرخوبی است.دراین صورت می توانید هرچهار بخش این کشور را ببینید.به جزلندن یورک وادین بورگ را هم ببینید-یا لندن به اضافه کاردیف و بیرمنگام یا به جای بیرمنگام منچستر یا گلاسکو.**

**بریتانیا پرازسایت های تاریخی قصر و قلعه وخانه های اعیانی واشرافی است که برخی ازآنها به هتل تبدیل شده اند.ازهمه این خانه می توانید دیدارکنید.منچسترخاستگاه موزیک -ایندی- است.یک شاخه فرعی ازموسیقی انگلستان که مستقل ازسبک های دیگراست.این موسیقی چند دهه ی پیش درانگلستان و زلاند نو وایالات متحده شروع شد.**

**اگربیش ازیک هفته وقت دارید توصیه میکنم علاوه برشهرهای بالا- پارکهای ملی لاخ لوموند[[52]](#footnote-52) وتروساکس [[53]](#footnote-53) را بینید درلندن سوفولک[[54]](#footnote-54) و انگلستان رویایی[[55]](#footnote-55) را از دست ندهید.**

**آب وهوا**

**-بریتانیا به طورکلی دو فصل دارد:تابستان و زمستان.بهارو پائیزش بسیارکوتاه اند.اگرزمستان را انتخاب می کنید بی شک سفرتان کم هزینه تراست.مثل هرجای دیگری در فصل کم سفرهزینه ها پائین ترهستند.**

**اگردرتابستان و به خصوص سپتامبر به بریتانیا سفرمی کنید بدانید که روزها بسیار طولانی اند و برای گشت و گذارفرصت بیشتری دارید.ازنیمه آگست به بعد در برخی نقاط کشور تا ساعت ده بعد ازظهرهوا روشن است.**

**سفر به انگلستان درفصل زمستان-نیمه اکتبرتا پایان مارچ-**

**دراین فاصله زمانی کوتاه ترین روزها و پائین ترین قیمتها را تجربه می کنید.درهوای ابری و بارانی نیمه ی زمستان چراغها درطی روزهم روشن هستند.**

**در دسامبر و ژانویه خورشید درساعت پنج عصرغروب می کند.دراین دو ماه مراکزخرید بزرگ- تاتر وسینما و رستوران های عالی و کنسرت و نمایشگاه های هنری درانتظار شما هستند.در رستوران های خوب شهرغذا بخورید و بعد از آن زندگی شبانه لندن را تجربه کنید ودرعین حال در مقایسه با تابستان مبلغ درشتی را صرفه جوئی کنید.**

**جاذبه های زمستانی بریتانیا**

**بازارهای کریسمس درسراسر کشور-اجراهای گروه های بزرگ همسرایان درکلیساهای تاریخی و بهترین و جدیدترین نمایش های تاتر درشهرهای بزرگ.آتش بازی های با شکوه سال نو در انگلستان واسکاتلند.قیمت های بسیار جذاب و تخفیف های درشت درهتلها و اقامت گاهها درسراسر کشور.جشن ها وجشنواره های گوناگون ازجمله جشنواره وایکینگ ها و جشن های سراسرآبجو.**

**مسافر شما کجاها را می خواهد ببیند؟**

**بیشتر مردم گاهی یادشان می رود که بریتانیا یا پادشاهی متحده فقط انگلند نیست.این کشور از انگلند- اسکاتلند- ولز[[56]](#footnote-56) وایرلند شمالی تشکیل شده و هرکدام از این چهار ملیت ویژه گی های خود را دارند.**

**انگلند--گوناگون ترین ملیت بین چهارملیت است. با سبک زندگی شهری-روستائی و سواحل خلوت و کم مسافر-سایتهای تاریخی- بازارها و مراکز خرید بسیار زیبا -دریاچه ها-مسیرهای پیاده روی-اسب سواری- دوچرخه سواری و مجموعه مینیاتوری ازبریتانیا.همه این ها را درلندن ببینید.**

**اسکاتلند-زادگاه سرآلکس فرگوسن ریاست باشگاه منچستریونایتد وازسرشناس ترین مربیان فوتبال جهان. کم جمعیت ترین بخش کشوربا بلندیهای سرسبزو دریاچه های چشم نواز.دو شهرجذاب گلاسکو وادین بورگ دراسکاتلند هستند.**

**وِلز- با حال وهوای روستائی-دره های سر سبز و زیبائی افسانه ای.مسیرهای عالی برای پیاده روی.چند رشته ازبلند ترین کوهای بریتانیا و آبشارهای فراوان درمنطقه کوهستانی اسنودونیا[[57]](#footnote-57) در ولز قراردارند.**

**درسال 2017 دریک نظرسنجی3500 گردش گر-بلندی های اسنودونیا را به عنوان زیباترین جشم اندازبریتانیا شناختند.اگرقلعه و قصرو کاخ دوست دارید ولزرا ببینید.سواحل بسیار زیبا و شراب خانه های محلی (پاب) را هم امتحان کنید-و درآنجا با لهجه ولش یا ولزی که دربخش هائی ازولز شمالی بسیاررایج است آشنا شوید.**

**ایرلند شمالی-**

**بلفاست مرکز ایرلند شمالی امروزه شاهد یک شکوفائی فرهنگی است.این بخش از پادشاهی متحده را مسافران دیرتر کشف کردند و سفر به آنجا درسالهای اخیررایج شده است.درایرلند هم چشم اندازهای گسترده وسرسبز روستائی و سواحل چشم نواز و تعداد زیادی سایت های تاریخی منتظر شما هستند.**

**ایرلند شمالی با کشورمستقل ایرلند جنوبی مرزمشترک دارد.اما خیری ازخط مرزی و صف ورود نیست.فقط وقتی خرید می کنید ومی بینید ک ه یورو جای پوند استرلینگ را گرفته متوجه می شوید درایرلند شمالی هستید.**

**مشتری شما چه کارهایی رادوست دارد دربریتانیا انجام دهد؟**

**عاشق دشت و فضای بازاست؟شیفته ادبیات واهل قلم است یا دیوانه مال گردی و خرید؟ یا استراحت و خوش گذرانی؟ شایدهم سایتهای تاریخی و موزه یا سواحل دریا را دوست دارد.یا به عکاسی علاقه دارد و درجستجوی چشم اندازهای خاص برای عکاسی است. باید بگویم بریتانیا همه این ها را در خود جای داده است.**

**همه این جاذبه ها در سرزمینی کوچک درکنارهم.هرچه بخواهید براحتی و در فاصله کوتاه از یکدیگر پیدا می کنید.غواصی سطحی وعمقی-هنگ گلایدینگ[[58]](#footnote-58)- وغارگردی را هم اضافه کنید.پیاده رودی درباغ کاخ بالمورال[[59]](#footnote-59) -و گشت وگذار درپارکهای ملی -غواصی جهت دیدن کشتیهای غرق شده درمنطقه اسکاپا فلو[[60]](#footnote-60)**

**خرید-باشگاه وغذا خوردن دررستوران-برای این سه مورد خود را به لندن و قیمت های بالا محدود نکنید.درسایرشهرها هم همین کیفیت های عالی با قیمت های بهتراز لندن درانتظار شما هستند.**

**بیرمنگام-بهشت عاشقان خرید و شهری پراز موسیقی و جشنواره موسیقی.**

**لیورپول -زادگاه تیم فوتبال معروف لیورپول و گروه بیتل ها ومرکز صنایع دریایی ودریا نوردی بریتانیا**

**منچستر-مرکزموسیقی ایندی-خاستگاه تیم فوتبال-منچستر یونایتد- شهری با مراکز خرید همیشه تخفیف.**

**چه نوع اقامت گاهی می خواهید؟**

**یک هتل زنجیره ای که درهمه شهرها شعبه دارد انتخاب مناسبی است.قیمتش هم خوب است.اما اگرهتل لوکس یا هتل بوتیک یا خانه های اعیانی را که به هتل تغییرکاربری داده اند ترجیح می دهید گزینه های زیادی دراختیاردارید.باغذاهای عالی وبا کیفیت.**

**اگرهم می خواهید خودتان آشپزی کنید هتل آپارتمان هائی هستند که با خانواده درآنها خیلی راحت خواهید بود.خانه ییلاقی آگاتا کریستی نویسنده نامدار داستانهای جنایی از خانه هایی است که به هتل تبدیل شده است.**

**هاستلها**

**اگرمی خواهید درفضاهائی دوستانه با محلی ها و گردش گرانی ازملیت های دیگرآشنا شوید و هزینه مناسبی هم بپردازید هاستل یا به قول امروزی تر پشتل[[61]](#footnote-61)را توصیه میکنم.دقیقا همان چیزی است که به کارشما می آید.هاستل های بریتانیا پاکیزه تر وراحت تراز چیزی هستند که فکرمی کنید واحدهای ایربد اند بی[[62]](#footnote-62) هم فراوانند.**

**پانسیون های خصوصی با جای خواب و صبحانه که معمولا توسط زنان اداره می شوند.صبحانه های عالی به شما میدهند و فضایی کوچک و صمیمی دارند.قیمت شان هم خیلی خوب است.**

**ولی مراقب باشید گیر صاحبخانه ی بد اخلاقی نیفتید که صبحانه هایش هم مزخرف باشد و درکارشما هم فضولی کند وشما را فراری دهد. پانسیون خود را با شناخت قبلی انتخاب کنید.برای انتخاب پانسیون مناسب از سایت انجمن اتومبیل رانی انگلستان[[63]](#footnote-63) کمک بگیرید.**

**کمپینگ**

**-اگر دوست دارید زیر برزنت بخوابید دربریتانیا تا دلتان بخواهد جای چادر زدن هست. برای ماشینهای کمپرهم پارکینگ های بسیاری تدارک دیده شده است.**

**با چه وسیله ای سفر می کنید؟**

**هوائی- اگرمثل بیشترمسافران غیراروپائی از راههای هوائی به بریتانیا سفرمی کنید گزینه های زیادی دارید. بیشتر مسافران هوائی در فرودگاه هیترو یا گات ویک[[64]](#footnote-64) لندن به زمین می نشینند.ولی اگراصراری برلندن ندارید از فرودگاه های سایر شهرها استفاده کنید.هزینه های خدماتی این فرودگاه ها پائین تر ازلندن است و به همین دلیل بلیت پرواز ارزان تر درمی آید.در ضمن این فرودگاهها خیلی شلوغ نیستند و مدت کمتری درصف انتظار افسر مهاجرت معطل می شوید.**

**سفر به بریتانیا ازراه دریا-**

**اگر با کشتی به این کشور می آئید که فکر خیلی خوبی است. دراین صورت به احتمال زیاد در بندرسوتامپتون یا هارویچ یا بندر تازه ساخت و لوکس لیورپول پهلو می گیرید.درمسیرتان صخره های سفید دووِر را هم خواهید دید.اگر در این بنادر به خاک بریتانیا پا بگذارید برای سفر به مقاصد اروپائی ازجمله آمستردام -بروکسل- دوبلین و بلفاست پروازهای فراوانی دراختیار دارید.درضمن می توانید با قایق های مسافری به فیشگارد[[65]](#footnote-65) درجنوب غربی ولزسفرکنید.این قایق های مجهزازآبراه مانش یا کانال انگلستان به مقاصد محختلف ازجمله بنادر دریای شمال سفر می کنند.**

**درصورتی که ازقاره اروپه با قطار به بریتانیا وارد می شوید از تونل کانال مانش خواهید گذشت که دنیائی متفاوت است .**

**آسان ترین و دیدنی ترین مسیر سفر با خودرو روی فری است .مبدا این کشتیها بندر کاله فرانسه و مقصد آن بندر فولکستون بریتانیا است.اگر بدون اتومبیل سفرمی کنید از پاریس یا شهرهای دیگر اروپا سوار قطار یورواستارشوید و دو ساعت و پانزده دقیقه بعد درلندن پیاده شوید.دارندگان کارت راه آهن بریتانیا -بریت ریل- از تخفیف های قطار یورو استار استفاده می کنند.**

**\*\*\***

**برنامه ریزی سفر یه ماچو پیچو درپرو -آمریکای لاتین**

**مسافران شما می خواهند از کدام ورودی وارد این سایت شوند ؟**

**به یاد داشته باشید که درهرحال ازهرجا که بخواهید وارد شوید تهیه بلیت بسیار مشکل است.سایت خرید بلیت معمولا خیلی وقت ها کارنمی کند. پس باید صبور باشید و بارها تلاش کنید.به هرحال با معطلی و دردسر اگر سهمیه روزانه تمام نشده باشد می توانید بلیت را بخرید.وب سایت رسمی ماچو پیچو در اصل فقط برای کمک به تور گردان ها طراحی شده بود و به هیچ عنوان برای مسافرین انفرادی قابل استفاده نبود وبا فن آوری های روزنیزفاصله بسیارداشت.اما چند سال پیش به روزرسانی و برای مسافرانی که بدون تورسفرمی کنند نیزقابل استفاده شد تا خودشان بلیت بخرند. ولی هنوزهم کیفیت خوبی ندارد و ضعیف است.طراحی حرفه ای ندارد و نسخه های انگلیسی و سایر زبان هایش نیز پراشتباه و بی کیفیت است.معلوم نیست با توجه به اهمیت حیاتی درآمد گردش گری برای پرو وزارت گردش گری این کشور چگونه تا این اندزه به این موضوع بی توجه است.**

**اگرکارت اعتباری ویزا دارید با کمک دیگران و با صبرو حوصله زیاد می توانید بلیت ورودی را به صورت آنلاین تهیه کنید.**

**اما درصورتی که حوصله این سایت بی کیفیت را ندارید واین کارخسته تان می کند پکیج های آماده بخرید که پیشاپیش بلیت را برای شما تهیه کرده اند ودرگیر مشکلاتی که گفتیم نخواهید شد.-**

**بلیت فقط برای تا ساعت شش عصر همان روزاعتباردارد.دراین فاصله اگرهم خارج شدید می توائید برگردید.**

**انواع بلیت: فقط ماچو پیچو- قیمت در2016 43دلار و پرتقاضا ترین بلیت است.با این بلیت مجازهستید از شش صبح تا شش عصر دراین سایت بمانید.**

**ماچو پیچ وهواینا پبچو-قیمت 2016 51دلار -سهمیه روزانه بلیت440 نفر**

**200بلیت ازاین تعداد برای شروع بازدید ازبین هفت تا هشت صبح و برگشت درساعت 10 صبح است.**

**-ماچوپیچومونتانا یا کوهستان ماچو پیچو-48 دلار -سهمیه روزانه 400 بلیت برای شروع از7 تا11 صبح**

**بلیت مونتانا را کی بخریم؟**

**این دقیقا به تاریخ سفر شما بستگی دارد. اگردر فصل کم مسافرسه ماه اول سال) به پرو می روید پس از ورود به شهر کوسکو درنزدیکی این سایت فقط یک روز زودترمی توانید بلیت تهیه کنید اما در فصل اوج سفریعنی جون جولای و آگست و تعطیلات عمومی و کریسمس معمولا بلیتها چند روزجلوترپیش فروش و تمام می شوند.**

**فصل چهارم**

**مشاغل خوش آتیه درصنعت گردش گری**

**گردش گری صنعتی است که به سرعت گسترده و بزرگ ترمی شود و برای افرادی که به آن علاقه مند هستند ومی خواهتد دراین صنعت بمانند و رشد کنند فرصتها وموقعیت های فراوانی وجود دارد.ازجمله طراح تور-راهنما یا لیدر-تورگردان-مدیر برگزاری نمایشگاه و سمینار و گردهمائی -کارشناس سفرهای ماجراجویانه -مشاورتعطیلات- مشاغل دولتی در وزارت گرئش گری کشورها-مدیرخدمات مشتری درفرودگاه ها و بسیاری مشاغل دیگر. دراین جا به تک تک این مشاغل می پردازیم و راه موفقیت درآنها را نشان می دهیم.اگر خودتان گردشگر هستید و می خواهید تعطیلات آسان و خوشی را بگذرانید بدانید که افراد زیادی در پشت صحنه هستند و تلاش و برنامه ریزی آنان است که همه کارها را برای شما آسان و امکان سفر راحت را فراهم می کند.**

**این افراد در رده های مختلف به شما خدمات می دهند.از آژانسی که برای شما پرواز و هتل رزرو می کند تا خانمی که در بخش خانه داری هتل وظیفه پاکیزه کردن اتاق و تعویض ملافه ها را به عهده دارد.تا راهنمای همراه شما در طول سفر و راهنمای محلی که شما را با ویژه گی ها و جذابیت های هر محل آشنا می کند.**

**اگر مشاغل جذاب و پرهیجان را دوست دارید دراین جا با مشاغل برتر این صنعت آشنا شوید:**

**کارگزار یا نماینده سفر**

**-برای سفرمشتریان خود برنامه ریزی می کند.بیشترارتباط های کارگزارسفربا آژانس های مسافرتی است. است.کارگزار به صورت انفرادی و با دریافت مجوزازخانه ی خود دورکاری و مسافرجذب می کنند.**

**کارگزاران برای این امور به شما مشورت می دهند.ترتیبات جا به جائی ها و رزرو وسیله نقلیه وسایر خدمات را میدهند و آرامش خیال شما را فراهم و برنامه بازدید ازجاذبه های مقصد را نیزتنظیم می کنند.**

**تور گردان**

**-بخش های مختلف سفر را با هم ترکیب و یک بسته مسافرتی آماده میکند.با همه خدمات دهندگان درمبدا ومقصد درتماس است وسفرشما را بسیارآسان می کند.تورگردان برای دیدن شرایط مقاصد مختلف به آنها سفرمی کند و با بررسی همه جوانب درصورتی که آنها را مناسب بداند دربرنامه تورمی گنجاند.اگرسفرکردن را دوست دارید این شغل برای شما مناسب است.**

**لیدر یا راهنمای تور**

**-لیدرتمام وقت ازابتدا تا اخرتوربا مسافران همراه است و اجرای تور وهماهنگی ها را به عهده دارد.درضمن باید درمورد مقصد و ویژه گی ها و جاذبه هایش اطلاعات گسترده ای داشته باشد.البته راهنماهای محلی نیزهستند که به صورت موردی و درجاهایی که نیازبه اطلاعات تخصصی ترهست با گروه همراه می شوند.راهنمایان تورها تخصص های گوناگون دارند مثلا تورهای پیاده روی دردشت و دامنه کوه که یک کار تخصصی است وشرایط خاص خود را دارد و درصفحات پبشین به آنها اشاره کردیم.یا تورهای اسکی-بوم گردی یا شکار و پرنده نگری که راهنمای تخصصی خود را می خواهد.این راهنماها گاه درکنارلیدراصلی انجام وظیفه می کنند.اگر می خواهید لیدرشوید باید صبور بسیار گاه و دوراندیش و مسئولیت شناس باشید و دست کم یک زبان خارجی هم بدانید تا دراین شغل پرهیجان موفق شوید.**

**چگونه دراین صتعت پیشرفت کنیم؟ا**

**صنعت سفر و گردش گری مشاغل گوناگونی را در خود جای داده است.ازکارهای خدماتی تا مشاغل اجرائی و نظارتی. صنعتت توریزم امروزه درحدود10% کل مشاغل جهان را تشکیل می دهد.درهمه ی این مشاغل همیشه با مشتری درتماس مستقیم هستید.اگرشرایط لازم را داشته باشید دراین حرفه به خوبی پیشرفت خواهید کرد.**

**روش اول**

**-انتخاب شغل-مشاغل موجود را بررسی کنید.هریک به دانش و تجربه خاصی نیازدارد.ازمدیریت هتل تا مدیریت مراکزتفریحی اقامتی ومدیریت کشتی های تفریحی تا لیدریا مشاغل دیگر فهرست کاملی تهیه کنید.**

**سطح دانش ومهارتهای خود را ارزیابی کنید-چه کارهائی را بلدید و برآنها مسلط هستید؟**

**گردش گری صنعت خدمات است بنابراین مهارتهای روابط عمومی و تجربه مفید دربخش خدمات مشتری امتیاز بزرگی است.مهارتهای سازمانی مانند مدیریت زمان- تشخیص اولویتها ونظم دادن به کارها وهماهنگی و برنامه ریزی اهمیت بیشتری دارند.**

**برای یافتن شغل ازآنچه که تا امروزیاد گرفته و درآن ماهر شده اید استفاده کنید.اگرهنوزتجربه کاری ندارید ولی یک زبان خارجی را خوب می دانید مترجم گردش گران بشوید و در کنار لیدر کار کنید یا تولید محتوارا به زبانی که برآن مسلط هستید شروع کنید.به جزتولید محتوا برای سایتها و نشریه های تخصصی درهتلها-ریسورتها و یا سایت های گردش گری دنبال کار باشید.**

**روش دوم**

**- برای شروع باید کاری درسطح مبتدی را برگزینید تا اولین تجربه را به دست آورید.اگربه این شکل شروع کنید و کم کم درتمام بخش های توریزم کارکنید با ریزه کاری ها و نکات ظریف این صنعت و حساسیت های آن به خوبی آشنا و برای مشاغل بهتر و بالاتر کاملا آماده خواهید شد.درشروع تحصیلات خاصی هم نیاز ندارید.با یک آموزش کوتاه مدت می توانید اولین تجربه عملی خود را شروع کنید وضمن کار بهترین دوره های تخصصی را هم بگذرانید.**

**- همان طورکه گفتیم با کار ساده ای شروع کنید ولی حتما به فکر باشید که یک مدرک کالج یا دانشگاهیهم بگیرید.مانند مدیریت گردش و سفر-مدیریت پذیرائی و مهمان نوازی-دوره های مرتبط مانند منابع انسانی- راهبردهای مالی گردش گری.مدیریت روابط با رسانه ها یا مدیریت روابط عمومی.دربسیاری ازدوره های آموزشی گذراندن یک دوره کارآموزی عملی الزامی است.مثلا کاردریک هتل یا ریسورت یا آژانس مسافری.**

**برخی ازهتلها و ریسورتها با دانشگاه ها قرارداد همکاری دارند و درپایان دوره کارآموزی برای شما گواهینامه یا مدرک معتبر دانشگاهی صادرمی شود.**

**(کارآموزی درهتل ها و ریسورت های ی بزرگ و معتبریا رستوران های ستاره میشلن داربرای دانشجویان سال آخراعتبار بالائی به همراه دارد و با توجه به تقاضای بالا نوبت انتظارطولانی دارند-مترجم)درمواردی باید برای این دوره های کارآموزی هزینه ای هم بپردازید.این هزینه شامل-اسکان -غذا وکرایه ماشین است.برای صدور گواهینامه نیزهزینه ای می پردازید.**

**-هرروز چیز تازه ای یاد بگیرید.آموزش پیوسته وهر روزه برای پیشرفت شما دراین صنعت بسیارمهم است.**

**گردش گری با همه علوم دیگر ارتباط دارد.حسابداری -مدیریت مالی -پردازش داده ها-مدیریت هتل و مراکز اقامتی تفریحی -مدیریت غذا و نوشیدنی درهتل و حتا روانشناسی و روابط عمومی و جامعه شناسی همه به کار می آیند.هردوره آموزشی وهر یک روزکارعملی بسیار ارزنده ومفید هستند.**

**ضمن کارآموزی و تحصیل دانشگاهی کتابها ومجله های تخصصی و منابع آنلاین را فراموش نکنید.اطلاعات خود را به روز نگهدارید.تخصص های گردشگری درهمه جای دنیا به کارمی آیند و می توانید درکشورهای دیگرنیزکارهای پردرآمدی پیدا کنید.مثل خلبانها یا مهمانداران و مدیران هتل که درکشورهائی به جزکشورخود شاغل هستند وحقوق های خوبی می گیرند.**

**- یک مشاور شغلی برای خود پیدا کنید و از او کمک بگیرید.مشاور با تجربه وبا صلاحیتی که مسیر پیشرفت شغلی را به شما نشان دهد.این منتور یا راهنما را می توانید در مجامع گردش گری -سازمانهای مردم نهاد یا اتاق های مجازی آنلاین و یا دربین خانواده -دوستان یا خویشاوندان خود بیابید.کسی که دراین زمینه صاحب تجربه پرباری باشد.**

**روش سوم-**

**-درانجمن ها یا اتحادیه حرفه ای و صنفی عضو شوید.مثلا انجمن راهنمایان یا لیدرها-اتحادیه هتل داران ومانند آن.این انجمن ها درجهت بهبود شرایط این صنعت جهانی و حفظ حقوق قانونی اعضا فعالیت می کنند و در ضمن دوره های آموزشی و کارگاه های تخصصی نیز برگزار و گواهینامه معتبر صادر می کنند.**

**با کارشناسان این صنعت شبکه سازی کنید و درارتباط باشید.با عضویت دراین انجمن ها به گردهمائی های تخصصی- نمایشگاه و کارگاه وسمینار و رویدادهای صنعت سفردعوت و با همکاران خود آشنا می شوید و به یدیگر کمک می کنید.سایت انجمن سفرآمریکا[[66]](#footnote-66) را هم ببینید.**

**-زبان دیگری بیاموزید.حتا دو زبان دیگر.دانستن زبان در پیشرفت شغلی شما بسیاراثرگذاراست.ارتباط شما را با مسافران یا مشتریان-همکاران-فعالان این صنعت درسراسرجهان تقویت وراه پیشرفت شما را بازمی کند.وقتی زبان خارجه می دانید درآمدتان هم بالا می رود.برای زبان یا درکلاس نام نویسی کنید ویا ازکتابهای خود آموزاستفاده کنید.**

**-رفتارحرفه ای را بیاموزید.هرجا کارمی کنید به ریزه کاری ها دقت کنید.دربخش های مختلف کارکنید تا به سرعت پخته ترشوید.درخواست کنید به شما کار بیشتر و مسئولیت های جدید بدهند تا بیشتربیاموزید.همیشه یاری کننده ومثبت باشید.با همکاران دوست شوید.بارئیس تان هم همین طور.به آنها نشان دهید که صادق ودلسوزهستید.فرهنگ سازی کنید.اگرآژانس یا هتلی که درآن کارمی کنید پیشرفت کند و موفق شود شما هم به پیش می روید و به شغل های بهتری دست خواهید یافت.**

**\*\*\***

**چگونه یک کارگزار سفر بشویم**

**بسیاری از مردم به مشاغل گردش گری علاقه مند هستند وجذب آنها می شوند. اید یکی ازدلایل اش این باشد که این شغل ها امتیازهای خاصی دارند ازجمله هنل و پرواز رایگان یا تخفیفی و فرصت و موقعیت سفربه گوشه و کنارجهان.دراین شغل باید اطلاعات فرا گیر وبه روز داشته باشید.برای موفقیت توصیه می کنم دریک زمینه خاص یا گردش گری تخصصی کارکنید.**

**بخش اول-تحصیلات مرتبط- و دوره های آموزشی-**

**-دیپلم دبیرستان را بگیرید.چون برای هر شغلی حداقل مدرک لازم است.کار با کامپوتر و اینترنت را هم به خوبی بیاموزید و درآن مسلط شوید.**

**-دوره های آموزشی لازم را ببینید به خصوص اگرمی خواهید کسب و کار شخصی خود را راه بیندازید.**

**- ازدوره های علمی کاربردی وعضویت دراتحادیه های صنفی غافل نشوید.مقررات سفرهای داخلی و خارجی را یاد بگیرید و به ویژه دربخش بازاریابی خیلی کارکنید.**

**دانشگاه های آمریکا که دوره های کارشناسی و کارشناسی ارشد گردش گری دارند به این شرح هستند:**

**میسی سی پی-جانسون و وِلز-آیزن برگ- ماساچوست-کارولینای غربی-رابرت موریس واستِریِِر**

**-اگرمی خواهید آژانس خود را راه بیندازید وازابتدا برای خودتان کارکنید دوره های کسب و کاررا ببینید و مجوزهای لازم را برای راه اندازی آژانس بگیرید.**

**ایالت کالیفرنیا درصدورمجوز برای آژانسهای جدید سخت گیرانه ترین مقررات را دارد اما فلوریدا -آیووا**

**-واشنگتن-هاوائی-لوئیزیانا-و دلاوِیر مقررات آسان گیرانه تری دارند.**

**-اگردرکانادا هستید:**

**اونتاریو- باید آزمونهای شورای صنعت سفر اونتاریو[[67]](#footnote-67) را بگذرانید.**

**-دربریتیش کلمبیا و ساسکاچووان-باید درآزمونهای شورای بیمه قبول شوید.**

**دوره های تکمیلی را هم درنظرداشته باشید.بهترین دوره ها را درموسسه آموزشی اتحادیه بین المللی خطوط وآژانسهای هواپیمایی[[68]](#footnote-68) خواهید یافت که مدرک معتبرو با ارزشی دارد.**

**بخش دوم- مهارتها و دانش**

**ویژه گی های شخصیتی خاص خود را تقویت کنید.اگرمی خواهید کارگزار موفقی باشید باید اعتماد به نفس بالائی داشته باشید و اعتماد به نفس راستین هم دردانش و تجربه و اطلاعات پربارریشه دارد.شبکه سازی و تقویت ارتباطات نیز بسیارمهم است.جلب اعتماد مشتری نیزففط با صداقت درست کاری به دست می آید.**

**اگر برای یک آژانس کارمی کنید یا کسب و کار خود را دارید باید مشتری را قانع کنید که دانش و صلاحیت این کار را دارید و برای او مشاور و راهنمای دلسوزی هستید وتمام تلاش تان را می کنید که سفری خوب و با قیمت مناسب برای اوتدارک ببینید.باید به همه پرسش های اوجواب روشن و قانع کننده ای بدهید تا اعتمادش جلب شود.**

1. **یکی دیگرازشرایط موفقیت این است که بسیارسفرکنید.جاهائی را که به مشتری توصیه می کنید خودتان قبلا ببینید تا با تسلط کامل به عنوان مقصد مناسب به مشتری معرفی کنید.**

**روش های درست ارتباط با مردم را یاد بگیرید.وقتی ازپشت میزکار با ایمیل و تلفن با مشتری تماس می گیرید موفقیت شما به مهارت های ارتباطی و نیروی مجاب کردن و نفوذ کلام و بیان شما بستگی دارد.**

**- به جزییات درخواست های مشتری توجه کنید.هرگردش گری سلیقه ونیازهای خاص خودش را دارد.کاری کنید که برای سفرهای بعدی نیز فقط به سراغ شما بیاید.**

**کارگردش گری سنگین و پرحجم است.همیشه یادداشت کنید تا چیزی فراموش نشود.**

**کارها راحتما اولویت بندی کنید تاهمه چیز به موقع وبراساس نظم پیش رود و اززمان بندی عقب نمانید.**

**مطالعه کنید- دانش خودرا به روز نگه دارید تا دوستان خویشاوندان و مشتریان و خانواده- شما را به عنوان فردی آگاه و متخصص و یک مشاورعالی سفر بشناسند و به دیگران هم معرفی کنند.شبکه سازی را ازهمین امروز شروع کنید.**

**--میانگین درآمد یک کارگزارسفر درایالات متحده ساعتی 15دلار و سالی سی هزار دلاراست.**

**-درسال2010تعداد کارگزاران سفردرآمریکا82000 بود و پیش بینی می شود در2020 ده درصد بیشتر باشد.**

**-درتورهای تخصصی کارکنید.یکی ازاین ها تورتخصصی برای گیاه خواران است یا تورهای ویژه سالمندان که هر یک شرایط و ویژه گی های خود را دارند.تعداد کارگزاران مستقل روبه افزایش است.تصمیم بگیرید که با توجه به امکانات وشرایط خود می خواهید برای یک آژانس به صورت حضوری کارکنید یا دورکاری؟ ویا آماده هستید که مستقل باشید..اگرمی خواهید برای خود کارکنید سایتهای وای تی بی[[69]](#footnote-69)-تراورس-[[70]](#footnote-70) جی تی ترندز[[71]](#footnote-71) با هزینه اندکی راه وروش کاررا به شما نشان می دهند.شما را آموزش می دهند و پشتیبانی می کنند.**

**بخش سوم-درخواست کار**

**یک -به یک شرکت یا آژانس مسافرتی درخواست کار بدهید.مثلا به عنوان مسئول پذیرش.هرچه زودترتجربه عملی را شروع کنید.وقتی در سن کم وازکارهای ساده شروع می کنید و پله پله بالا می روید تسلط خاصی پیدا می کنید و درک کامل و درستی ازاین حرفه به دست می آورید.**

**درآمریکا تجربه عملی بسیارمهم است.برخی آژانس های معتبروقدیمی مانند ویرتوسو[[72]](#footnote-72)-برای پذیرش همکار بیست سال تجربه کاری می خواهند.**

**-همان طورکه گفتیم هرچه زودتر شبکه سازی را شروع کنید.صدای شما باید آن قدر بلند باشد که همه آن را بشنوند.حضورخود را اعلام کنید.با یک آژانس قدیمی ومعتبردیگرقرارداد همکاری ببندید .**

**- به یک سازمان و تشکیلات کارشناسان سفر بپیوندید.برای سرعت دادن به پیشرفت خود باید با همکاران تان در این صنعت ارتباط داشته باشید.**

**درسازمان های صنفی این صنعت مانند آستا-اتحادیه آژانسهای مسافرتی آمریکا[[73]](#footnote-73)-عضوشوید وبا همکاران خود درسراسرکشورآشنا شوید.ازتجربه و دانش پیش کسوت ها که سالها ازشما جلوترند بهره ببرید.**

**این** **انجمن ها و اتحادیه ها مجوز برگزاری دوره های تخصصی را دارند و پس از گذراندن آنها گواهی نامه معتبرهم دریافت می کنید.همان طورکه درصفحات قبلی هم گفتیم اعضای این اتحادیه ها به نمایشگاه ها- سمینارها- کنفرانسها و سایرگردهمایی های صنعت گردش گری در داخل و خارج کشور دعوت میشوند و با همکاران خود در سایرکشورها آشنا شده و امکان همکاری را بررسی می کنند.انجمن ها و اتحادیه ها بورسیه ها و دوره های تخصصی نیز دراختیاراعضا می گذارند و به جز دوره هائی که خود برگزارمی کنند دوره های تخصصی دانشگاه ها و موسسه های آموزشی را نیز به آنان معرفی می کنند.**

**کارگزارآنلاین سفر**

**-درآمریکا تعداد زیادی آژانس های اینترنتی هستند که کارگزاری آنلاین را آموزش می دهند وگواهینامه صلاحیت صادرمی کنند.به شما کمک می کنند تا کار مستقل خود را شروع کنید.البته با توجه به رقابت سخت و فشرده بین آژانس های آنلاین باید تاکتیک های خاصی را به کاربرید و درنوع خاصی ازسفریا در مقاصد به خصوصی به شکل تخصصی کارکنید و درآن کارشناس شوید تا در بازار رقابت باقی بمانید.**

**توصیه میکنم کارخود را به عنوان پیمانکار مستقل دریک آژانس معتبر و با سابقه آغاز کنید تا با ریزه کاریهای این حرفه به خوبی آشنا شوید و با کمترین هزینه و پائین ترین ریسک تجربه اندوزی کنید.**

**---زمینه تخصصی خود را مشخص کنید-**

**می خواهید کارگزارسفر شوید؟ بسیارخوب-اول بگوئید چه نوع کارگزاری؟.نه شما و نه هیچکس دیگرنمی تواند درتمام رشته ها و زمینه های سفر و گردش گری کارکند.باید تخصصی کارکنید.نمی توانید آچار فرانسه این صنعت باشید.رقابت فشرده هم اجازه این کار را به کسی نمی دهد.باید مشتری های هدف را مشخص کنید و تصمیم بگیرید که می خواهید چه نوع بسته مسافرتی را به چه مشتریانی بفروشید.**

**آژانس های مسافرتی دو گروه هستند یکی شرکتی و دیگری برای گردشی و تعطیلاتی.**

**نوع اول یا شرکتی-**

**کارگزاری است که به صورت تخصصی برای سفرهای کاری کارکنان و مدیران شرکتها برنامه ریزی می کند. مشورت می دهد. بلیت وهتل رزرو می کند و سفر را مدیریت می کند.همین خدمات را برای سفرهای تشویقی که به عنوان پاداش به کارکنان شرکت می دهند نیزارائه می کند.**

**نوع دوم -تفریحی و تعطیلاتی**

**-به کسانی که برای تفریح و گذران روزهای فراغت ومرخصی سفرمی کنند خدمات می دهد که قبلا توضیح دادیم.زیرمجموعه ها و گردش گری های تخصصی را نیزشرح دادیم.مانند تورهای رومانتیک و ماه عسلی برای زوج های جوان و تورهای خانوادگی و یا گروه های دانشجویی-**

1. **زمینه های علاقه مندی خود را یادداشت کنید.اگرمی خواهید دراین کار موفق باشید چیزی را انتخاب کنید که به آن ذوق و شوق دارید.هرچیزی را که دوست دارید حتا اگر به گردش گری ربطی ندارد روی کاغذ بیاورید.کشورهائی را هم که خیلی مشتاق دیدنشان هستید لیست کنید.دوفهرست را کنارهم بگذارید اگر درلیست اول شما کلمه *شراب* هست ببینید چه کشورهائی شراب معروفی دارند.فرانسه آفریقای جنوبی ایتالیا یا ایالت کالیفرنیا.یا اگردرلیست اول واژه *ادبیات* آمده لندن وادبیات پربارانگلیسی گزینه مناسبی است که روی آن کارکنید.اگرهم تماشای کوسه های سفید را دوست دارید به آفریقای جنوبی واسترالیا فکرکنید.**
2. **مشتری خود را مشخص کنید.**
3. **نکته مهم دیگراین است که بدانید بودجه مسافرچقدراست و تا چه مبلغی می خواهد هزینه کند.**
4. **-با آژانس های دیگرتماس بگیرید و ازقیمت تورهای مشابه تورخود برآوردی به دست آورید.**
5. **- با این اطلاعات سطح درآمد مشتری را برآورد کنید.ببینید که ازعهده هزینه تورشما برمی آید یا نه.**
6. **-شرایط مسافرگاه موجب کوتاه ترشدن فهرست مشتریان بالقوه شما می شود.برای مثال خانواده هایی که بچه به همراه دارند نمی توانند درتورتست شراب شرکت کنند.تورغواصی درون قفس برای تماشای کوسه ها شاید برای سالمندان به اندازه میان سالان یا جوانترها جذاب نباشد.**
7. **زمینه شروع کسب وکارخود را فراهم کنید.**
8. **-تامین بودجه-برای خرید تجهیزات وسایرنیازها پولی کناربگذارید.طراحی وبسایت-خرید کامپیوتر وچاپگر و اشتراک اینترنت پرسرعت.برای آموزش و دریافت گواهینامه -ثبت شرکت و دریافت مجوز کسب وکارنیز سرمایه لازم را تهیه کنید.**

**- برای آموزش از منابع موجود استفاده کنید واز دوستان خود کمک بگیرید.اگرکسی را می شناسید که دریک آژانس مسافرتی کارمی کند او را به یک فنجان قهوه مهمان کنید وراهنمایی های اولیه راازاو بگیرید.-به اتاق های مجازی و محتوای آنها و پیام هایی که بین اعضا رد وبدل می شود توجه کنید.دراین پیام ها اطلاعات بسیارمفیدی هست.دقت کنید که آنها ازچه چیزی صحبت می کنند.این یک کلاس درس است.به شبکه حرفه ای های این صنعت بپیوندید..وای تی پی[[74]](#footnote-74) -تراول نتورک[[75]](#footnote-75) وجی تی ترندز[[76]](#footnote-76) از معتبرترین شبکه های صنعت گردش گری هستند.**

**نشریات مهم این صنعت"تراولشن -ایجنت ات هوم-تراول ترید-تراول ایجنت سنترال هستند.**

**- برای کسب و کار خود اسمی تعیین کنید.به خصوص برای کسب وکارهای آنلاین اسم باید کوتاه و گویا وخوش آهنگ باشد که براحتی به یاد مردم بماند.اسم انتخاب شده را گوگل کنید و ببینید قبلا کس دیگری آن را نگرفته باشد.اگرگرفته نام دیگری انتخاب کنید.توجه کنید که اگر اسم انتخابی شما قبلا به نام شخص دیگری ثبت نشده ولی در جستجوی گوگل مثلا پنجاهمین اسمی باشد که بالا می آید آن را عوض کنید.اسمی انتخاب کنید که دررده های بالاتر قرار گیرد.برای مثال اگراسم دونالد ترامپ را انتخاب کرده اید گوگل میلیونها اسم را که با سه حرف اول نام او- دی اوان- شروع می شود برایتان ردیف می کند.می خواهم بگویم که اسم انتخابی شما نباید کوچکترین شباهتی به نام خودتان داشته باشد.**

**فرض کنید عنوان "تورهای ماجراجویانه کالیفرنیا"را برگزیده اید.دراین صورت اگرکسی یکی ازاین سه کلمه را تایپ کنند اسم کسب وکار شما ظاهرمی شود.**

**-کسب و کارخود را رسما ثبت کنید.کار را به یک وکیل متخصص یا مشاورمالیاتی بسپارید تا بهترین نوع شرکت را پیدا کند که مالیات کمتری به آن تعلق گیرد:مالکیت شخصی یا انفرادی-شرکت با مسئولیت محدود یا.. البته به عنوان یک کسب و کار کوچک به احتمال زیاد یک شرکت تک نفره یا انفرادی خواهید بود.به هرحال از وکیل خود بپرسید که قوانین ایالت شما چه می گویند.درهرایالتی باشید باید مجوز کارگزاری سفررا بگیرید.فرم مربوطه را پرمی کنید تا مجوزکار در خانه برای شما صادر شود.برای تمدید این مجوز نیزسالانه مبلغ اندکی می پردازید .**

**- حساب و کتاب شخصی و کاری خود را از یکدیگر کاملا جدا کنید.یک حساب بانکی فقط برای کسب و کارتان باز کنید و برای آن یک کارت اعتباری بگیرید.شاید بعضی ازاین مراحل برای شما الزامی نباشد اما اگرهمه ضوابط را رعایت کنید بهتراست چون از همان ابتدا کاربا نظم و اصول درست پیش می رود.**

**-از همه کسانی که شماره تماس آنها را دارید استفاده کنید.هر کسی را که به صورت های دیگری می شناسید فهرست کنید.ازاعضای خانواده -دوستان -خویشاوندان دوستانِ دوستان-همسایه ها همکلاسی های دبیرستان وکالج و دانشگاه-همکاران و هرکسی که حتا به صورت گذرا مختصرآشنایی با او دارید لیستی تهیه کنید.پس ازتکمیل لیست از خود بپرسید که هریک از آنها چه کمکی می توانند به شما بکنند.مثلا اگرمی خواهید در جایی توراسکی برگزارکنید وپسر همسایه شما درآنجا درهتلی کارمی کند شماره تماس اورا بگیرید وازاو کمک و راهنمایی بخواهید.**

**یا اگر می خواهید یک گروه را به دیدار یک مسابقه ورزشی ببرید یا تورهای تخصصی دیگر-مثلا تورنمایشگاهی اجرا کنید از افرادی که در این موارد تجربه دارند کمک بگیرید.**

**امکانات رسانه های اجتماعی.فیس بوک -تویتر-اینستاگرام را به خوبی به کارگیرید و لینک کسب و کارخود را برای همه مخاطبین بفرستید.شما باید هرچه زودتر دیده شوید.ازمخاطین خود بخواهید وبسایت شما را ببینند و پستهای شما را با دیگران به اشتراک بگذارند.**

**---با یک آژانس شناخته شده کار کنید-**

**درست است که می خواهید مستقل کارکنید ولی مدتی طول می کشد تا شناخته شوید.دراین فاصله با یک آژانس میزبان قرارداد همکاری ببندید و از زیرساخت های آنان استفاده کنید.با این روش تمرین می کنید و گردش گری را بهتریاد می گیرید ومتوجه می شوید که برای شروع کارمستقل به چه چیزهائی نیازدارید.با توجه به این که آژانس میزبان شما شناخته شده است کارشما خیلی راحت تراست.این آژانس درضمن به شما آموزش می دهد و امتیاز دیگرش این است که شما هزینه های بالاسری اندکی دارید.**

**برای انتخاب آژانس میزبان تحقیق کنید.تعدادشان زیاد است.باید وقت بگذارید و پیشینه شان را به خوبی بشناسید تا یک آزانس خوش نام و معتبر را انتخاب کنید.پیشینه همکاری آنها با آژانس های دیگر و نظرمشتریانش را در وبسایت آنها ببینید.پس از انتخاب با آنها تماس بگیرید وصحبت کنید.درتماس تلفنی چیزهائی را بپرسید که در وبسایت شان به آنها اشاره ای نکرده اند:**

**-چقدرکمیسیون می دهند و روش پرداخت و زمان پرداخت؟**

**-برای شروع کار با آنها به چه نرم افزاری نیازدارید؟**

**-آیا اگربه جای بازار آزاد این نرم افزار را آنها برایتان بخرند ارزان تردرمی آید و تخفیفی دارد؟**

**-برای شروع کار به چه آموزش هائی نیاز دارید؟**

**- آیا پس ازآموزش اولیه دوره های تکمیلی هم درکاراست یاخیر؟**

**-آیا خودشان به شما آموزش میدهند یا سازمان دیگری؟**

**-.چه نوع پشتیبانی ازشما می کنند.رابطه ی بین شما وسایر پیمان کاران آنها چگونه است؟.**

**-هزینه ساین آپ یا نام نویسی برای شروع همکاری چقدراست؟ وآیا هزینه های دیگری هم دارد؟**

**نکته- پیش ازشروع ازخودتان هم سوال کنید:**

**-آیا می خواهم با یک آژانس بزرگ کارکنم که برایم هزینه بیشتری دارد ولی منابع و امکانات ومشتریان بیشتری هم دارند یا با آژانس کوچک تر؟**

**-آیا یهتراست با کسانی که شاید هیچگاه آنها را نبینم کارکنم(آنلاین)یا برای کسانی کارکنم که گاهی هم درآژانس آنها را ببینم؟**

**آیا آموزش هائی که می دهند پاسخگوی همه نیازهای من هست؟-**

**پس از قطعی شدن تصمیم و توافق دوجانبه ساین آپ کنید.**

**فرآیند وهزینه های این کاردرآژانس های مختلف متفاوت است.به هرحال باید هزینه هائی بپردازید.اگر دوره آموزشی داشته باشد معمولا هزینه ای که در ابتدا از شما می گیرند شامل دوره هم هست.درغیراین صورت هزینه دوره را یاید جداگانه بپردازید.به هرحال این جزییات را روشن کنید.دوره آموزشی را بگذرانید وگواهینامه را دریافت کنید.این دوره ها یا کاملا آنلاین هستند ویا ترکیبی ازآنلاین وحضوری.اگرآژانسی که انتخاب کرده اید دوره آموزشی وصدورگواهینامه ندارد مشکلی نیست.این دوره ها الزامی نیستند وارتباطی به مجوز ندارند.بدون آنها هم مجوزکار دریافت می کنید.**

**\*\*\***

**چگونه به عنوان یک کارگزارسفرپول درآوریم**

**درآمد شما فقط ازمحل کمیسیون است.درعین حال که درصدی از فروش دریافت می کنید باید مشتری را به سمت خود بکشید و به نیازهایش توجه کنید.تمام تلاشتان رابکنید تا رضایت او فراهم شود و مشتری شما باقی بماند.**

**چگونه کمیسیون بگیرم**

**-روی مشتریان پر درآمد تمرکزکنید.امروزه بیشترمردم با استفاده ازاینترنت هتل و پروازرا رزرو می کنند ولی کسانی که درآمد بالا دارند برای این کارها وقت نمی گذارند وآن را به عهده آژانس می گذارند.**

**-سال هاست که بعضی ازارلاینها به آژانس ها کمیسیون نمی دهند یا کمیسون اندکی می دهند.بنابراین باید دنبال رزروهتل- کشتی کروز و ریسورت باشید که کمیسیون می پردازند.هتل های مجلل و کروزها و ریسورت های گران قیمت که درآمد خوبی دارند کمیسیون های بهتری هم می دهند.**

**-با توجه به کمرنگ شدن و کاهش کمیسیون- بسیاری ازآژانس ها هنگام فروش بسته های مسافرتی و به ویژه برای مقاصد خاصی هزینه جداگانه ای ازمشتری دریافت می کنند.**

**دراین مورد هم ضوابط همکاری با آژانس میزبان را شفاف کنید.روشن است که این هزینه خدماتی درمواردی دریافت می شود که حجم کار بالاست و برنامه ریزی و طراحی سفرنیروی انسانی و وقت بیشتری می خواهد.**

**-درتماس با مشتری هتل-ارلاین و آژانس میزبان وهمکاران کاملا حرفه ای عمل کنید.درایمیل ها وتماس های تلفنی هم با رفتارصمیمانه ولی حرفه ای برای خود اعتبارکسب کنید.با همکاران و مشتریان دوست شوید.لحن صمیمانه به کاربرید اما مراقب باشید مرزها و محدوده ها را پشت سرنگذارید.مثلا جوک کثیف برایشان تعریف نکنید.**

**بسیارمطالعه کنید.درمورد مقصدی که معرفی می کنید اطلاعات به روز داشته باشید تا مشتری به شما اعتماد کند.-**

**دراکسپوها و نمایش گاه های گردش گری شرکت کنید.**

**-تخصصی کارکنید تا به عنوان کارشناس برجسته و معتمد یک زمینه ی خاص شناخته شده و شهرت یابید.**

**برای مثال روی مجموعه های لوکس سونا جکوزی و ماساژ اروپا کارکنید، یا روی تعطیلات خانوادگی درایالات متحده یا تورهای اختصاصی خاوردور وجنوب شرق آسیا.**

**گاهی به مشتریان خود هدیه بدهید تا همیشه به یاد شما باشند.همه ی مردم چیزهای رایگان را دوست دارند.مثلا یک وعده غذای خوب یا یک بسته شکلات مرغوب.البته بهتراست ببینید چه چیزی را ترجیح می دهند.**

**پاسخگویی به نیازهای مشتری-**

**نکته مهم این است که هرگز نباید برای فروش بسته مسافرتی خود به صورت محسوس یا نا محسوس به مشتری فشار بیاورید.به جای آن بهتراست اول با او دوست شوید واعتمادش را جلب کنید.**

**-کارگزار سفر بودن یعنی فروشنده خوب بودن –مشتری به هیچ وجه نباید حس کند شما فقط می خواهید چیزی را که شاید به آن نیاز ندارد به او بفروشید.بارها گفته ایم که باید به خواسته های مشتری به خوبی گوش کنید و پاسخ های روشن و کامل به اوبدهید.کاری کنید که ازاولویت ها وعلاقه مندی ها و سفرهای قبلی اش بگوید و ازچیزهایی که رضایت و خوشحالی او را به دنبال داشته وانچه که موجب نارضایتی اوشده و نمی خواهد در سفرهای بعدی تکرارشوند.**

**-این روزها بسیاری ازمردم خودشان بلیت می خرند وهتل رزرو می کنند ولی رزرو کشتی کروز در یک کشور خارجی کارساده ای نیست و ازعهده همه برنمی آید.کاری تخصصی است وشما هستید که دراین مورد به مسافر کمک می کنید.**

**-درپاسخ به پرسش های مشتری اطلاعات کافی بدهید تا او احساس راحتی کند.خیلی ازمردم می خواهند جزئیات خدمات و شرایط توررا بدانند.دراینجا درست و خوب گوش کردن و ارائه پاسخ کامل نقش مهمی دارد.اگر پرسش های دقیق تری دارند و جزییات بیشتری می خواهند با حوصله به آنها گوش کنید.لوازم ولباس های مورد نیاز-محل و زمان شروع تور و گرد هم آمدن مسافران و.شرایط مقصد و اطلاعات دیگر را به آنها بدهید.**

**-بازاریابی کنید-**

**ارزش خدمات خود را به مشتری نشان دهید تا قانع شود که شما کار را خیلی راحت تر وروان تر وسریع تراز رقبا انجام می دهید.مشتری باید ارزش تخصص شما را درک کند و بداند وقتی کاررا به آژانس می سپارد ازفریب کاری و رزروهای جعلی توسط شیادانی که قصد فریب او را دارند درامان است چون همه ترتیبات سفر توسط کارشناسی معتمد و مجوزدار انجام شده واو میتواند با آرامش خیال سقرکند.**

**-برای جلب مشتری به ویژه درابتدای کارتخفیف هائی به اوبدهید.برخی مشتریان نمی دانند که آژانس ها ازهتلها وارلاین ها وریسورت ها قیمت های خاص و تخفیف دارمی گیرند.بخشی ازاین تخفیف ها را به آنان بدهید و خوشحال شان کنید.**

**-برای توصیف مقصد ازمهارتهای ارتباطی خود کمک بگیرید.توصیف خوب بسیار اثرگذاراست.ارایه عکس و ویدئوهای با کیفیت بیشترین اثر را دارد و شما را ازهمکاران و رقبا متمیز می کند.**

**- اگردرمورد مقصد مطلب جالب و نکته جذابی می دانید بگوئید.مثلا از غذای بسیارخوب و خاصی که درآنجا خورده اید.**

**یک معرفی کوتاه و حرفه ای و جذاب و دور ازاغراق شما را از دیگران متمایز می کند.مثلا:**

**"من یک کارگزارسفرهستم و تخصص ام تورهای هیجانی و ماجراجویانه است.شما را به جاهائی می برم که احساس کنید یک بومی و محلی هستید و زندگی کامل آنها را تجربه کنید.خیلی ازمسافرانم عاشق تورهائی سنگاپور و ویتنام واندونزی من هستند..خوشحال می شوم برای شما هم سفری ترتیب دهم که خیلی دوست دارید"**

**-تورهای خود را در حسابها و صفحات رسانه های اجتماعی خود ازجمله فیس بوک به خوبی معرفی کنید.ازتخصص وعلاقه مندی های خود بگوئید.نکات مهم سفر را که برای مردم جذاب است بنویسید.آخرین خبرهای گردش گری و مقاصد جدیدی که با آنها آشنا می شوید بنویسید تا مخاطبین شما بیشتر شوند که هر کدام یک مشتری بالقوه هستند.**

**- یک وبسایت با کیفیت و حرفه ای بسازید و مرتبا آن را به روز کنید.گرچه این روزها اینستاگرام و یوتیوب و فیسبوک برای گردش گری بسیارکارآمد هستند ولی وبسایت نیز لازم است و شما را یک آدم حرفه ای معرفی می کند.ازهمه ی این رسانه ها استفاده کنید ولی یک وبسایت حرفه ای هم درست کنید و درآن جائی هم برای تماس و طرح پرسش کاربران درنظربگیرید.به پیامها نیز به سرعت جواب دهید و برا ی رزرو تورنیز امکان آنلاین را فراهم کنید.**

**- یک کامیونیتی بسازید و مشتریان خود را ترغیب کنید که در آن شرکت کنند.هرگاه به آنها بلیت یا هتل یا خدمات ترانسفر وهر خدمت دیگری ارایه می کنید یا بسته ای ازشما می خرند از آنها بخواهید نظرشان را در مورد کیفیت کار شما با دیگران به اشتراک بگذارند.طی پیام کوتاهی از تجربه کار کردن با شما بگویند.این کارتوجه دیگران را جلب می کند و مشتریان بیشتری را به سمت شما می کشاند.**

**تورگردان-یکی از رایج ترین خدماتی که تورگردان برای مسافرین انجام می دهد تهیه بلیت پروازچارتر و هتل و ترانسفر و دراختیار گذاشتن راهنما درطول سفراست.یکی از دلایل وجود تورگردان ها دراین میان این است که خود مسافرمعمولا به آسانی ازعهده این کارها برنمی آید و یا نمی تواند تخفیف بگیرد و قیمت گرانتری می پردازد.اگرمقصد سفرکشور دیگری باشد مشکل زبان و ارتباطات و تفاوت قیمت ارزها هم هست.گر چه با گسترش امکانات ارتباطی بسیاری از مردم خودشان این کارها را انجام می دهند ولی تورگردانان با توجه به تجربه ارزشمند و ارتباطات پیوسته با هتل و ارلاین و سایر خدمات دهندگان کارها را راحت ترو سریع تر و با قیمت های بهتر به نتیجه می رسانند و درضمن حافظ منافع مشتری هستند واجازه نمی دهند مشتری گرفتارسایتهای جعلی گردش گری شود و پولی از دست بدهد.**

**خدمات تورگردانان**

**ارزیابی و تعیین تعداد بسته هائی که طی سال برای هرمقصد می توانند بفروشند.-**

**-سفر به مقاصد مختلف.بازدید ازهتل ها و ریسورتها و دیدار با مدیران ارلاین ها و شرکت های کرایه خودرو واتوبوس های توریستی به منظورارزیابی کیفی آنها وعقد قرارداد.**

**-محاسبه و تعیین سطح کیفی خدمات برای هربسته مسافرتی -تنظیم قرارداد با خدمات دهندگان- محاسبه هزینه ها.**

**-گرد آوری -بررسی و ارزیابی بازخوردهای دریافتی ازمسافران برای استفاده درتورهای بعدی.**

**-تحقیقات بازار برای برآورد و گمانه زنی میزان استقبال مردم ازهربسته مسافرتی.**

**-تنظیم و تدارک انواع کاتالوگ و بروشور و تولید محتوا برای معرفی تورها**

**-رزرو پرواز و هتل و... و صدور صورت حساب برای مسافر**

**-محاسبه سود خالص تور در پایان آن .**

**راهنمای تور**

**آموزش های لازم برای راهنمایان گردشگری**

**آموزش های زیربرای دارندگان دیپلم دبیرستان و مدرک کارشناسی که می خواهند راهنمای گردش گری شوند ضروری است:**

**گردش گری-سفر-مدیریت -بازاریابی-آی تی-بازرگانی-زبان خارجه- مدیریت تهیه غذا و مدیریت هتل.کسانی که علاوه براین دوره ها تجربه عملی و مدرک دوره های علمی کاربردی را دارند امتیاز بیشتری دارند.**

**-هرتجربه کاری مثلا دریک هتل یا ریسورت به ویژه اگر در خارج از کشورباشد امتیازی به حساب می آید.**

**مهارتهای اساسی و مهم یک تورگردان:**

**داشتن اطلاعات کافی واساسی ازمقاصد مهم گردش گری جهان**

**دانستن زبان یا زبان های خارجه و توانائی برقراری رابطه دوستانه با مشتری-**

**-مهارت های خدمات مشتری- سازمانی- آی تی و مدیریت زمان**

**\*\*\***

**چگونه یک تور گردان موفق بشویم**

**پیش از فصل شلوغ سفرباید به خودتان قول بدهید که امسال تورگردان بهتری باشید.البته منظورم این نیست که حالا تورگردان بدی هستید. شما ویژه گی های شخصی خود را دارید.ولی معنایش این نیست که جائی برای بهترشدن وجود ندارد.همیشه می شود تورگردان بهتری شد و کسب و کارموفق تری داشت.**

**–شرایط کنسل شدن تور را روشن و شفاف کرده و به آن پای بند بمانید.**

**اگرشرایط مقصد تاحد زیادی به آب و هوا بستگی دارد احتمال کنسل شدن تور درآخرین لحظه ها هست.بنابراین باید برای آن آماده باشید وسیاست مشخصی داشته باشید ودرتمام قراردادهای خود با مشتریان به وضوح درج کنید.**

**- دوروز پیش ازسفر برای همه مسافرینی که با شما تور رزرو کرده اند پیامی بفرستید و تاریخ وساعت سفررا یادآوری کنید تابه صورت آنلاین اعلام آمادگی کنند.برای این کار در وبسایت خود امکانش را فراهم کنید تا در زمان صرفه جوئی شود و کارها با نظم بیشتر پیش رود.**

**-درپایان سفر از مسافران نظرسنجی کنید.این بازخوردها برای تورهای بعدی بسیار مفیدهستند.**

**-درهرسفر ممکن است کسی به دلیلی ناراحت و شاکی باشد.شما با آرامش واحترام تمام به حرف اوگوش کنید.انتظار نداشته باشید تک تک مسافرین از خدمات شما صد در صد راضی باشند.شما همه تلاش خود را می کنید ولی به هرحال ممکن است کسی یا کسانی ازچیزهائی که بیرون از کنترل شماست ناراضی یا عصبانی باشند.با آرامش وصبوری باید پیگیرحل مشکل باشید.**

**مسافر و مشتری را در شبکه های اجتماعی فعال کنید.کاری کنید که نظری بدهند و بحثی درگیرد و با شما و دیگران تعامل کنند.بدون تاخیربه این اظهارنظرها پاسخ دهید تا روابط گرم و صمیمانه باقی بماند.**

**چگونه راهنمای توربشویم**

**برای عاشقان سفرکه دوست دارند پیشاپیش جمعیت حرکت کنند و ویژه گی های مقصد را شرح دهند و چندین کار را به صورت همزمان انجام دهند راهنمای تور بودن راهی عالی برای پیشرفت شغلی است.اگراین کار را دوست دارید جستجو را شروع کنید.اگرمدرک دانشگاهی یا گواهینامه ای از یک اتحادیه یا انجمن صنفی داشته باشید کارتان راحت تراست. توقتی کارپیدا کردید برای رویاروئی با مشکلات این حرفه هم آماده باشید.این کارهم تفریح وخوشی دارد وهم مشکلات و مسئولیت فراوان.**

**روش اول-**

**-درجستجوی فرصت-راهنمایان درپارک ها-سایت های تاریخی-شرکتهای بهره بردار یا اداره کننده ی جاذبه های گردش گری-کشتی های کروز وخیلی جاهای دیگرکارمی کنند. ببینید کدام یک ازاین ها را بیشتر دوست دارید.برای جستجو تایپ کنید:"راهنمای توربرای کشتی های کروز در مسیر دریای کارائیب"**

**تعداد زیادی شرکت های گردش گری کروز وشرایط و حقوق لیدرها روی صفحه نمایش شما ظاهرمی شود.همه را بررسی و یکی را انتخاب کنید.**

**-برای تصمیم گیری دقیق و درست توصیه می کنم خودتان به مقاصد مختلف سفر کنید.موزه ها جاذبه های گردش گری و دیدنیها را ببینید.با اتوبوس های گردشگری قطار و هواپیما سفر کنید.پس ازاین تجربه ها به خوبی تشخیص خواهید داد که به کدام یک بیشترعلاقه مند هستید.با مشکلات کار بیشترآشنا می شوید و تصمیم بهتری می گیرید.اگربرای سفربه همه مقاصد مهم پول کافی ندارید چند جای نزدیک تر را انتخاب و به آنجا سفر کنید.**

**-ازافراد خانواده و دوستان بخواهید با شما سفرکنند تا ببینید چه چیزهائی را دوست دارند و چه چیزهائی را دوست**

**ندارند.وقتی کارمورد نظررا به عنوان راهنما پیداکردید متوجه خواهید شد که این تجربه ها چقدر مفیداند.**

**-طی اجرای توراز نکات مهم یادداشت بردارید و درفرصت مناسب ازآنها استفاده کنید.**

**- وبسایت انجمن های صنفی راهنمایان را هم ببینید و درآنها دقیق شوید هر کشوری انجمن یا اتحادیه خود را دارد که اطلاعات بسیارمفیدی درآنها هست.با بررسی و مطالعه دقیق این وبسایت ها دانش و تجربه پرباری به دست می آورید. باهمکاران خود در سراسر دنیا آشنا می شوید.دردوره های آموزش اتحادیه های صنفی هم شرکت کنید تا به مشاغل بهتری دست یابید.**

**-به آژانسهای محلی مراجعه کنید و بروشورهای آنها را بردارید وبه دقت بررسی کنید.آژانس ها با بهره برداران یا مدیریت های جاذبه های جهان گردی همکاری نزدیک تبلیغاتی و نوعی شراکت دارند.ازآنها درمورد پرهواخواه ترین جاذبه ها بپرسید و کمک بگیرید.**

**- با بهره برداران و مدیریت های جاذبه های گردش گری تماس بگیرید و درآنجا هم دنبال کار باشید.بهتراست حضوری باشد و درمحل کارشان با آنها آشنا شوید.این هم تجربه مفیدی است.**

**روش دوم**

**-استخدام شدن**

**-دربسیاری ازکشورها باید درآزمون راهنمایان تور شرکت کنید.جزییات آزمونها واطلاعات ثبت نام دروبسایت ها موجود است.آزمون را جدی بگیرید و برای آن آماده شوید.درصورت مردود شدن دوباره باید هزینه نام نویسی را بپردازید.**

**به آموزش توجه کنید-انجمن راهنمایان گردشگری- آکادمی بین المللی راهنمایان تور[[77]](#footnote-77)دردِنور-کلرادو- برای راهنمایان دوره های حرفه ای برگزار می کند.صحبت کردن در برابر جمع -شناخت واژه های تخصصی گردش گری-رهبری-کار گروهی وسایر مهارتهای ضروری را آموزش می دهد و برای شما گواهینامه صادرمی کند.توجه کنید که باید دوره راهنمای تور را ببینید نه ریاست تور.ریلست تورمسئول اداره ی تور و خدمات و پشتیبانی است.ولی شما با مسافرین سر وکاردارید وهمراه شان هستید.**

**-درزمینه های مرتبط هم کلاسها و دوره ها را بگذرانید.اگرمحل زندگی شما به یک دانشگاه یا کالج محای یا انجمن و اتحادیه صنفی مرتبط با گردش گری نزدیک است-مراجعه کنید وبه صورت حضوری با دوره های تخصصی آنها آشنا شوید.: زبان خارجه- مدیریت ورهبری و پذیرائی و مهمان نوازی.**

**با گذراندن این دوره ها شانس خود را برای یافتن شغل مناشب افزایش دهید.اگرمی خواهید دراین شغل بمانید و پیشرفت کنید برای آموزش وقت بگذارید و هزینه کنید.اگرشاغل هستید در دوره های شبانه شرکت کنید.دوره های دانشگاهی نیزبسیار مهم اند.گرچه تضمینی برای پیدا کردن شغل نیستند ولی با مدرک دانشگاهی شما به کارفرمای احتمالی نشان می دهید که به این حرفه علاقه مندهستید و تحصیلات مرتبط را هم گذرانده اید.**

**-برای شروع کار به صورت آنلاین یا حضوری درخواست بدهید.بهتراست درخواست را برای شرکت هائی بفرستید که قبلا شناسائی و انتخاب کرده اید.سوابق کاری و چند رفرانس قوی را هم در رزومه درج کنید.**

**شرکتهای معتبربرای تصمیم گیری در مورد آنچه در رزومه خود نوشته اید راستی آزمائی می کنند و درصورتی که مورد تایید شان باشید برای مصاحبه یک یا دو مرحله ای از شما دعوت می کنند.**

**-اگر درفرم درخواست شغل باید به پرسش هائی پاسخ دهید دقت کنید که جوابهای درست و پخته بدهید.این پرسش ها طوری طراحی شده اند که ازپاسخ ها به توان و قابلیت های شما در رویاروئی با مشکلات و بحرانها پی می برند و این چیزی است که کارفرمای شما می خواهد بداند.نمونه ای ازاین پرسش ها ازاین قرارند:**

**-اگراتوبوس گروه شما بین راه خراب و متوقف شود چه می کنید؟**

**-برای کارکردن با ما به عنوان راهنمای تورانگیزه ی شما چیست؟**

**دلیل علاقه شما به این شغل پیست؟-بهترین پیشنهاد کار را که به دست تان می رسد قبول کنید.اگرآن قدربختیار باشید که چند پیشنهاد دریافت کنید فهرستی ازآنها تهیه وجلوی هرکدام امتیازهای مثبت ومنفی را بنویسید.اگرکارحضوری است فاصله آن تا خانه خود-حقوق وسایر شرایط را هم درنظر داشته باشید.**

**روش سوم-**

**رویاروئی با چالشها**

**با مردم معاشرت وتعامل کنید.راهنمای تور بودن یعنی جوشیدن با مردم وهمکاران و جامعه**

**آماده باشید به پرسش های بی شمار مشتریان جواب دهید.افرادی ازفرهنگ ها وبا خلق و خوهای گوناگون و شخصیت های متفاوت.ازآدمهای معقول و منطقی تا افراد بهانه گیرومزاحم و بی ملاحظه و انبوه مردمی که همیشه درسایت های گردش گری حضور دارند.**

**-اگرراهنما هستید باید با روحیه و بسیار صبور باشید.دراوقات مسافران فراغت برنامه های بعدی را مرورکنید تاهمه چیزبه موقع انجام شود.**

**- بسیار مطالعه کنید.درمورد جاذبه های گردش گری بایداطلاعات دقیق ودرست داشته باشید.مسافران مرتبا سوال می کنند.سوال هائی که گاه شاید مرتبط با کار شما هم نباشد.ولی اگربتوانید به پرسش های آنان جواب درست بدهید اثر بسیارخوبی برآنها می گذارید وشما را به عنوان یک راهنمای خوب وآگاه می شناسند و به دیگران هم معرفی می کنند-خیلی طبیعی است که پاسخ برخی از پرسش ها را ندانید.دراین صورت صادقانه بگوئید جواب را پیدا می کنید و به آنها خواهید گفت.سوال را یادداشت کنید که فراموش نشود و حتما هرچه زودترجواب را پیداکنید و به سوال کننده بگوئید.**

**-همیشه ممکن است طی سفرمشکلی پیش آید.ازمریض شدن یک مسافر تا خراب شدن شدن اتوبوس و یا جداشدن مسافراز گروه و گم شدن او.برای این مشکلات احتمالی باید قبلا پیش یبینی کرده باشید.همیشه با یک شماره تلفن ویژه با بخش لجستیک وپشتیبانی آژانس درتماس باشید.اگر مشکل را به تنهائی حل کردید که چه بهتر ولی درغیراین صورت بلافاصله ازآژانس کمک بخواهید.شما رهبر و لیدرگروه هستید و مسافران برای حل مشکل به شما چشم دوخته اند.حفظ خونسردی دراین مواقع بسیار مهم است.مشکل را با صبوری حل کنید تا مسافران با دیدن آرامش شما آرام شوند.**

**-اگرمی خواهید به صورت آزاد یا فری لنسری کارکنید.بدانید که تور لیدری اصولا یک کار موقت و فصلی است وحقوق ثابت ندارد.به عنوان راهنمای تور از کارکنان رسمی و تمام وقت به حساب نمی آئید.بنابراین برا ی تامین بیمه درمان و بازنشستگی و پرداخت مالیات خود باید راسا اقدام کنید.روش آزاد کاری هم مزایا و معایب خود را دارد.**

**-وقتی با تورهستید همیشه وهمه جا اولویت وحق تقدم با مسافران است.لیدر آخرین نفری است که غذا می خورد.وآخرین نفری است که پس از اطمینان از سوارشدن همه مسافرین به اتوبوس قطار یا هواپیما سوارمی شود.**

**- همیشه به یاد داشته باشید که وقتی با تورهستید مسافران شما درحال گذران تعطیلات و مرخصی خود هستند ولی شما درحال کارهستید.کاری که برایش دستمزد می گیرید و مسئولیت های فراوانی هم دارید.هرکاری می توانید بکنید تا افراد گروه راضی باشند.-وقتی مسافران شما در محل زیبائی درحال صحبت یا عکاسی هستند شما باید درحال هماهنگی های بعدی و برنامه ریزی گامهای بعدی باشید.**

**- تورلیدری توان فیزیکی بالامی خواهد.بنابراین به سلامتی جسمی خود توجه کنید زیرا ازشرایط اصلی و مهم این شغل است.**

**- بیان خوش و صدای رسا نیزازشرایط توفیق در این حرفه است.**

**توانایی قصه گوئی- درمکان های جذاب گردش گری داستانهای مربوط به محل را تعریف کنید.نباید مثل دستگاه ضبط صدا و یک سری اسم و تاریخ و رویدادهای مختلف را پشت سرهم ردیف کنید.اطلاعات را درقالب داستان های کوتاه وشیرین بیان کنید.قصه هایی با ساختارخوب وآغاز و پایان جذاب.**

**نکته مهم دیگراین که مسافران به هیچ وجه نباید کوچکترین آسیبی به آثار تاریخی و بناها ومحیط زیست و گیاهان و زیستگاه طبیعی گونه های جانوری بزنند.نباید کوچکترین زیاله و پسماندی هم ازخود باقی بگذارند.احترام به مردم محلی وفرهنگ و رسوم آنان نیز باید دقیقا رعایت شود.شما به عنوان لیدرمسئولیت نظارت براین موارد را به عهده دارید.**

**-هنگام توضیح درمورد جاذبه ها روی شما باید به سمت مسافران باشد.اگراز بلندگوی دستی استفاده نمی کنید صدایتان آن قدربلند باشد که افرادی که عقب ترایستاده و از شما دورهستند توضیحات شما را بشنوند.**

**\*\*\***

**چگونه مدیر تور موسیقی شویم**

**مدیرتورکنسرت که در شهرهای مختلف برگزارمی شود مسئولیت تدارکات و برنامه ریزی های گروه موسیقی را به عهده دارد و به جزرزرو هتل و پرواز و وسیله رفت وآمد و ترانسفرها- تدارکات وسازماندهی جا به جائی سازها و ابزارفنی و تجهیزات و تدارک سالن-گرفتن مجوزها-وهماهنگی با پلیس برای حفظ امنیت محل به عهده مدیرتور است.روشن است که اوبرای چنین کاردقیق و پرمسئولیت و سنگینی باید یک تیم ورزیده داشته باشد.مسئولیت ها را تقسیم و برآنها نظارت کند.**

**مدیر تورباید مهارتهای متعددی داشته باشد.پیشینه فعالیت درگروه به عنوان نوازنده یا خواننده واشتغال درکسب وکارهای مرتبط با موسیقی-داشتن مهارت های مدیریتی وسازمانی و مدیریت زمان و پیش بینی ریسکها دراین جا بسیاربه کارمی آید.**

**بسیاری ازمدیران تورهای برگزاری کنسرت درابتدا نوازنده بوده اند ویا ازعاشقان موسیقی که درکنسرتهای بسیاری شرکت داشته و ازموسیقی لذت برده اند.**

**-در صنعت موسیقی شغلی پیداکنید.برای کارآموزی در سطح بالاتر باید در یک شرکت تولید موسیقی ونماهنگ (موزیک لیبل)[[78]](#footnote-78) کارکنید و دوره ای ببینید.به ویژه دربخش روابط عمومی این شرکتها تجربه های خوبی به دست می آورید وبا فوت وفن این کاربه خوبی آشنا می شوید.**

**چگونه کسب و کارخود را درصنعت سفر راه اندازی کنیم.**

**دربازارهای امروز و با رقابت فشرده -راه اندازی یک کسب و کارموفق در زمینه سفرکار آسانی نیست.برای ورود به این صنعت راه های مختلفی وجود دارد.اگرعاشق سفرهستید و می خواهید در این صنعت بمانید و پیشرفت کنید سرمایه گذاری در یک کسب و کارشخصی گزینه درستی است.**

**-راه اندازی آژانس مسافرتی به صورت فرانچایز[[79]](#footnote-79)**

**یک -پیش ازهر چیز باید صنعت گردش گری را به خوبی بشناسید.تا می توانید مطالعه کنید.درمورد سفرزمینی -ریلی -دریائی وهوائی و درزمینه های مختلف سفر و بسته های مسافرتی و مقاصد پرهواخواه به خوبی مطالعه کنید.**

**-چنان که دراوائل کتاب نیزگفته شد بهتراست بر یک محصول خاص گردشگری یا یک بخش خاص از بازارمتمرکزشوید و تخصصی کارکنید.تورهای کشتی های تفریحی یا کروز-تورهای اسکی-تورهای ویژه شکار-بوم گردی- تورهای شرکتی (مسافرتهای کاری مدیران و کارکنان شرکتها وتورهای تشویقی که به عنوان پاداش به کارکنان خود میدهند)تورهای دانشجوئی ارزان قیمت-تورهای ویژه زنان-سالمندان و بازنشستگان یا گیاه خواران وتورهای نمایشگاهی.**

**-راه اندازی آژانس فرانچایز امتیازهای زیادی برای شما دارد.کسب و کارهای فرانچایز در زمینه گردش گری به این شکل است که یراساس یک قرارداد شما شعبه ای ازیک آژانس بزرک و معتبر و شناخته شده می شوید.آژانس براساس ضوابط خود درچیدمان و طراحی و رنگ فضای دفتر و تامین تجهیزات لازم به شما کمک می کند وآن را به صورت یکسان با شعب دیگردرمی آورد..درابتدا مبلغی را به عنوان حق امتیاز یا حق فرانچایز به آنان می پردازید وقرار داد رسمی بسته می شود. با این قرارداد اجازه دارید از نام و لوگو واعتبارآنها استفاده کنید.شرکت مادر یا فرانچایزور برای شما آموزش های منظم دوره ای نیز برگزارمی کند.آنها بسته به قدمت- شهرت واعتبارشان شرایط و ضوابط خاص خود را دارند.**

**درمورد انتخاب محل نیز فرانچایزورهای معتبر بهترین موقعیت های محلی را در پرتردد ترین نقاط شهرها انتخاب می کنند.شما هم برای انتخاب محل باید ضوابط آنان را رعایت کنید.برای انتخاب محل ازآژانس های املاک که دربخش مجتمع های اداری تجاری کارمی کنند کمک بگیرید یا در وبسایتها جستجوکنید.**

**برای انتخاب فرانچایزور گردش گری باید به خوبی بررسی کنید وشرایط چند شرکت را با یکدیگرمقایسه کنید.برای این کارمنابع وکتابها و وبسایت های مختلف وجود دارند.فرانچایزوری که انتخاب می کنید مجوزها و مدارک مورد نیاز برای شروع فعالیت را در اختیار شما می گذارد و کارشما را آسان می کند.**

**پیش ازامضای قرارداد هر پرسشی دارید از آنها بپرسید و قرارداد را با چشم باز امضا کنید.بهتراست ازیک وکیل متخصص کمک بگیرید.درمورد فضا یا متراژ دفتر و چیدمان و رنگ هم استانداردهای خود را دارند.**

**-برای انتخاب نیروی انسانی از کاریابی های خصوصی کمک بگیرید و یا درروزنامه های محلی آگهی کنید.درانتخاب دقت کنید چون نیروی انسانی مهم ترین عامل موفقیت است.شرکت مادریا فرانچایزوردراین مورد نیزبه شما کمک می کند.**

**آژانس های فرانچایزی هم مثل کسب و کارهای دیگر نیاز به مشاور کسب و کار دارند تا برای دریافت وام طرح توجیهی تهیه کنند.برای پیدا کردن فرد مورد نظرازدایرکتوری های اتاق بازرگانی واتحادیه های صنفی استفاده کنید.**

**-بازاریابی–بخش عمده تبلیغات و بازاریابی با شرکت مادراست که این کار را به روش های استاندارد خود انجام می دهد.**

**-با عضویت دراتاق بازرگانی شهرخود با صاحبان کسب و کار و فعالان اقتصادی آشنا شوید و ارتباط برقرارکنید.علاوه بر تبلیغاتی که شرکت مادرانجام می دهد-شما هم در رادیو تلویزیون و روزنامه ها و شبکه های مجازی تبلیغ کنید.**

**-با سازمانها و نهادهای مرتبط با گردش گری و خدمات دهندگان این صنعت ارتباط برقرارکنید.با شرکتهای هواپیمائی-خطوط کشتی رانی تفریحی-راه آهن ها-هتلها-مراکز تفریحی اقامتی-شرکتهای کرایه وسیله نقلیه آشنا شوید و خود را بشناسانید.برای معرفی خدمات خود ازهرفرصتی استفاده کنید.**

**-برای مشتریان آسان ترین روش پرداخت را درنظربگیرید و دروبسایت خود نصب کنید.با بانک های محل خود صحبت کنید و شرایط گشایش حساب و دریافت وام را بررسی و با یگدیگرمقایسه و مناسب ترین آنها را انتخاب کنید.همکاری شما با شرکت مادر در واقع نوعی شراکت است و موفقیت آنها به موفقیت شما بستگی دارد.بنابراین هرکاری بتوانند می کنند تا شما موفق شوید.**

**راه اندازی یک آژانس مسافرتی درخانه**

**درآمریکا هرایالت ضوابط و مقررات خاص خود را دارد.اگرمی خواهید آژانس خانگی راه بیندازید مقررات ایالت خود را دراین مورد به دقت بررسی کنید.به هرحال مقداری تشریفات اداری وکاغذ بازی دارید.با نهادهای دولتی و متولی این کارتماس بگیرید و آخرین ضوابط و شرایط را بپرسید.نوع شرکت را مشخص برای ثبت آن اقدام کنید.**

**تماس و مشورت با آژانس های کوچک -دراندازه خودتان- هم مفیداست**

**-یک طرح کسب و کار بنویسید.**

**رصورت نیاز به سرمایه با ارایه این طرح به سرمایه گذاران نقدینگی لازم را تامین کنید.برای تهیه این طرح از یک کارشناس متخصص کمک بگیرید.**

**حساب بانکی-**

**برای کسب وکارخود به دو حساب بانکی جداگانه نیازدارید.یکی برای تراکنشهای مربوط به کاراست (به جزواریزی های مشتریان) و حساب دیگر ویژه پرداخت های مشتری برای خدماتی که ازشما می خرد.**

**اگر با بیش ازیک شرکت همکاری کنید و بسته های مسافرتی چند آژانس را بفروشید با محصولات متنوع ترمخاطبین و مشتریان ییشتری خواهید داشت.درهرحال دراین صنعت ارتباط های گسترده تر و روابط عمومی قوی تر نقش مهمی دارد.**

**بازاریابی کنید-**

**برخلاف پیمانکاران فرانچایزی که آژانس مادر برایشان تبلیغ می کند شما به عنوان یک آژانس مستقل خانگی کل کار تبلیغات را خودتان باید انجام دهید.**

**قبلا هم اشاره کردیم که با توجه به تازه کار بودن بهتراست با آژانس های قدیمی ومعتبر قرارداد همکاری ببندید و بلیت وهتل و سایر خدمات را توسط آنها رزرو و سود را با آنها تقسیم کنید.این کار درشروع که هنوز شناخته شده نیستید لازم است و به نفع شماست. زیرا آنها با هتل ها و ارلاینها و بقیه خدمات دهندگان همکاری مستمردارند و قیمت های بهتری می گیرند.کار را هم سریع تربه نتیجه می رسانند.از تخفیفهای سالانه نیز استفاده می کنند که بخشی از ن را می توانید به مشتری خود بدهید و رضایت او را جلب کنید.**

**-پیمان کاری مستقل یک آژانس مسافرتی**

**پیمانکاران مستقل صنعت گردش گری شرایط خوبی دارند.ازطرفی درکارخود استقلال دارند و ازسوی دیگراز پشتیبانی واعتبار آژانس مادر بهره می برند و با دریافت کمیسیون از ثبات مالی هم برخوردارند.درانتخاب آژانس مادر دقت کنید.بعضی ازآنان برای شروع همکاری هزینه اندکی دریافت می کنند که بسیارپایین ترازمبلغی است که به شرکت مالک فرانچایز[[80]](#footnote-80) میپردازید.**

**آژانس میزبان بخش یزرگی ازکارهای حسابداری و محاسبه کمیسیون-آموزش وبازاریابی را انجام میدهد.مجوزکار و گواهینامه ها ومدارک لازم را نیز دراختیارتان می گذارند.به این ترتیب پیمانکار مستقل وقت کافی دارد که بازاریابی کند. قرارداد همکاری ببندید و دراین مورد هم از وکیل کمک بگیرید.**

**- شما پیمانکارمستقل و صاحب کسب و کارخودتان هستید.نه کارمند آژانس میزبان و دراستخدام آنها.درمواردی هم آژانس میزبان دردفتر خود فضای کار در اختیار شما می گذارد.در این صورت نیازی به دفترجداگانه در خانه یا محل دیگرندارید. شرایط همکاری همیشه قابل مذاکره هستند.**

**روش کار و دستورعمل-**

**از دستورعمل و رهنمودهای آژانس میزبان دقیقا پیروی کنید.آنها را پیش از شروع کار به خوبی مطالعه کنید واگرابهامی دارد بپرسید تا همه چیز برایتان روشن شود.دردوره های آموزشی آنها شرکت کنید تا برای رسیدن به اهداف خود آماده گی لازم را پیداکنید.موفقیت آنها به همکاری کامل و موفقیت پیمانکاران مستقل شان از جمله شما بستگی دارد.**

**ایده هایی برای بازاریابی مقاصد گردش گری**

**برای بازاریابی موثر باید طرح و برنامه حساب شده وهدفمند داشته باشید.برنامه ریزی بازاریابی اساس کارشماست و بدون آن کارسختی درپیش دارید.اگر برنامه مشخصی در کارنباشد نمی دانید چه کاردارید می کنید واصولا نتیجه ای می گیرید یا نه. موفق ترین واثرگذارترین بازاریابان و آژانس های بازاریابی آنهائی هستند که برای این کاربرنامه یا طرح گام به گام دارند. بنابراین یک برنامه راهبردی بازاریابی تنظیم ودر فواصل معینی بازبینی و درصورت لزوم اصلاح و تعدیلش کنید**

**-از اینفلوئنسرهای شیکه ای اجتماعی کمک بگیرید.درسالهای اخیراین کاربه دلیل اثرگذاری اش بسیار رواج یافته و روبه گسترش هم هست.اینفلوئنسرها افراد سرشناس یا سلبریتی هائی هستند که برند شخصی خود را دارند.تعداد زیادی دنبال کننده فعال دارند که شامل بلاگرها -یوتیوبرها و اینستاگرامرها هستند که به پستهای آنان توجه می کنند وآنها را بازنشرمی دهند.با یک اینفلوئسرتوافق کنید.این یک معامله برد-برد است.**

**شما به او کمک می کنید که محتواهای جدید تولید کند ودنبال کننده گانش را علاقه مند ومشتاق نگهدارد واو به شما کمک می کند که کسب و کارخود و مقاصد مورد نظرتان را بازاریابی کنید ودردیدرس دنبال کنندگان اوقراردهید وتاثیرفوری وقطعی آن را ببینید.**

**درضمن وقتی یک اینفلوئنسر سرشناس مقصد خاصی را معرفی می کند و بازخورد خوبی هم می گیرد گردانندگان هتل یامراکز تفریحی واقامتی آن مقصد ترغیب می شوند که ازآن ایفلوئنسریا بلاگرهای دنبال کننده او دعوت کنند که میهمان آنها باشد و ریسورت آنها را تبلیغ کند که این هم به نفع شماست چون مقصد مورد نظررا بیشتر می شناساند.**

**هدف این است که کسی را پیدا کنید که محتوای مرتبط با کسب و کارشما تولید کند تا مخاطبین او با آنچه شما عرضه می کنید آشنا شوند.این کار معمولا هزینه زیادی ندارد. اینفلوئنسرها معمولا می پذیرند که زحمت آنان را بعد از رونق گرفتن کار جبران کنید و البته باید به قول و قرار خود پای بند باشید.**

**-برای هرمقصد مورد نظر یک دفترچه راهنما در وبسایت بارگذاری کنید تا مشتری براحتی آن را پیاده کند وهمه اطلاعات موردنیازش را به دست آورد.**

**گردش گران و مسافران خون جاری در رگ صنعت گردش گری هستند بنابراین باید به خواسته ها و نیازهایشان کاملا توجه کنید.بیشتراین مسافران با مقصدی که معرفی می کنید آشنا نیستند و اطلاعات شان درحد شما که احتمالا بومی آنجا هستید نیست.آنها بسیارخوشحال می شوند که کسی آنها را به خوبی راهنمائی کند.**

**دفنرچه یا کاتالوگی که تهیه می کنید باید ساده و آسان فهم باشد.خیلی ازمردم آنها را کلمه به کلمه نمی خوانند.بروشورسبک خوش آب و رنگ و با کیفیت درست کنید. زیرعنوان"فقط محلی ها بخوانند" یا "اسرارپنهان محل" نکات جالبی را بیان کنید که در جای دیگری به آن اشاره نشده است.**

**در صفحه فیس بوک یک پلتفرم گفتگو درست کنید.گردش گرانی که می خواهند با شما سفرکنند پرسش های فراوانی دارند که پیش ازحرکت باید پاسخ آنها را بگیرند.این پلتفرم با همین هدف ایجاد می شود.بسیاری از کسب وکارها از صفحه فیس بوک خود به عنوان پلتفرم خدمات مشتری استفاده میکنند که فکر بسیارخوبی هم هست.شما هم همین کار را بکنید.دراین پلتفرم به پرسش های آنان جواب دهید.**

**-برخی ازاین پرسش ها ازاین قرارهستند:**

**برای زوجهای جوان چه برنامه هائی دارید؟**

**-آیا در این مقصد- هتل دوستدار حیوانات خانگی هم هست که من سگم راهمراه بیاورم؟**

**-آیا برای رفتن به این مقصد می توان از سرویس های عمومی بین شهری و قطار استفاده کرد؟**

**بیشترپرسش ها ساده اند و پاسخ کامل ومشروح شما موجب اعتمادسازی می شود و بازخوردهای مثبتی که ازگردش گران می گیرید بسیار بارارزش است.همین کار را دراینستاگرام هم بکنید.**

**- ازمقصد مورد نظر ویدئوهائی با بهترین کیفیت تهیه کنید.جهان آنلاین بر محورتصویر و ویدئو می چرخد که بیشترین اثرگذاری را دارند.ویدئو درمدتی بسیار کوتاه حجم زیادی ازاطلاعات مهم ترین جاذبه های مقصد را به بهترین شکل معرفی می کند.ویدئو ابزار بسیار خوبی است که با آن می توانید به مردم بگوئید کی هستید و چه کار می کنید.اما توجه کنید درآن فقط ازخود و کسب و کارتان و تاریخچه فعالیت خود حرف نزنید.مشتری به این چیزها علاقه ای ندارد.از چیزهائی بگوئید که مردم دوست دارند بدانند.اطلاعات کوتاه و فشرده بدهید.هر ویدئو فقط معرفی یک جاذبه و ویژه گی هایش باشد. به مشتری بگوئید درآن مقصد چه برنامه ها و فعالیت هائی برایش تدارک دیده اید.**

**فیس بوک هنوزهم دراین زمینه نقش پررنگی دارد و آمارها نیزهمین رانشان می دهند.موضوع یا سوالی را مطرح کنید که دوستان فیس بوکی - اینستاگرامی و ایمیلی را به واکنش و پاسخ گوئی ترغیب کند.بحثی درگیرد وبا یگدیگرگفتگو و تعامل کنید.این کارآنان را علاقه مند و کنجکاو نگه می دارد و تعداد بازدیدهای پستهای شما را هم بالا می برد.چیزی که مطرح می کنید باید موضوع روز و برای مردم جذاب ومهم باشد.**

**تعداد زیادی ازمردم مایلند درگفتگوها شرکت کنند.مثلا اگر شما یک دفتر گردش گری هستید ومی خواهید گردش گرجلب کنید از مخاطبین خود بخواهید برای دیگران بگویند که اگرهفت روز درشهر شما باشند برنامه های شان چیست و چه کارخواهند کرد.**

**با این کار بحثی آغاز می شود که مخاطبین را به سمت شما جذب می کند ودر ضمن برای معرفی بهترشهرتان هم بسیار موثر است و گردش گران را به دیدن آن ترغیب می کند.**

**مردم شرکت دراین بحث ها را دوست دارند و این به نفع شماست چون مقصد مورد نظررا بهتر می شناساند.نظرها و گفته های آنان را گردآوری وازآنها اسنفاده کنید.کاربران با شرکت دراین گفتگوها درواقع برای شما محتوا تولید می کنند. محتواهائی اثرگذارتراز آنچه که فقط جنبه تبلیغاتی دارند.این محتواها اعتماد می سازند وگردش گران را به مقصد مورد نظر شما میکشانند.**

**-درشبکه های گردش گری گردش کنید و اگر کسی دریوتیوب یا اینستاگرام و فیسبوک از سفر خود به مقصد مورد نظرشما و خاطره هایش صحبت کرده و ویدئو یا عکسی بارگذاری کرده است ازاو تشکرکنید واجازه بگیرید که آن را با دیگران به اشتراک بگذارید.**

**این کارها بسیارمفید و موثراند و برند شما را بهترمی شناسانند.**

**ویژه گی های خاص مقصد را برجسته کنید.یک امتیازخاص- چشم انداز بی مانند دریا و آسمان فیروزه ای یا یک غروب زیبا یا جنگلی سرسبز و باران خورده -دریائی با ساحل ماسه های سفید وآب زلال کریستالی.این ها را برجسته کنید و به خوبی به نمایش بگذارید.**

**هر کسب و کاری چیز خاصی دارد که دیگران ندارند مثلا روش خاص سروغذا سرمیزمیهمان- یا پیشوازاز میهمانان در یک جزیره با رقص وموسیقی و نوشیدنی های محلی و یا عبورمهمانان از روی فرش قرمز.اگردر مقصد مورد نظر چنین امکاناتی هست آنها را به خوبی به نمایش بگذارید.**

**دربازاریابی باید جنبه انسانی وعاطفی کسب وکار خود را هم برجسته کنید.مثلا توجه خاص به محیط زیست و حفظ زیستگاه جانوران یا جمع آوری زباله ازجنگل و ساحل- اگریک بوم گردی ساده محلی هستید و نمی توانید مثل یک هتل پنج ستاره برای مشتری خود تشریفات قائل شوید اما چیزهائی بسیار دوست داشتنی تر و خاص تر دارید که هتل پنج ستاره ندارد.آن را برجسته کنید مثلا نان تمام غله محلی .یا عسل صد در صد خالص کوهی و یا فضائی سرسبز وآب روان دریک روستا با محصولات صددرصد ارگانیک.اگر دقت کنید ویژه گی های خاص هرمنطقه را پیدا خواهید کرد.باید خوب نگاه کنید.برای این کار وقت بگذارید.**

**اگرخودتان یا یکی از همکاران حیوان خانگی دارد از کارهای با مزه این حیوان تعدادی ویدیوی جذاب درست کنید.مثلا از روبرو شدن آن با میهمانان و بازی و شیطنت آنها.مردم و به خصوص کودکان این چیزها را دوست دارند وبه آن جذب می شوند و این ویدیوها را با دیگران به اشتراک می گذارند و شما بیشتر و بهتر دیده می شوید.به خصوص اگراین حیوان خانگی شیرین و با مزه و بازیگوش باشد.**

**مشتریان شما چه کسانی هستند؟**

**شناخت مخاطب یکی از مهم ترین عوامل موفقیت در بازار گردش گری است.که باید برآن تمرکز کنید تا تلاشهای شما در فضای رقابتی سخت بی حاصل نماند وگم نشود.**

**مشتری هدف شماکیست؟ میانسالان ؟خانواده ها؟ جوانان؟ یا زوج ها؟ سالمندان و بازنشستگان؟ یا کوله پشتی به دوش های کم درآمد وعشق سفر که درهاستل اقامت می کنند واهل کمپینگ هستند؟**

**کدام گروه را هدف گرفته اید؟ آیا می دانید ازکجا باید شروع کنید؟**

**اگردریک شهرساحلی و محل آموزش موج سواری هستید مشتری شما علاقه مندان موج سواری و آفتاب گرفتن هستند.بنابراین روی آنها تمرکز کنید.**

**یا قرض کنید یک ریسورت دارید و می خواهید زوج های جوان را به آنجا جلب کنید.می دانید که دراین موارد زنان تصمیم گیرنده اصلی هستند.ریسورت خود را ابتدا به آنها معرفی کنید یعنی زنان دنبال کننده شما درشبکه ها.**

**برایشان در چندجمله کوتاه شرح دهید که ریسورت شما برای گذراندن ماه عسل جای شگفت انگیزی است.پکیج را هم درمرحله بعد بفرستید با پیشنهاد یک جعبه شکلات با بهترین کیفیت به عنوان هدیه.یا یک سبد گل که دراتاق شان می گذارید و یک شام رمانتیک که مهمان شان می کنید.**

**ازگوشی موبایل خود حداکثراستفاده را بکنید.**

**75% از نسل میانسال امروز راحت ترند که سوال خود را به صورت متن طرح کنند تا تماس تلفنی.این نسل ازگوشی موبایل خود بیشتراستفاده می کنند و بیشتر از گروه های سنی دیگربه سفر می روند.بنابراین با پلتفرم های موبایلی بیشتر سرو کار دارند. بنابراین باید اطمینان یابید که وبسایت شما بهینه سازی شده وسرعت بالائی دارد و مخاطبین براحتی و با سرعت می توانند به آن دسترسی پیدا کنند.سرعت و روانی وبسایت بسیارمهم است.بارگذاری ها باید به سرعت انجام شوند و همین طور پیاده کردن و خواندن مطالب.درطراحی وبسایت چیدمان صفحات نیزبسیارمهم است.**

**بازاریابی را روی گوشی موبایل متمرکزکنید**

**به صورت منظم عکس و ویدیو و متن های جذاب پست کنید وبه کامنتهای مخاطبین به سرعت پاسخ دهید.با تورهای مجازی جاذبه های مقاصد را ببینید و با دنبال کنندگان خود تعامل فعال برقرارکنید.این کار شما را از رقبا متمایزمی کند.**

**اگر درمقصد مورد بحث نمایشگاه کنسرت یا بازار کشاورزی و دامداری یا رویدادهای دیگری برگزارمی شود زودتر از رقبا آنها را به مخاطبین خود اطلاع دهید.خود را جای آنها بگذارید و فکرکنید به عنوان مسافر چه چیزهائی برایتان جالب سرگرم کننده و جذاب است و کاملا تازه گی دارد.**

**\*\*\***

**چگونه یک مشاور سفربشویم**

**دیپلم دبیرستان را بگیرید که حداقل مدرک تحصیلی است.اگردرحال گذراندن دوره دبیرستان هستید ضمن تحصیل یک زبان خارجه را هم به خوبی یاد بگیرید.دوره های بازرگانی-کسب و کار-کامپیوتر-مدیریت و ارتباطات برای شما صد درصد ضروری هستند.**

**یک دوره دو یا چهارساله کالج را هم بگذرانید.البته این دوره ها برای مشاورسفر الزامی نیستند اما اگراین دوره ها را ببینید مشاور بهتری خواهید شد و پیشرفت شغلی شما نیزتسریع می شود.مدرک دانشگاهی هم همین نقش را دارد.دوره های جغرافیا-پذیرائی و مهمان نوازی نیز برای شما بسیار مفیدهستند.**

**اگر زبان خارجه بدانید با مشتریان بیشتری ازملیت های دیگرآشنا ومرتبط می شوید.برای آموزش زبان ازخود آموزهای روزِتا استون [[81]](#footnote-81)استفاده کنید.**

**کلاس های کامپیوتر -به جز کارهای روتین رزرو هتل و بلیت وترانسفر-برای کارهای دیگرهم به کامپیوترنیازدارید.بنابراین باید دراین مورد کاملا ماهرو مسلط شوید.بدون کامپیوترهیچ کاری پیش نمی رود.نگارش و تنظیم ایمیل هم روشهای حرفه ای خود را دارد که باید یاد بگیرید.**

**دوره های تخصصی انجمن آژانس های گردش گری ایالات متحده (آستا) و اتحادیه بین المللی شبکه آژانس های مسافرتی(یاتا) را بررسی و هرکدام را که ضروری می دانید بگذرانید.**

**کارگزارگردش گری درمانی یا پزشکی**

**سازمان یا شرکتی است که افراد نیازمند مراقبت پزشکی یا عمل های جراحی را به بیمارستان ها و مراکزدرمانی که خدمات مورد نیازاو را عرضه می کنند هدایت می کند.دراین جا هم بحث تخصص مطرح است.آژانس ها یا شرکت های فعال در گردش گری پزشکی معمولا درزمینه خاصی کارمی کنند.مثلا دندانپزشکی و ایمپلت- ارتوپدی- یا قلب وعروق- جراحی زیبایی و پلاستیک.برخی هم در چند زمینه کارمی کنند.**

**اما باتوجه به حساسیت و ریسک های امور درمانی و پزشکی توصیه می شود به صورت تخصصی و درزمینه ای کارکنید که قوی ترهستید ودرمورد آن منابع واطلاعات دقیق وراستی آزمائی شده دارید.**

**درضمن به لحاظ جفرافیایئ نیزکارکردن در کشورهای مختلف بسیار مشکل و مسئولیتی سنگین است. زیرا برای معرفی بیمار به مرکز پزشکی وبیمارستانی درخارج از کشور ابتدا باید شناخت کامل و دقیقی ازبیمارستانها-استانداردهای کاری گواهینامه ها-و تخصص های آنان داشته باشید تا با اطمینان خاطر و کمترین ریسک بیمار را اعزام کنید.**

**توجه کنید که علت وجودی گردش گری سلامت یا پزشکی دوچیزاست:**

**یکی اعتبار و خوشنامی و تخصص بیمارستان ومهم ترازآن هزینه درمان وعمل جراحی که دربسیاری ازکشورهای آسیا و برخی از کشورهای شرق اروپا بسیارمناسب تراز کشورهای صنعتی غربی است.**

**آژانس هائی که دراین نوع گردش گری کارمی کنند با بیمارستان های کشورهای مورد تظرمذاکره می کنند و قرارداد همکاری می بندند.پیش ازاعزام بیمار پرونده پزشکی او را به صورت آنلاین برای بیمارستان می فرستند ودرصورت گرفتن پذیرش از بیمارستان مسافرت بیمار وهمراهش را برنامه ریزی وآنها را اعزام می کنند ودرپایان درصدی از صورت حساب بیمار را به عنوان کمیسیون دریافت می کنند.**

**با توجه به متفاوت بودن استانداردهای کیفی پزشکی در کشورهای مختلف جستجوی بیمارستان و مرکز درمانی معتبربا استانداردهای روز جهان کاری کاملا تخصصی و دقیق است.گردش گرسلامت اطلاعات دقیق بیمارستان و مدیریت آن و گواهی نامه های کیفیت و خدمات و منشور حقوق بیمار و پیشینه بیمارستان را مطالبه می کند تا تصمیم درستی بگیرد.**

**انواع کارگزاران گردش گری پزشکی**

**این آژانس ها با توجه به محدوده ی جفرافیائی و زمینه های تخصصی خود طبقه بندی می شوند.به طورکلی شرکتهای بزرگ تر درچند یا چندین کشور و درچند زمینه کارمی کنند و کوچکترها فعالیت محدودتری دارند.**

**-کارگزاری تکی و یک نفره -که گاه به صورت غیررسمی یا پنهان کارمی کنند.این افراد معمولا پزشکان یا سایراعضای کادر درمان هستند که با بیمارستان و درمانگاه های خاصی که معمولا سهامدارآن هم هستند ارتباط دارند و خدمات خود را بین دوستان همکاران و به خصوس بیماران سابق خود تبلیغ می کنند.**

**کارگزارانی که بیماررا به خارج ازکشوراعزام میکنند باید شرکت باشند زیرا این کار به صورت انفرادی ممکن نیست این شرکتها باید توانائی ارائه خدمات پشتیبانی را نیز داشته باشند بنابراین معمولا شرکتهای بزرگ و مجوزدارهستند که کلیه خدمات سفراز جمله پرواز-هتل ترانسفرو مترجم را نیزمستقیما وبی واسطه دراختیاربیمارمی گذارند.برای معرفی وتیلیغ خدمات خود نیز دست شان بازاست وخدمات خود را در وبسایت و گروه ها و شبکه ها و رسانه های اجتماعی تبلیغ می کنند.درآمد اصلی آنان ازمحل هزینه خدمات مشاوره بیمار و درصدی است که بیمارستان ازصورت حساب مشتری به آنان می پردازد.ازمحل بلیت و رزرو هتل و معرفی مترجم و خدمات دیگر نیز درآمدهایی دارند.**

**هرسال میلیونها نفرازمردم دنیا برای درمان وعمل جراحی به کشورهای دیگرسفر می کنند.بیمارستانها ومراکز درمانی سطوح مختلفی دارند.برخی ازآنها ازسازمانهای معتبرمحلی -کشوری و یا جهانی گواهینامه صلاحیت و ایزو دارند.کادر پزشکی آنان هم پس از گذراندن دوره های خاصی گواهینامه صلاحیت دریافت می کنند.**

**این مدارک در وبسایت بیمارستان بارگذاری می شود.آماربیماران و بستری ها و جراحی های انجام شده طی سال نیز در وبسایت درج می شود.بخشی را هم برای اظهارنظر بیمارانی که درآنجا درمان شده اند درنظرمی گیرند که برای معرفی کیفیت خدمات منبع قابل اطمینانی است.**

**به جز مدارک و گواهینامه ها وآمار پذیرش بیماران خارجی و اطلاعات کامل بیمارستان -هزینه های بستری و جراحی -روش پرداخت-ریسکهای غیرپزشکی-تجهیزات پزشکی وبیمارستانی-استانداردها نیز دروبسایت درج می شود تا آژانس و بیمار بتوانند تصمیم درستی بگیرند. درضمن واکسن حصبه و مالاریا برای بیمارانی که راهی ترکیه یا فیلیپین هستند الزامی است.**

**- منشوراخلاقی بیمارستان هم باید در وبسایت درج شود مثلا بیماری که به پیوندعضو نیازدارد باید بداند که درآن بیمارستان کارهای غیرقانونی وغیرانسانی صورت نمیگیرد واعضائی که به بدن بیمار پیوند زده می شود اهدائی و قانونی هستند(سالهاست که کشورچین به عنوان مرکز مهمی برای پیوند اعضا شناخته شده ونوبت انتظاربیمارجهت دریافت عضو در این کشوربسیار کوتاه ترازسایر کشورهاست.بررسی های سازمانهای مستقل جهانی نشان داده که دولت چین پس ازاعدام مخالفین سیاسی اعضای بدن آنها را برای پیوند ازبدن آنها خارج میکند ومی فروشند.این کارغیر اخلاقی وغیرانسانی به سختی محکوم شده ولی دولت چین این کار را ادامه میدهد-مترجم)**

**امورحقوقی- بیمارحق دارد پاسخ های روشن پرسش های زیر را بداند:**

**آیا ساختمان وتجهیزات بیمارستان پوشش بیمه های الزامی واستانداردهای ایمنی را دارد؟**

**آیا پزشکان و کادردرمان بیمه مسئولیت دارند؟ آیا درموردی که بیماربه دلیل سهل انگاری یا خطای پزشکی دچار مشکلاتی می شود و بحث دریافت غرامت مطرح می شود این بیمه به کارمی آید.؟**

**-درصورتی که بیمار دراتاق عمل فوت کند آیا بیمارستان اجازه بازگرداندن جسد را به مبدا میدهد؟**

**بیمارستان باید برای ببمار روشن کند که دراین موارد چه سیاستی دارد. درسال 2006 گروهی ازمدیران ارشد بیمارستان بوم ران گراد[[82]](#footnote-82) -تایلند اعلام کردند:**

**"اگردراین بیمارستان اشتباهی رخ دهد مورد را بررسی و جبران می کنیم.اما فکرنکنید که درتایلند هم می شود مثل ایالات متحده ادعای خسارت چند میلیون دلاری مطرح کنید- بدانید که این کاردر تایلندعملی نیست"**

**واقعیت این است که گردش گران پزشکی که ازغرب به کشورهای دیگرو بیشتر به آسیا سفرمی کنند درصورت نارضایتی از خدمات بیمارستانها یا بروز مشکلات بزرگ ترکاری ازدستشان برنمی آید و نمی توانند اقدام قانونی خاصی بکنند.البته این بیمارستان ها برای حفظ اعتبارخود درحد امکان خسارت را جبران می کنند.**

**درانگلستان گروه حقوقی به نام مدیکال پروتکشن سوسایتی[[83]](#footnote-83) با دریافت هزینه از بیماران پیگیری دریافت غرامت از بیمارستان های سنگاپور-هنگ کنگ-مالزی و برونئی را به عهده می گیرد.این گروه تا امروزبرای بسیاری ازبیماران گام های مثبتی برداشته و موفقیت هائی به دست آورده است.**

**درمورد مشکلات و ریسکهائی که بیماران را تهدیدمیکند به این نکته هم توجه کنیم که در بسیاری ازموارد بیماران یا خانواده انها درهنگام تصمیم گیری برای انتخاب بیمارستان و کشور مقصد که موضوع بسیارمهم وحساسی است مانند خرید آنلاین اجناس مصرفی عمل می کنند وفقط به قیمت توجه دارند.درصورتی که همه می دانیم قیمت پائین ترهمیشه بهترین انتخاب نیست.این نکته ای است که دکتر باب تالاسیلا ریاست آژانس گردش گری پزشکی آمریکائی ورلد مدیکال اند سرجیکال[[84]](#footnote-84) نیزبراهمیت آن تاکید کرده است.**

**استانداردها و گواهی نامه های صلاحیت –**

**امروزه این بحث مطرح است که بیمارستانها باید ازنهادهای معتبر و مستقل جهانی گواهینامه صلاحیت داشته باشنداما واقعیت این است که درسطح جهان سازمانی وجود ندارد که صلاحیت بیمارستانها را تضمین و چنین گواهینامه هایی صادر کند.**

**درآمریکا انجمن گردش گری پزشکی [[85]](#footnote-85) به بیمارستانها توصیه می کند دراین انجمن عضوشوند واز رهنمودهای آن استفاده کنند و استانداردهای کارخود را بالا برند تا اعتبار بیشتری به دست آورند.**

**چگونه یک آژانس گردش گری پزشکی راه اندازی کنیم**

**یک-کلیات راه اندازی این آژانس ها شبیه سایرآژانس های مسافرتی است و دربسیاری ازموارد سفرهای درمانی و تعطیلاتی را درهم ادغام می کنند.به این معنا که گاه بیمارمی خواهد با خانواده خود سفرکند.دراین صورت آژانس علاوه بر ترتیبات اعزام بیمار وهماهنگی های لازم با بیمارستان وتعیین وقت ویزیت وتاریخ درمان -برای خانواده اوتورگردشی تنظیم میکند تا درطول زمان درمان یا عمل جراحی ودوران نقاحت بیمار-خانواده او نیز روزهای خوبی را بگذرانند و درضمن نزدیک او باشند.**

**براساس گزارش تلویزیون سی ان ان- درسال2006 نیم میلیون آمریکائی برای درمان به خارج از کشوررفته اند.این آماردرسطح جهان به پنجاه میلیون نفرمی رسد.**

**دو- بازارخود را بشناسید**

**شما درشروع کار باید به صورت محدود وتخصصی کارکنید.سایت سرجن ابرود[[86]](#footnote-86) کشورهای عمده مقصد این نوع گردش گری را که هریک در زمینه خاصی شهرت دارند به این شرح معرفی کرده است:**

**هند:جراحی قلب و اورتوپدی.**

**ترکیه: چشم پزشکی وجراحی های چشم.**

**اسپانیا:جراحی های اعصاب - نوروسرجری[[87]](#footnote-87)**

**مجارستان وفیلیپین: دندانپزشکی و ایمپلنت**

**کاستاریکا نیزبرای جراحی پلاستیک شهرت دارد.این کشور به بِوِرلی هیلزآمریکای مرکزی شهرت یافته زیرا بسیار ی از پزشکان آمریکائی متخصص جراحی پلاستیک در آنجا مستقرشده وبه این کار مشغولند وازکشورهای آن منطقه مشتریان بسیاری دارند.**

**تایلند-جراحی تغییرجنسیت[[88]](#footnote-88).اسماعیل نایپا مدیربازاریابی بیمارستان بین المللی یان هی[[89]](#footnote-89) می گوید ما دراین زمینه تخصص داریم وتغییر جنسیت را برای هردوجنس انجام می دهیم.آمارسال 2013 نشان می دهد که سالانه بین250 تا300 جراحی تغییرجنسیت دراین بیمارستان صورت می گیرد و90% بیماران ازخارج آمده اند.**

**فراموش نکنید که مسئولیت شما دراین نوع آژانس بسیار سنگین است و درصورتی که به هردلیل ازقصورکادر پزشکی تا وضعیت نامساعد بیمار که ممکن است مشکلاتی ایجاد کند تا مرحله انجام عمل وبه هوش آمدن بیماروپایش شرایط او در دوره نقاهت- در صورت بروز مشکلات شما نیزبه نوعی درگیرخواهید بود.بنابراین باید با یک وکیل متخصص شورت و درقراردادهائی که با خانواده بیمارمی بندید بندی اضافه کنید که در صورت بروز مشکلات جدی وحتا مرگ بیمارحدود مسئولیت های شما کاملا روشن باشد.**

**توجه کنید که مسئولیت های شما باید کاملا مشخص وشفاف باشد. شما مسئول اتفاقهائی که بسیاری ازآنها کاملا ازکنترل شما بیرون هستند نیستید**

**درآمد شما –پاتریک مارسِک-مدیرعامل مِد تریت[[90]](#footnote-90) می نویسد آژانس های گردش گری سلامت علاوه برپورسانتی که از بیمارستان دریافت می کنند مانند سایرآژانسها ازمحل خرید بلیت پرواز و رزروهتل و سایرخدمات نیزدرآمدهائی دارند.**

**اگرمی خواهید درگردش گری پزشکی کارکنید بدانید که مشلات این کار زیاداست.**

**برای تعیین محدوده کارخود مطالعه کنید.در زمینه ی درمان یک بیماری خاص و درکشوربه خصوصی کارکنید.**

**\*\*\***

**هماهنگ کننده سفر**

**درشرکتها و سازمانهای بزرگ از جمله باشگاه های ورزشی(منظوربیشتر فوتبال است) پستی با این عنوان وجود دارد.وظیفه هماهنگ کننده این است که امورسفرهای کاری مدیران وکارکنان شرکت وسفرهای اعضای تیم ورزشی را سامان دهد.رزرو پرواز-هتل- ترانسفر و خدمات دیگر به عهده اوست که یا شخصا این کارها را انجام می دهد و یا از یک آژانس کمک می گیرد و خود مدیریت ونظارت میکند.هماهنگ کننده با توجه به اندازه سازمان و حجم کاروتعداد سفرها برای اداره این امورتیم خود را دارد ووظایف را تقسیم وخود براجرای آنها نظارت می کند.درسالهای اخیرشرکتهای بسیاری این پست را ایجاد کرده اند.پیش بینی میشود بین 2014 تا 2024 درحدود23500 شغل جدید دراین زمینه ایجاد شود.**

**مسئولیت ها و وظائف هماهنگ کننده سفر**

**-همه کارهائی که یک آژانس مسافرتی برای مسافرانجام میدهد ازوظایف هماهنگ کننده سفراست که معمولا با همکاری یک آژانس صورت می گیرد.**

**درپایان سفر نیز رسیدها و قبض هزینه هائی را که افراد اعزامی برای غذا وهزینه های دیگر پرداخت کرده اند گرد آوری و بررسی و توسط امور مالی برای بازپرداخت آن به کارکنان اقدام می کند.**

**-کلیه هماهنگیها و جزئیات اجرائی سفرزیرنظر اوست و با کمک شخص ثالث که یک آژانس معتبر است قیمتهای رقابتی وخدمات با کیفیت و سفری بی دغدغه و کاملا برنامه ریزی شده تدارک می بیند.**

**مهارتهای موردنیازهماهنگ کننده سفر**

**-روابط عمومی عالی -توجه به جزییات -توانائی انجام چندکار به صورت همزمان-تسلط کامل به نرم افزارهای دفتری میکروسافت و سیستم های ارتباطی و رزرو آنلاین -توانائی درفن مذاکره تجاری-حفظ ارتباط درست وحرفه ای با کلیه خدمات دهندگان در جهت حفاظت از منافع سازمان.**

**فصل پنجم**

**کسب وکارآژانس مسافرتی**

**آژانس مسافرتی یک سازمان بخش خصوصی یا عمومی است که خدمات سفر را به مشتریان ارائه می کند.به عبارتی یک خرده فروش خدمات سفراست و بسته مسافرتی می فروشد.هتل و پرواز رزرو می کند.مترجم وراهنما و اتومبیل در اختیار مسافرمی گذارد.ترانسفرها را هماهنگ می کند ودرصورت لزوم برای گرفتن ویزا و تامین پوشش بیمه مسافرتی اقدام می کند.**

**برخی آژانس ها به صورت تخصصی تورهای ویژه اجرامی کنند.مانند تورهای اسکی- بوم گردی- تورهای خاص زوج های جوان و ماه عسلی -تورهای دانشجوئی یا ویژه سالمندان.آژانس هائی هم هستند که کارگزارآژانس های بزرگ جهانی و نماینده آنها درکشور خود هستند.**

**آژانس ها محصولات سفررا می فروشند و برخلاف سایر کسب و کارهای خرده فروشی موجودی انبارندارند.می شود گفت موجودی شان اتاق های هتل و صندلی های هواپیما است که برای فصل اوج سفر پیش خرید کرده اند.آژانس های قوی تر با برنامه ریزی قبلی برای مشتریانی که می خواهند در مقصد خاصی مراسمی برگزارکنند(عروسی-سالگرد- نامزدی-تولد یا گردهمائی های فامیلی)تدارک لازم را می بینند و پرواز وهتل و سایر خدمات را رزرو می کنند.**

**در بسیاری از کشورها فقط کسانی می توانند بلیت پرواز بفروشند که مجوز آژانس داشته باشند.همان طورکه گفتیم سالهاست که ارلاینها کمیسیون بلیت را قطع کرده یا بسیارکاهش داده اند اما برخی ازآنها که شرکتهای بزرگ هستند و فروش بالا دارند بخشی از فروش خود را به آژانس ها می دهند.**

**دربرخی آژانسها بروشورهای بسته های مختلف سفردردسترس مشتری است که بسته مورد نظرخود را انتخاب و به کانتر پذیرش مراجعه کرده وبسته را می خرد.**

**با توجه به رقابت فشرده بین ارلاینها وافزایش تقاضای سفر توسط مردمِ با درآمدهای متوسط و پائین تر بسیاری ازارلاینها با حذف یا کاهش کمی و کیفی پذیرائی داخل پرواز و کاهش فاصله صندلیها(برای افزودن به تعداد صندلی به ویژه درسفرهای کوتاه) وکاهش بارهمراه مسافر-ازسی کیلو به بیست یا پانزده کیلو-قیمت بلیت را تا اندازه زیادی کاهش داده اند تا دربازاررقابتی باقی بمانند.**

**درآمد آژانس**

**گفتیم که منبع اصلی درآمد آژانس کمیسونی است که از ارلاین وهتل و ریسورت و موسسه کرابه خود رو وخدمات دیگر میگیرند.آژانس ها درضمن به جز درآمد های نفدی ازهدایائی مانند بلیت وهتل رایگان درفصل کم رونق سفراستفاده می کنند.مدیریت آژانس این هدایا را به کارکنان فعال وموفق و مشتریان وفادار وهمیشگی هدیه میکند.**

**آژانسها از محل فروش بیمه نامه مسافرتی نیز درآمدهائئ دارند. فروش کتابها ودایرکتوری های گردشگری -خدمات تبدیل ارز هم ازمنابع درآمد آژانس ها هستند.**

**قطع کمیسیون آژانس ها توسط هواپیمائی ها**

**این کاردرسال 1995درآمریکا شروع شد و کم کم به خطوط اروپائی نیزسرایت کرد.پس ازآن خط هوائی سنگاپوردر بخش هائی ازآسیا همین سیاست را در پیش گرفت.درسال 2002 نیزخط هوائی دلتا اعلام کرد که برای آمریکا و کانادا هیچ کمیسیونی نمی پردازد.چند ماه پس ازآنهم یونایتدارلاین-آمریکن-کنتی نانتال -نورس وست وچند ارلاین دیگرهمین سیاست را درپیش گرفتند.**

**بیمه- اکثر آژانسها به فکر افتاده اند که در برابرخطر شکست مالی یا ورشکستگی باید کاری بکنند.به این منظور در تبلیغات خود اعلام می کنند که درصورت بروز شرایط خاص و ناتوانی آنان دراجرای تعهدات خود درمورد تورهای فروش رفته مشتری میتوان ازتورهای مشابه استفاده کند و یا درصورت تمایل پول خود را پس بگیرد.**

**بسیاری از تورگردانان و آژانس های مسافرتی درایالات متحده و بریتانیا و سایرکشورها و عضو یاتا -اتحادیه بین المللی حمل و نقل هوائی هستند.**

**انواع آژانس مسافرتی-**

**دربریتانیا سه نوع آژانس فعالیت دارند:**

**-مالتی پل[[91]](#footnote-91)-مینی پل[[92]](#footnote-92)-و مستقل**

**آژانس مالتی پل-آژانس های زنجیره ای هستند که درسراسرکشور شعبه دارند واغلب متعلق به شرکتهای بزرگ[[93]](#footnote-93) هستند مانند تامسون هالیدیز که زیر مجموعه گروه تی یو آی است که شرکت چند ملیتی مستقردرآلمان است.**

**امروزه باب شده که شرکتهای بزرگ مسافرتی که بازارهای انبوه دراختیاردارند یک کنترولینگ اینترست[[94]](#footnote-94) ازشرکتهای بزرگ زنجیره ای می خرند تا برتوزیع محصولات خود نظارت داشته باشند.آژانسها ی زنجیره ای کوچک تر درمحدوده های کوچک جغرافیائی کارمی کنند ونه درسطح جهانی.**

**آژانس مینی پل--بخشی ازیک زنجیره کوچک یا متوسط است که تعداد محدودی شعبه دارد وهمه خدمات را می فروشد.**

**آژانس مستقل-آژانس خانگی بدون وابستگی به آژانسهای دیگراست.**

**\*\*\***

**درایالات متحده پنج نوع آژانس فعالیت می کنند:**

**مستقل -میزبان-فرانچایز-کنسرسیومی ومگا.**

**آمریکن اکسپرس وانجمن اتومبیلرانی آمریکا ازجمله آژانس های مگا هستند.**

**کارلسون واگون لیت تراول[[95]](#footnote-95) نمونه یک آژانس کنسرسیومی ومجموعه ای ازآژانس های مسافرتی تخصصی است.**

**آژانس سول پراپریتورشیپ[[96]](#footnote-96) مالک فردی دارد.درواقع شرکتی است که مالک آن شخصیت تجاری نیزدارد و درهیچ شرکت مشابه دیگری سهام ومنافعی ندارد.هریک ازاین پنج نوع مزایا و معایب خود را دارند.**

**\*\*\***

**دراسترالیا بسیاری ازکسب و کارهای کوچک ازجمله آژانس ها- فردی و با مالکیت تکی هستند واکثرا به صورت فرانچایز و آنلاین کارمی کنند.دراین کشور صنعت آژانس های مسافرتی نیز پا به پای فرانچایزها رشد کرده است بوکینگ داتکام[[97]](#footnote-97) نیزگسترده ترین آژانس آنلاین استرالیائی است.**

**تعداد کسب وکارهائی که به شبکه های فرانچایزی-هلوورلد تراول[[98]](#footnote-98) می پیوندند روبه رشد است.فلایت سنترتراول[[99]](#footnote-99) گروه فرانچایزی با2800 شعبه و بزرگ ترین فرانچایزآژانس های مسافرتی جهان است.**

**آژانس های مستقل معمولا کوچکترئد وبربازارهای خاص و تخصصی متمرکزهستند که مشتریانش افراد مرفه هستند.مانند سواری -تنیس و گلف.**

**\*\*\***

**چگونه آژانس مسافرتی راه اندازی کنیم**

**--ابتدا بازارخود را بشناسید.بازارخاصی که دیگران کمتر به آن پرداخته اند.تخصصی کار کنید.یکی از اشتباه های آژانس های تازه کاراین است که می خواهند همه خدمات گردش گری را بفروشند و درهمه زمینه ها کارکنند و به همین دلیل با رقابت سخت و طاقت فرسائی روبرو می شوند.این کار به ویژه برای آژانس های تازه کار که درابتدا منابع و ارتباط های لازم و تجربه کافی ندارند عاقلانه نیست.**

**توصیه می کنم ابتدا یک گوشه خاص بازار را که فکرمی کنید برایتان راحتراست ونقطه قوت شما به حساب می آید درنظربگیرید و شروع کنید.زیرا شناخته شدن و جا افتادن شما دربازار و اثرگذاری تبلیغات مدتی طول می کشد.وقتی تخصصی کارمی کنید ازفشار رقابت شدید هم درامان هستید و می توانید با مطالعه کافی کار را به تدریج پیش برید.این روش همیشه جای رشد دارد.البته برای پیداکردن بازار خاصی که گفتیم باید تحقیقات گسترده ای بکنید.**

**باید هشیار باشید و ببینید به جزمقاصد مشهور و شناخته شده و رایج که بسیاری ازآژانسها یه بازارعرضه می کنند چه تقاضای جدیدی وجود دارد که به آن کم توجهی شده است.مثلا تورهای خاص زوجهای جوان ماه عسلی که می خواهند به جای هتل های مجلل و تشریفاتی ماه عسل خود را با کوله گردی بگذرانند و دنبال سفرهای ماجراجویانه و پرهیجان هستند و کمپینگ درطبیعت را ترجیح می دهند.دراین صورت پکیج های مورد علاقه این زوج ها را تهیه وعرضه کنید.**

**-یک طرح کسب وکار حرفه ای تهیه کنید-**

**وقتی برنامه مشخصی در دست دارید ازابتدا درست حرکت می کنید و زودتر به نتیجه می رسید.تهیه بیزنس پلن[[100]](#footnote-100) به این معنا نیست که برای خود اهدافی تعریف کنید و روشهای رسیدن به آنها را روی کاغذ بیاورید.بیزنس پلن مفهومی بسیار گسنرده تر دارد و نیازمند جزئیات دقیق است ودرتهیه آن چند نکته کلیدی را بایدرعایت کنید:**

**بیزنس پلن برپایه تحلیل بازار و راهبردهای فروش تهیه می شود.محاسبه و برآورد نیازهای مالی آژانس از اصول تهیه آن است.برای هرکسب وکاری باید نقدینگی کافی تامین شود.بنابراین منابع مالی موجود خود را شناسائی کنید تا تصویرروشنی ازاهداف خود به دست آورید.راهبرد تامین مالی را نیز تنظیم کنید.**

**اگردرخانه کارمی کنید هزینه اجاره ندارید و به سرمایه کمتری نیازدارید.دراین صورت احتمالا اعضای خانواده به شما کمک میکنند ولی اگر می خواهید دفتری و کارمندی دشته باشید احتمالا باید از وام و تسهیلات بانکی استفاده کنید. به هرحال یادتان باشد با دست خالی هیچ کاری نمی توانید بکنید.**

**پس ازتامین منابع لازم و آماده شدن برای شروع کار به فکر یک وبسایت حرفه ای و جذاب باشید.**

**همه موانع و محدودیت ها را درنظر بگیرید و برای حل مشکلات احتمالی و پیش بینی نشده نیز راهبردهائی تنظیم کنید.**

**برای شناساندن برند خود تلاش کنید**

**برند سازی برای همه کسب وکارها مهم است.برند یعنی برداشت مشتری ازمحصولات و خدماتی که عرضه می کنید**

**یکی از نکات مهم برندسازی طراحی یک لوگوی عالی وگویا وحرفه ای است.**

**یکسانی و یک دستی نشانه ها و فونت ها درلوگو-کارت ویزیت و وبسایت و بروشورها باید رعایت شود.**

**تمام جنبه های قانونی را درنظربگیرید-**

**در بیشترایالات آمریکا صدور مجوز آژانس تشریفات ساده ای دارد و به گذراندن دوره آموزشی خاصی نیاز ندارید صلاحیت سنجی و آزمون هم در کارنیست.اما درکالیفرنیا- فلوریدا -واشنگتن وهاوائی شرایط خاصی جاری است که باید به آنها توجه کنید و برای شروع کار اشراف کامل داشته باشید.**

**درضمن درهرایالتی که هستید با آژانسهای درحال کارتماس بگیرید و ازآنان راهنمائی بخواهید.البته گرفتن کد مالیاتی فدرال و ارائه اظهارنامه مالیاتی سالانه درتمام ایالات الزامی است.**

**کار دیگراین است که نشان تجاری خود را در اداره ثبت شرکتها و نشانه های تجاری ثبت کنید.معمولا لوگوی شرکت همان نشان یاعلامت تجاری است .**

**برای دفترکار محل درستی راپیدا کنید**

**محل دفتر باید درمراکزتجمع مردم و نقاط پرتردد باشد وتا جای که ممکن است برخیابان و بدون پله.**

**موقعیت محلی آژانس بسیارمهم است.اگردر مناطق مرفه نشین و خوب شهرباشد روشن است که اثرخوبی برمشتریان شما می گذارد.اما درصورتی که ازعهده هزینه بالای چنین محلی برنمی آئید به هرحال محل مناسبی انتخاب کنید چون درمعرفی برند شما نقش مهمی دارد.تابلو زیبابی هم دراندازه مناسب درست کنید که ازاطراف به خوبی دیده شود.**

**دفتردرضمن باید برای افزودن نیروی جدید نیز فضای کافی داشته باشد.**

**-آژانس خود را معرفی و تبلیغ کنید.**

**-تبلیغات تهاجمی و پیوسته ازشرایط اصلی رشد کسب وکاراست. درشروع کارشما شناخته شده نیستید وبرای جا افتادن دربازار-کارسنگین تبلیغاتی درپیش دارید.باید حضورخود را به علاقه مندان سفر-به ویژه درمناطق پیرامون آژانس اطلاع دهید.تا بدانند شما آماده سرویس دهی هستید.تبلیغات را ازروزنامه های محلی شروع کنید و بروشور وبرگه های تبلیغاتی را نیز در منطقه خود به دست مردم و شرکت ها برسانید.دردفترهم بروشورها دردسترس مراجعین باشد که بردارند وبا خود ببرند.**

**بدون تبلیغات کار پیش نمی رود.بنابراین هزینه تبلیغات را پیشاپیش تامین کنید.**

**با کمک یک گرافیست حرفه ای بروشورهای با کیفیت تهیه کنید.بروشوربی کیفیت اثر خوبی برمشتری نخواهد گذشت.گرافیست حرفه ای استفاده ازرنگ ها و سایرعناصر را به خوبی می داند و درمعرفی آژانس نقش مهمی دارد.**

**آژانس خود را در کانالها و شبکه های اجتماعی معرفی کنید.امروزه تجارت وکسب و کاربدون این ابزارها کارآسانی نیست.مردم وکسب وکارها در فیسبوک-تویتر(اکس)-اینستاگرام حضور دارند و با هم درارتباط هستند. صفحه شما دراین شبکه ها باید طراحی خوب و مطالب مفید و جذاب داشته باشد وهمیشه آن را به روز نگهدارید.**

**-با مشتری ارتباط برقرار کنید**

**همه کسب و کارها به مشتری وابسته اند.بدون اعتمادِ مشتری هیچ کسب وکاری برای مدت طولانی موفق نمی شود. نکته بسیامهم این است که باید کارکنان خود را برای رفتارحرفه ای با مردم آموزش دهید.درصورت لزوم برایشان هزینه کنید تا آموزش ببینند ولی آموزش به تنهائی کافی نیست.باید به صورت محسوس و نا محسوس نیزبرکارآنان نظارت کنید.(یکی ازروش های پایش رفتارکارکنان ضبط مکالمات با مشتری است -مترجم)پایش رفتار راهنمایان تور- راننده و سایر خدمات دهندگان را نیزفراموش نکنید.کارکنان باید درک کنند که ازدست رفتن مشتری یعنی بیکارشدن آنان. درصورتی که مشتری شکایتی دارد وآن را درشبکه ها یا صفحه شما دررسانه های اجتماعی مطرح می کند دراولین فرصت با او تماس بگیرید و مشکل راحل و رضایت او را جلب کنید.**

**با آژانس های فعال وموفق به نوعی شراکت کنید**

**-روشن است که اگر چیزی برای فروش نداشته باشید هیچ کاری پیش نمی رود.پس باید بلیت پرواز-بیمه مسافرتی- رزو هتل و پکیج بفروشید.ولی در شروع وکار دستتان خالی است. بنابراین این محصولات را باید ازجائی تامین کنید.با چند آژانس معتبر و خوش سابقه تماس بگیرید و قرارداد ببندید که محصولات آنها را بفروشید و برای خود درآمد ایجاد کنید.البته به همین سادگی نیست.آژانس های معتبرکه دربازار حضور قدرتمندی دارند می خواهند شما وآژانس تان را به خوبی بشناسند و درضمن باید شرایط همکاری شما روشن شود. مثلا بدانند چند درصد کمیسیون می خواهید.برای گفتگو دراین موارد آماده باشید تا غافلگیرنشوید.درضمن کمیسیون غیرمعقول درخواست نکنید.یادتان باشد شما هستید که به آنها نیازدارید نه آنها به شما.به عنوان یک آژانس تازه کار درموقعیتی نیستید که کمیسیون بالا مطالبه کنید.درآغاز کار انتظارات خود را پائین بیاورید.**

**نکته مهم دیگراین است که باید اعتماد واحترام شریک خود را که می خواهید محصولاتش را بفروشید به دست آورید. وقتی پس ازمدتی به توانائی شما پی بردند و میزان فروش رضایت بخش و اعتماد لازم هم برقرار شده بود خودشان شرایط بهتری را پیشنهاد خواهند کرد.**

**وبسایت خود را بهینه سازی کنید تا وقتی مشتری کلمات مرتبط با سفر را تایپ می کند نام آژانس شما زودترازرقبا بالا بیاید.بیشتر مشتریان روی همان چند سایت اول کلیک می کنند و خیلی کمترپیش می آید که به ردیف های پائین تر بروند.می دانید که یکی ازشرایط بالا آمدن سریع وبسایت شما این است که واژه های کلیدی درجاهای درست وبسایت قرارگرفته باشند.طراحی را به کارشناس خبره بسپارید تا همه این نکات رعایت شوند.**

**اهداف عملی و واقع گرایانه تعیین کنید.**

**بسیاری از آژانسها برای رسیدن به درآمد کلان و فوری عجله دارند وبرای خود اهداف بلند پروازانه ای تعیین می کنند ولی فقط به بخش کوچکی ازآنها می رسند و در نتیجه دلسرد می شوند.درشروع کاراهداف کوچک تعیین کنید.**

**-فرصتهای فروش را ازدست ندهید-**

**برخی ازمدیران آژانس ها فکرمی کنندوقتی آژانس را راه انداختند باید بنشینند و منتظرباشند مشتری خودش به سراغ آنها بیاید.آنها کسانی هستند که نمی خواهند ازگوشه دنج و راحت دفتر بیرون بیایند.منتظر بهبودئ شرایط می مانند و در نهایت به اهداف خود نمی رسند و درکار شکست می خورند.پس بهتراست به جای نشستن وچشم به دردوختن- بلند شوید واز دفتر بیرون بیائید و دنبال مشتری بروید.به شرکتها-دفاتر کار و اطراف محل خود سربزنید وبا مدیران شرکتها و صاخبان کسب وکار صحبت کرده ومحصولات خود را معرفی کنید و هرفرصت وموقعیتی را دو دستی بچسبید.**

**اگربه عنوان یک استارت آپ کوچک نمی توانید برای کاتالوگ ومواد تبلیغاتی هزینه کنید. برای طراحی لوگو وبروشور میتوانید سایت کراود سورسینگ[[101]](#footnote-101) کمک بگیرید.این سایت ازیین طرحها وایده هائی که به دستشان می رسد بهترین آنها را برمی گزینید و این کار را با قیمتهای پائین برای شما انجام میدهند.این سایت اصولا برای کمک به استارآپ ها و کسب وکارهای کوچک وطراحان ساخته شده است.**

**\*\*\***

**چگونه یک آژانس مسافرتی خانگی راه بیندازیم**

**اگر زیاد سفرکرده اید و درکار فروش بسته های مسافرتی هم تجربه دارید و دنبال فرصتی برای راه اندازی کسب و کار درخانه می گردید به آژانس خانگی فکر کنید.صنعت سفربخش قدرتمند اقتصاداست و امروزه بسیاری ازمردم خدمات مورد نیازشان راشخصا رزرومی کنند.ولی هنوزکارهای زیادی هست که شما می توانید انجام دهید به درآمد برسید.**

**راه اندازی آژانس خانگی به هرحال کارآسانی نیست و مشکلات خود را دارد. بنابراین باید برای آنها آماده باشید.**

**---قوانین محلی و ایالتی و فدرال را چک کنید وببینید برای این کار شرایط لازم رادارید**

**-یک طرح کسب وکارتهیه کنید که شرایط آن را درصفحات قبل توضیح دادم.وقتی این طرح را دارید می توانید با سرمایه گذارن علاقه مند وارد مذاکره شوید و سرمایه جذب کنید.برای آگاهی ازاصول تنظیم بیزنس پلن-سایتهای بسیاری دردسترس هستند.اگرنمی توانید برای این کارهزینه کنیدازاین سایتها والگوهایشان استفاده کنید.گواهی نامه ها ومدارک شخصی تحصیلی و تاییدیه هایی را هم که دارید پیوست کنید.دقیقا مثل زمانی که می خواهید رزومه بنویسید.**

**اگرمی خواهید وام بانکی بگیرید باید وام دهنده را قانع کنید که توانائی پذیرش مسئولیت کسب وکارخود و بازپرداخت وام را دارید و از شما بیزنس پلن خواهد خواست.**

**-مشتریان هدف خود را بشناسید.**

**با جستجوی آنلاین و بررسی های میدانی متوجه می شوید که چه گروه هائی ازجامعه (به لحاظ سن -شغل-درآمد وسطح فرهنگ) مشتری بالقوه محصولات شما هستند.براساس نتایج جستجو روش های موثربازاریابی را به کارگیرید.مثلا اگر شهروندان ارشد یا مسن را هدف گرفته اید با استفاده ازشبکه های اجتماعی و مراجعه به کانونهای بازنشستگان بازایابی کنید دراین وبسایت ها و شبکه ها آمارگردش گری و بافت جمعیتی منطقه خود را به دست آورید و بازاریابی را شروع کنید.**

**مسلما بهترین مشتریان شما ازمنطقه ی خوتان هستند.بررسی کنید که چه درصدی ازبافت جمعیتی منطقه مشتری بالقوه مقصد مورد نظرشما هستند.با اطلاعاتی که گرد می آورید حجم کارخود دریک دوره زمانی وسود تقریبی را محاسبه کنید.**

**-نیازهای استارت آپ خود را برآورد کنید- فهرستی از تجهیزات ونرم افزارها وسخت افزارهای موردنیاز تهیه وهزینه آنها را حساب کنید.تمامی این اطلاعات باید دربیزنس پلن هم درج شود.**

**از آنجاکه کسب و کارشما خانگی ست هزینه پائین تر و کار راحت تری درپیش دارید.برای تمامی چیزهائی که برای آژانس خانگی خود می خرید رسید رسمی تهیه کنید.اداره دارائی براساس ضوابط خود این هزینه ها را درحد معقول می پذیرد و دراین صورت مقدارسودی که مشمول مالیات می شود کاهش یافته و مالیات کمتری می پردازید)**

**-نقدینگی مورد نیاز را برآورد کنید -درشروع کار باید نقدینگی کافی داشته باشید.هزینه های بیمه ساختمان و آتش سوزی و مالیات وعوارض سالانه و درآمد تقریبی خود را با توجه به واقعیت های بازاربرآورد کنید.این اطلاعات نیزباید در بیزنس پلنی که تهیه می کنید درج شوند.این اطلاعات درضمن به شما کمک میکئد که درک کنید کسب وکاری که می خواهید راه بیندازید تاچه اندازه شدنی است.توجه کنید که درآمد خود را واقع بینانه وهمیشه کمی پائین ترازحد انتظار برآود کنید.برای هزینه های ناگهانی و پیش بینی نشده نیز که یکبار پیش می آیند مبلغی درنظربگیرید.**

**-برای آژانس دو حساب بانکی جداگانه باز کنید وهردو را ازحساب های شخصی خود کاملا جدا نگهدارید.یکی برای هزینه و درآمد آژانس و دیگری برای واریزی مشتریان بابت خرید محصولات شما و واریزی های شما بایت هزینه هتل و پرواز و سایر خدماتی که می فروشید.برای گشایش حساب بهتراست سراغ بانکها و موسسات مالی بزرگ نروید.با توجه به تازه کاربودن شما و کوچکی کسب وکارتان به سراغ بانکهائی بروید که هم سطح شما هستند و برای جلب مشتری امتیازها و مشوق هائی درنظر گرفته اند.با تفکیک و شفاف کردن حسابها امورمالی نیزآسان و روان انجام میشود. البته هردو حساب را باید در یک بانک بازکنید.**

**به عنوان یک استارآپ خانگی بهتراست حیطه عمل خود را محدود کرده و تخصصی کارکنید.مثلا تورهای کروز یا تورهای لاکچری و ماه عسلی یا تورهای گیاه خواران یا انواع دیگر..**

**ابتدا مقررات و شرایط ایالت خود بررسی کنید.وقتی آژانس خانگی دارید ومشتری به آنجا می آید باید مانند سایرآژانس ها کد های بهداشتی-ایمنی(بیمه آتش سوزی وایمنی فنی ساختمان یا پایان کار) وسایرشرایط را داشته باشید.دربرخی ایالات تعبیه ورودی جداگانه برای دفتراز شرایط اصلی است واگر ورودی جدا نباشد مجوز صادرنمی شود.**

**مساحت دفتر-حداقل مساحت برای دریافت مجوز درایالات مختلف تعیین شده است.درضمن دفتر شما باید برای مشتریان توان یاب که با ویلچریا سایر وسایل توان یابی مراجعه می کنند تجهیزشده باشد. درصورتی که ورودی شما پله دارد درکنارآن باید رمپی برای ویلچر نصب کنید.**

**ایمنی--حس گر دود که با اولین نشانه های آتش سوزی به کارمی افتد و کپسول های آتش نشانی ازضروریات هستند.**

**-یک اتاق خانه و ترجیحا نزدیک ترین اتاق به درورودی را به دفتراختصاص دهید.مشتری به هیچ عنوان نباید برای رسیدن به دفتراز فضای شخصی شما عبورکند.**

**ضوابطی که درآژانس های دیگررعایت می شود درآژانس خانگی نیزباید رعایت کنید.**

**کودک شما نباید اجازه داشته باشد به دفتر بیاید واسباب بازی اش را هم آنجا جا بگذارد ویا هنگام حضورمشتری صدای فریاد کودک به گوش برسد و یا شما با لباس خانه دربرابر مشتری ظاهرشوید.**

**درصورتی که بین دفتر و سایر قسمتهای خانه دری هست آن را همیشه بسته نگهدارید وقفل کنید.**

**میزکار- یک میزکار مناسب بخرید که با ابعاد اتاق همخوانی داشته باشد.نه آن قدرکوچک که به زحمت پشت آن بنشینید و نه آنقدر بزرگ که فضای اتاق را پرکند وجائی برای صندلی مشتری و دستگاه کپی وچاپگرنباشد.به هرحال میز کار را حتما تهیه کنید.**

**دکوراسیون- دراین مورد دقت وسلیقه به خرج دهید. بسته به فضائی که دارید یکی دو تابلویا پوسترزیبا از مقاصدی که قصد فروش بسته های آن را دارید روی دیوارنصب کنید ولی دیوارها را شلوغ نکنید.اگرگواهینامه -مدرک دانشگاهی یا دیپلم هائی دارید آنها را درقابهای ساده روی دیوارپشت سرخود یا دیوارنزدیک محل نشستن مشتری نصب کنید.چند گلدان سبز وتازه نیز درنظربگیرید.برگ سیزفضا را تلطیف وهوا را تازه می کند.**

**پاکیزه گی-دفترکار را همیشه آراسته وپاکیزه نگهدارید.پاکیزه گی و نظم یکی ازمهم ترین نشانه های حرفه ای بودن شماست.گردگیری و جارو برقی کشیدن و تخلیه روزانه سطل کاغذ باطله را به یاد داشته باشید.نظافت دفترکارازنظافت خانه شما مهم تراست.همه ما ممکن است درشرایط خاصی مدتی اتاق خود را به حال خود رها کنیم ولی دفترکارتفاوت دارد و پاگیزه گی آن اولویت اول شما باید باشد.مشتری هم همین را انتظاردارد.**

**-به حداکثررسانی سود**

**گفتیم که وبسایت از ضروریات اولیه است.وبسایت حرفه ای درست کنید و آن را به روز نگهدارید.وبسایت باید جذاب مفید گویا وکامل باشد که همه از نشانه های مسلم حرفه ای گری است.**

**برای طراحی وبسایت به صورت رایگان ازآنلاین ایجنسی داتکام[[102]](#footnote-102) استفاده کنید.درمورد عضویت دراتحادیه ها وانجمن های صنفی گردشگری نیز قبلا توضیح داده شد که علاوه برآشنایی با تعداد زیادی ازهمکاران و کارشناسان برجسته ی این صنعت می توانید دردوره های آموزشی آنها نیزشرکت کرده وگواهی دریافت کنید که برای پیشرفت شغلی شما بسیارمفید است.دراتاق بازرگانی شهرخود عضوشوید وبا شرکتها وسازمانها و بازرگانان رشته های مختلف که مشتریان بالقوه ما هستند ازنزدیک آشنا شوید.با عضویت دراتاق به نمایشگاه ها و سمینارها وکارگاه های گردش گری دعوت و با آخرین تحولات صنعت گردشگری آشنا وهرچه بیشتردیده می شوید وصدایتان بهترشنیده می شود.**

**اتحادیه ها ازاعضای حق عضویت سالانه دریافت می کنند.برای حق عضویت ها نیز بودجه لازم را تامین کنید.**

**-چند دوره آموزشی کسب وکار و مدیریت را بگذرانید تا آژانس خود را بهتر اداره کنید.اداره دارایی هزینه های این دوره ها را می پذیرد و به این ترتیب ازدرآمد مشمول مالیات شما کاسته می شود.این مورد راهم درمحاسبات خودمنظور کنید.**

**درصورتی که قبلا این دورها را گذرانیده اید دردورهای جدیدهم شرکت کنید و دانش خود رابه روز نگهدارید**.**از رسانه های اجتماعی حداکثراستفاده را بکنید. درلینکداین**-**اینستاگرام وتویتر(اکس\* و فیسبوک صفحه پروفایل بسازید. محصولات خود را به صورت گسترده دراین شبکه ها عرضه و تبلیغ کنید.**

**دریوتیوب هم کانالی بسازید و ویدئوهائی بار گذاری ولینک آنها را در شبکه های بالا بگذارید.**

**برای مشتریان خود یک برنامه تشویقی درنظربگیرید.همه می دانیم که بهترین واثرگذارترین تبلیغ -تبلیغ و تایید مشتریان شماست که تجربه سفر شان را با دیگران به اشتراک می گذارند.مشتریانی که ازسفر کردن با تورهای شما راضی اند بهترین مبلغان آژانس شما هستند.با مشتریانی که نظرمثبت خود را درشبکه ها مطرح و در واقع برای شما تبلیغ می کنند تماس بگیرید و برایشان هدیه ای بفرستید.مثلا یک کارت تخفیف برای سفرهای بعدی.یک شب هتل رایگان پنج ستاره- یک بلیت پروازداخلی – یا چیزی دیگر.درضمن می توانید ازمخاطبین خود بپرسید که اگرقرارباشد از شما هدیه ای بگیرند چه چیزی را ترجیح می دهند.اگراین نظرسنجی را زودتر انجام دهید می توانید آن را در بیزنس پلن خود هم درج کنید.**

**چگونه بسته های تعطیلاتی را بفروشیم**

**برای تهیه بسته های مناسب ازمشتریان کمک بگیرید تا ویژه گیهای بسته مطلوب خود را بگویند.آنها همیشه بهترین ومفیدترین منبع اطلاعاتی هستند.کاری کنید که درمورد بسته ای که ازشما خریده و سفری که با شما رفته اند حرف بزنند.درمورد مردم محلی-شرایط هتل و برنامه هائی که برایشان تدارک دیده بوده اید.**

**ازآنها بخواهید جزییات راهم بگویند تا ببینید چه چیزهائی را بیشتر دوست داشته اند و چه جیزهائی برایشان جالب نبوده.این اطلاعات هرچه مشروح تر باشند مفیدترند وبا توجه به آنها بسته های مسافرتی جدید را تنظیم می کنید.بپرسید یک هتل درمرکز شهر ومحله پرتردد را دوست دارند یا جائی در یک نقطه دنج و آرام در بیرون شهر.سفربه سواحل آفتابی کارائیب را دوست دارند یا مناطق سرسبزو فضاهای روستائی اروپا را.**

**بپرسید چه برنامه هائی را ترجیح میدهند.نپرسید محدودیت هایشان چیست.بپرسید چه برنامه هائی را دوست دارند.به جای پرسش مستقیم:"چقدرمی خواهیدهزینه کنید" بپرسید آیا جائی ساده و دنج وآرام می خواهند یا پکیج های دولوکس با همه امکانات.با پاسخ هائی که میدهند از شرایط مالی آنها هم آگاه می شوید.**

**هنگام صحبت با مشتری به تک تک کلمات خود توجه کنید-هیچگاه چیزی نگوئید که حتا به صورت غیرمستقیم حالت تهاجمی یا قضاوت کردن داشته باشد.نباید بگوئید:**

**"..پس من فکرمی کنم یک بسته ارزانتر برای شما مناسب باشد"**

**این جمله نوعی حس تحقیردرخود دارد.ازسفرهای قبلی مسافربپرسید واین که مقاصد دوردست را ترجیح می دهند یا مقاصد نزدیک را.درمورد وسیله سفرهم نظرسنجی کنید.اتوبوس قطار-پرواز یا سواری با راننده و بدون راننده.**

**به مسافرینی که درآمد بالا دارند کشتی کروز را هم پیشنهاد بدهید با کابین اختصاصی.**

**تمامی جزئیات خدمات بسته مسافرتی را به روشنی و تفکیک دربسته درج کنید.برای مسافرینی که بسته مورد نظرخود را سفارش می دهند به جزئیات دقت کنید ودقیقا تمام خواسته هایشان را تامین کنید.**

**تمام کردن معامله وعقد قرارداد با مشتری**

**وقتی مشتری برای بررسی بسته های مختلف و تصمیم گیری روبروی شما نشسته و درآخرین لحظات به هردلیل-مثلا اندازه اتاق یا ساعت پرواز یا قیمت تور-به تردید می افتد باید توجه او را به امتیازات تور جلب وآنها را به او یاد آوری کنید.اگرلازم می بینید ازاو بخواهید اگرچیزدیگری او را به دودلی انداخته برایتان بگوید تا شاید راهی پیدا کنید.**

**نرمش وانعطاف نشان دهید - بر اساس درخواست مشتری تغییری دربسته بدهید.**

**به حرفهای مشتری به دقت گوش کنید.ممکن است چیزی که برای اومهم است ازدید شما بی اهمیت وجزئی باشد ولی حتما به خواست اوتوجه کنید.نباید بگوئید" این نکته اهمیتی ندارد.. سختگیری نکنید"**

**مشتری اگر کوچک ترین کم توجهی ببیند یا شما ازخود عجله نشان دهید گریزان می شود وحس میکند منافع خود را به منافع او ترجیح میدهید.اگرلازم است برای تامین نظراو هزینه کوچکی بکنید یا کمی ازسود خود بزنید تا او با شما بماند و مشتری جدید هم برایتان بیاورد.**

**وقتی مشتری روبروی شما نشسته برای او وقت کافی بگذارید.سعی کنید درهمان دیدار حضوری بسته رابخرد و پرداخت را انجام دهد.اگر تصمیم گیری اوبه هردلیل عقب بیفتد و دفتر اترک کند احتمال بازگشت او بسیارکم است.صادقانه برایش توضیح دهید و البته بدون این که به اوفشار بیاورید.سعی کنید نصمیم را به روزهای بعد موکول نکند.ولی با همه تلاشی که می کنید شاید بگوید برای تصمیم گیری به زمان نیازدارد.دراین صورت بگوئید "منتظرم فردا تماس بگیرید و نتیجه را اطلاع دهید"**

**فردای آنروز طی یک ایمیل محترمانه بگوئید در صورت لزوم برای اطلاعات بیشتر با شما تماس بگیرد.این پیگیری ساده حس خوبی به مشتری میدهد.حس خاص بودن. واین کار شانس موفقیت شما را افزایش می دهد.درتماس با مشتری رفتار دوستانه ومحترمانه داشته باشید.**

**اطلاعات کامل به او بدهید ولی بعد اورا آزاد بگذارید تا فکرکند وتصمیم بگیرد.برای کشاندن مشتری به دفتر وایجاد رابطه دوستانه که فقط با دیدار رو در رو میسر است ترفندی بزنید.مثلا اعلام کنید که رزرو حضوری مشمول تخفیف می شود که در رزرو آنلاین وجود ندارد.**

**درضمن تحت هیچ شرایطی و هرگزاز رقیب خود بدگوئی نکنید.این کارآشکارترین نشانه ی ضعف شماست.اگررقیب شما همان پکیج را می فروشد به مشتری حق بدهید که قیمت او را هم بررسی کند.اما اگرمشکل با یک تخفیف کوچک حل می شود این کار را بکنید. بهتراست بگوئید اگراز جای دیگرقیمت بهتری دارد به شما بگوید تا شاید با یک تخفیف یا امتیاز دیگرنظر او راجلب کنید و به نتیجه برسید.با این روش او را از رفتن به سمت رقبا منصرف می کنید.این کارشاید کمی غریب به نظربرسد ولی نشانه ی اعتماد به نفس و کیفیت بالای خدمات شماست.با این روش از خدمات و قیمت های رقبا هم با خبرمی شوید و درصورت لزوم قیمت خود را کمی تعدیل می کنید و رقیب را کنارمی زنید.**

**ازمشتری کمک بگیرید تا مشتری جدید به شما معرفی کند وبرای این کارهدیه ای درنظربگیرید .**

**درمحله های پیرامون آژانس بازار یابی کنید.بیشتر مشتریان شما بی شک ازهمان منطقه هستند نه ازنقاط دور.**

**درگرد همائی ها و جشن ها ومراسم مختلف محلی شرکت کنید تا با مردم بیشتری آشنا شوید وخدمات خود را عرضه کنید.بازارهای محلی-جشنوارهای هنری و فرهنگی وتخصصی گردش گری فرصت هایی عالی هستند.**

**-درپایان ایمیلها پس از نام وعنوان خود اطلاعات تماس را بگذارید.تلفن همراه- تلفن ثابت.نشانی وبسایت.شماره واتس آپ و نشانی های صغحات و پروفایل شبکه ها و رسانه های اجتماعی که درآنها حضوردارید.**

**ازتمامی ابزارهای ارتباطی با مشتری استفاده کنید.بهتراست از مشتری بپرسید که کدام روش را ترجیح می دهد وبا آن راحت تراست:ایمیل- واتس آپ- تویتر(اکس) یا تلگرام .بهتراست ازهمه پلتفرمها و ابزارها استفاده کنید تا هر مشتری با هریک که راحت تراست باشما تماس گیرد.**

**درضمن ازمشتری بپرسید چه روزها و چه زمان هائی برای تماس با او مناسب تراست تا درساعات و روزهائئ که سرش شلوغ است به او زنگ نزتید.این کاراثر بسیارخوبی براو می گذارد و اعتماد واحترام اش را برمی انگیزد.**

**-پیش از معرفی پکیج و فروش آن - ابتدا مختصری ازسابقه و تجربه خود بگویید تا مشتری شما را باور کند و برای بررسی بسته آماده شود.شرح کوتاهی هم ازانواع تور بدهید تا او بداند که در کارخود آگاه و مسلط هستید.مثلا بگوئید:**

**"من دوازده سال درزمینه گردش گری کارکرده ام وازاین کارهم لذت میبرم وصادقانه بگویم دراین مدت حتا یک مشتری ناراضی هم نداشته ام."**

**به این ترتیب خود را به عنوان یک کارشناس تثبیت واعتماد مشتری را جلب می کنید.کارشما به عنوان یک حرفه ای این است که اول خودتان و دانش و تجربه و تسلط خود را بفروشید وبعد بسنه مسافرتی را.**

**هنگام گفتگو با مشتری به شباهت ها وعلاقه مندی های مشترک با او توجه و ازآن برای تحکیم رابطه و ایجاد صمیمیت استفاده کنید.مثلا ممکن است هردو در یک دانشگاه درس خوانده باشید یا در ضمن گفتگو متوجه شوید که مشتری با خواهر یا برادر شما در یک زمینه کارمی کنند.این چیزها را بهانه ای کنید برای دوستی واعتماد سازی بیشتر.درضمن به یاد داشته باشید که برای فروش بسته تلاش وتقلای زیادی نکنید زیرا اثرعکس دارد.**

**چگونه فروش را بالا بریم**

**-مزایا و امتیازهای خدمات خود را برجسته کنید.سعی نکنید مثل رقبایتان بشوید بلکه تلاش کنید بی مانند و خاص باشید. رفتار و گفتارتان هم متفاوت باشد.مشتری بهترین معرف ومبلغ خدمات شما و دلیل وجودی شما است.وقتی یک باراز شما بسته مسافرتی یا هر محصول یا خدمت دیگری می خرد( بلیت پرواز-یا اتاق هتل-)دربرگشت ازسفراز او درخواست کنید وقت بگذارد ونظرش را درمورد کیفیت خدمات شما بنویسد وبه جزییات هم اشاره کند.مشتری همیشه خوشحال می شود ازاونظر سنجی کنید.ازآن مهم تراین که ازاین نظرسنجی ها اطلاعات بسیارمفیدی به دست می آوریدکه برای ادامه کارشما بسیار مفید است.**

**دررسانه های اجتماعی فعال شوید**

**امروزه مردم درهمه سنین در رسانه های جمعی حضوردارند و گروه هائی با علاقه مندی های مشترک تشکیل داده وبا هم درارتباط هستند.از تجربه های زندگی وسفرهایشان با هم گفتگو می کنند.شما هم در این شبکه ها فعال شوید.وارد بحثها شوید و با آنها تعامل کنید.اطلاعات مفید وجذابی را مطرح کنید و به اشتراک بگذارید.توجه وعلاقه آنها راجلب کنید نا نظربدهند و بحثی درگیرد.به بازخوردهایی که می گیرید توجه کنید.این ارتباط ها برای شما بسیارارزنده است.**

**ارزش افزوده بسازید**

**برای مشتری خود هدیه ای درنظر بگیرید و ارزش افزوده ایجاد کنید.مثلا یک گشت شهری یک روزه مهمانش کنید.یا استفاده رایگان ازتلسکوپ های ستاره شناسی یا یک جلسه رایگان آموزش موج سواری.اگرمسافر شما زوج جوان ماه عسلی هستند یک شام رومانتیک هدیه بسیارخوبی است.**

**محصولات خاص گردش گری-**

**چند محصول مختلف را با یکدیگر ترکیب کنید و یک بسته مسافرتی خاص بسازید.اگربتوانید کلیه خدمات سفراز بسته مسافرتی تا بلیت پرواز و بیمه مسافرتی و سایرخدمات را یک جا به مشتری بفروشید درآمد تان افزایش می یابد.پکیج ها را به سرعت آماده و برای مشتریان بفرستید تا فرصت کافی برای تصمیم گیری داشته باشند.برای درست کردن بسته مسافرتی ازالگوها و نرم افزارهای تورگردانی استفاده کنید.**

**بازارخاص خود را پیدا کنید**

**یک بخش خاص ازبازار یا یک مقصد خاص را که به آن کمتر توجه شده درنظربگیرید و روی آن کارکنید.جیزی عرضه کنید که نام شما را به عنوان متخصص وارایه کننده محصول خاص بشناساند.تورهای تخصصی سالمندان- دانشجویان- ماه عسلی های کمپینگی-یا تورهای لاکچری ماه عسل و یا تورهای آمریکای لاتین یا حنوب شرق آسیا..**

**تورهای تخصصی و آژانسهای تخصصی درسالهای اخیررواج یافته اند ومحبوبیت بیشتری دارند.**

**ارتباط های بی تو بی[[103]](#footnote-103) را برقرار کنید.واگردارید تقویت اش کنید.**

**همان طور که قبلا تاکید کردم همکاری با آژانس های همکار و باتجربه و شناخته شده نقش مهمی درموفقیت شما دارد. برای یافتن بازارهای جدید و تولید محصولات جدید گردش گری با آنها همکاری و شراکت کنید تا افق های جدیدی به رویتان گشوده شود.-**

**پایان**

1. -Disney [↑](#footnote-ref-1)
2. -Hiking [↑](#footnote-ref-2)
3. -Machu Picchu [↑](#footnote-ref-3)
4. -Goole flights tracker [↑](#footnote-ref-4)
5. -Scuba [↑](#footnote-ref-5)
6. -Skimming [↑](#footnote-ref-6)
7. -Going [↑](#footnote-ref-7)
8. -American marketing association [↑](#footnote-ref-8)
9. -Blue print [↑](#footnote-ref-9)
10. -Gala dinner [↑](#footnote-ref-10)
11. -Global distribution system [↑](#footnote-ref-11)
12. -Computer reservation system [↑](#footnote-ref-12)
13. -Hospitality sales and marketing international [↑](#footnote-ref-13)
14. -Itinerary [↑](#footnote-ref-14)
15. -Sygic [↑](#footnote-ref-15)
16. -Road trippers [↑](#footnote-ref-16)
17. -Triphobo.com [↑](#footnote-ref-17)
18. -Events eye [↑](#footnote-ref-18)
19. -Triplt.com [↑](#footnote-ref-19)
20. -Trip case.com [↑](#footnote-ref-20)
21. -Triphobo.com [↑](#footnote-ref-21)
22. -Tourist eye [↑](#footnote-ref-22)
23. -Road manager [↑](#footnote-ref-23)
24. -Virgin america [↑](#footnote-ref-24)
25. -Jet blue [↑](#footnote-ref-25)
26. -Southwest [↑](#footnote-ref-26)
27. -Bungee Jumping [↑](#footnote-ref-27)
28. \_Glider [↑](#footnote-ref-28)
29. -Cruise lines international association [↑](#footnote-ref-29)
30. - International airlines travel agents network [↑](#footnote-ref-30)
31. - Free lancer [↑](#footnote-ref-31)
32. -Carnival [↑](#footnote-ref-32)
33. -Royal cariebean [↑](#footnote-ref-33)
34. -Prince [↑](#footnote-ref-34)
35. -Norwegian [↑](#footnote-ref-35)
36. -Cruisemajic.com [↑](#footnote-ref-36)
37. -Qin [↑](#footnote-ref-37)
38. -Pagoda [↑](#footnote-ref-38)
39. -Karst [↑](#footnote-ref-39)
40. -Shou [↑](#footnote-ref-40)
41. - Yao [↑](#footnote-ref-41)
42. -Chengdu [↑](#footnote-ref-42)
43. -Aer lingus [↑](#footnote-ref-43)
44. -Iceland air [↑](#footnote-ref-44)
45. -Ryan air [↑](#footnote-ref-45)
46. -Easy jet [↑](#footnote-ref-46)
47. -Backpacking camp [↑](#footnote-ref-47)
48. - Family bike [↑](#footnote-ref-48)
49. -Jurassic beach [↑](#footnote-ref-49)
50. -Dark sky reserve [↑](#footnote-ref-50)
51. -Pet travel scheme [↑](#footnote-ref-51)
52. -Loch lomond [↑](#footnote-ref-52)
53. -Trossachs [↑](#footnote-ref-53)
54. -Suffolk [↑](#footnote-ref-54)
55. -England of dreams [↑](#footnote-ref-55)
56. -Wales [↑](#footnote-ref-56)
57. -Snowdonia [↑](#footnote-ref-57)
58. -Hang gliding [↑](#footnote-ref-58)
59. -Balmoral [↑](#footnote-ref-59)
60. -Scapaflow [↑](#footnote-ref-60)
61. -Poshtel [↑](#footnote-ref-61)
62. -Air Bed &B [↑](#footnote-ref-62)
63. -England automobile association [↑](#footnote-ref-63)
64. -Gatwick [↑](#footnote-ref-64)
65. -Fishguard [↑](#footnote-ref-65)
66. -U S travel association [↑](#footnote-ref-66)
67. -Travel industry council of Ontario [↑](#footnote-ref-67)
68. -International airlins travel agents network(IATAN) [↑](#footnote-ref-68)
69. -YTB [↑](#footnote-ref-69)
70. -Travese [↑](#footnote-ref-70)
71. GT trends [↑](#footnote-ref-71)
72. -Virtuoso [↑](#footnote-ref-72)
73. -American society of travel agents [↑](#footnote-ref-73)
74. -YTP [↑](#footnote-ref-74)
75. -Trave network [↑](#footnote-ref-75)
76. -GT trends [↑](#footnote-ref-76)
77. -International guide academy [↑](#footnote-ref-77)
78. -Music lable [↑](#footnote-ref-78)
79. -Franchise [↑](#footnote-ref-79)
80. -Franchisor [↑](#footnote-ref-80)
81. -Rossete Stone [↑](#footnote-ref-81)
82. -Bumrungrad [↑](#footnote-ref-82)
83. -Mrdical protection society [↑](#footnote-ref-83)
84. -American world medical and surgical [↑](#footnote-ref-84)
85. -Medical tourism association [↑](#footnote-ref-85)
86. Surgeon abroad [↑](#footnote-ref-86)
87. -Nuero surgery [↑](#footnote-ref-87)
88. -Gender reassignment surgery [↑](#footnote-ref-88)
89. -Yanhee [↑](#footnote-ref-89)
90. -Med treat [↑](#footnote-ref-90)
91. -Multiple [↑](#footnote-ref-91)
92. -Miniple [↑](#footnote-ref-92)
93. -Conglomerate [↑](#footnote-ref-93)
94. -Controling interest [↑](#footnote-ref-94)
95. -Carlson wagonlit travel [↑](#footnote-ref-95)
96. -Sole proprietorship [↑](#footnote-ref-96)
97. -Booking.com [↑](#footnote-ref-97)
98. -Hello world travel [↑](#footnote-ref-98)
99. -Flight center travel [↑](#footnote-ref-99)
100. -Business plan [↑](#footnote-ref-100)
101. -Crowd sourcing [↑](#footnote-ref-101)
102. -Onlineagency.com [↑](#footnote-ref-102)
103. -Business to business [↑](#footnote-ref-103)