

Участники:

Во встрече также приняли участие: советник по туризму и спорту Карлос Дельгадо (Carlos Delgado), генеральный директор по туризму Хайме Мартинес (Jaime Martínez), генеральный директор Turespaña Мануэль Батлер (Manuel Butler) и советник Turespaña в Москве Феликс де Пас Гарсия (Félix de Paz García).

Российская делегация: генеральный директор Natalie Tours Наталья Воробьева, директор по продукту PEGAS Touristic Борис Прлайнович Ковачевич (Boris Prlainovic Kovacevic), исполнительный директор по маркетингу и PR TUI Russia Ивор Вучелич (Ivor Vucelic), директор Rus Iber Елена Монхе Барредо (Elena Monkhe Barredo), директор по маркетингу Hotelbeds Russia Татьяна Митюшкина, президент турфирмы «Нева» Сергей Тимралиев, директор Vam Tour Артуро Вилья Гитеррес (Arturo Villa Guitérrez), коммерческий директор «Время-тур» Нелли Огурцова, генеральный директор туристической компании «Верса» Владимир Дорофеев.

▶▶▶

разгар сезона нет. Наталья Воробьева обратилась к представителям отельного сектора Балеар с официальной просьбой: «Сделать ставку на русских туристов и позаботиться о них». По её мнению, Майорка оправдывает все ожидания отдыхающих, главное – чтобы были места. «В противном случае все усилия и положительные результаты двух предыдущих сезонов могут сойти на нет». Natalie Tours открывает сезон в конце апреля и предполагает в этом году увеличить количество туристов не менее чем на 30%.

Исабель Боррего видит большой потенциал развития российского рынка в Испании. «Его рамки необозримы, – сказала госсекретарь. – В первую очередь потому, что к 2013 году потребительские возможности достигли среднего европейского уровня. Люди стремятся путешествовать, и у Балеар есть все возможности обрести верных клиентов».

Хосе Рамон Бауса подтвердил участие правительства Балеарских островов на Международной туристической выставке Mitt в Москве.

Летних планов громадье

Лидеры российского туризма планируют удачный сезон и совместную рекламную кампанию Майорки

Полина Коваленко

Как сделать, чтобы россияне узнали больше о Майорке, особенно жители удалённых от Москвы регионов? Поедут ли туристы на остров зимой? Устраивает ли отдыхающих качество отелей и услуг на острове? На эти и другие вопросы читателям «ВМ» отвечают руководители ведущих российских турфирм.

Сергей Тимралиев, «Нева»: «Во время встречи с правительством автономии шла речь о необходимости проведения общей централизованной рекламной кампании Майорки в России. Только работая сообща можно достичь результата. Например, подобные PR-программы блестяще проводят страны Скандинавии».



«Майорке нужна реклама»

Нелли Огурцова, «Время-тур»: «Замечательно, что появилась ваша газета. Ещё летом, заранее, следует рассказывать об острове так, чтобы люди поняли, зачем приезжать сюда в следующем марте. Пока наши клиенты хотят моря и солнца. Очень важно, чтобы испанские авиакомпании начали напрямую летать с Майорки в Россию зимой. Мы работаем с отелями не ниже четырёхзвёздочного уровня, поэтому качество устраивает, равно как и разнообразие местности – побережье, горы или село».

Борис Прлайнович Ковачевич, PEGAS Touristic: «Наш туроператор ориентирован на провинцию. Если раньше мы работали, в основном, с Москвой и Санкт-Петербургом, то сейчас открываем шесть дополнительных направлений из России, в том числе из Сибири и Урала. Также мы работаем с Украиной. Рынок – огромный, поэтому в маркетинговой политике важно определить предел своих возможностей».



После официальной встречи: руководители российских турфирм (вверху) в хорошем настроении. Борис Прлайнович Ковачевич (слева): «Русский клиент предпочитает отдыхать на пляже». Ивор Вучелич (справа): «Отели должны привыкнуть ко вкусам россиян». Фото: Патрисия Лосано



«Сезон открывается в мае»

плане можно взять пример с Анталии, климат которой очень похож на майоркинский. И, конечно, глобальная рекламная кампания невозможна без поддержки правительства Балеар».

Снежана Милохина, Tez Tour: «На некоторых этапах сезона наших туристов невозможно селить в отеле с немцами и англичанами. Поэтому в первую очередь мы предлагаем те отели, которые максимально соответствуют потребностям российских клиентов. Конечно, контракты подписываются заблаговременно. Проблема в том, что в среднем ценовом диапазоне хороших гостиниц мало. Мы по-прежнему будем работать только с отелями на юге и юго-западе острова. Открывать сезон раньше мая не стоит: красоты местной весны больше понятны тем, кто живёт на Майорке, туристов же интересуют горные лыжи зимой и море летом. Tez Tour ожидает 20-25% роста числа клиентов, по сравнению с прошлым годом».



Нелли Огурцова и Сергей Тимралиев (вверху) высказали общее мнение участников совещания о необходимости проведения в России глобальной рекламной кампании Балеар, важную роль в которой играет «ВМ». Директор Tez Tour на Майорке Снежана Милохина (слева): «Красоты местной весны больше понятны жителям острова. Туристам нужен пляж».

Около 90% наших продаж совершается через турагентства, в России их более 20 тысяч. Поэтому незадолго до открытия сезона мы приглашаем агентов в рекламные туры на Майорку. Они, в свою очередь, представляют остров туристам. Это наш главный рекламный инструмент. На месте путешественников встречают наши гиды. Учитывая трудности в оформлении виз и разрешений на работу, только самые опытные и квалифицированные кадры получают возможность работать на Майорке. Каждый гид должен выполнить минимальный план продаж – это стратегия фирмы, приносящая хорошие результаты.

С принимающим агентством мы работаем слаженно. Туристам предложен широкий выбор отелей всех категорий и во всех районах острова. Люди остаются довольны про-