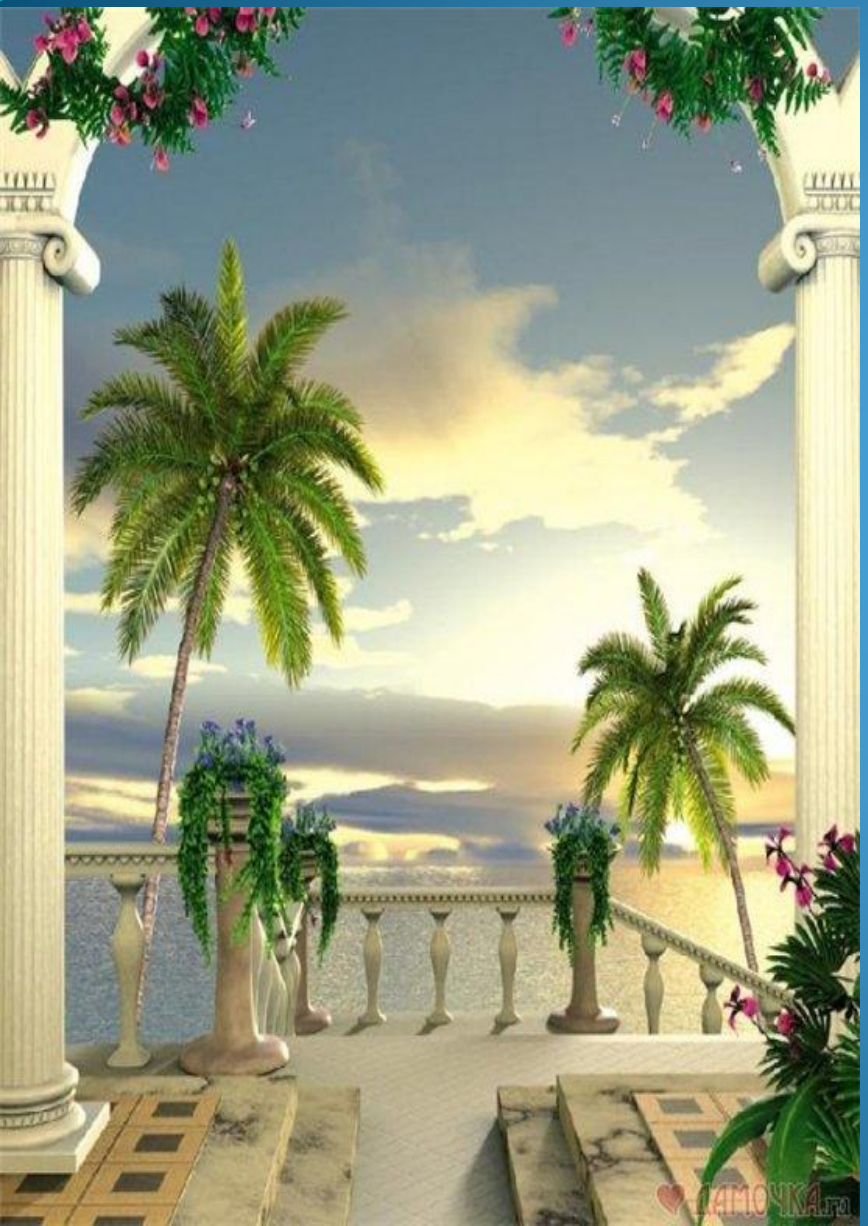
Коммуникации в турагентстве «Райское наслаждение»



Проблемы в области коммуникаций

1. **Плохо сформулированные сообщения.**
   Отсутствие ясности и точности приводит к дорогостоящим ошибкам.
2. **Несвоевременное донесение информации к сотрудникам и аппарату управления;**
3. **Искажение сообщений.**
   Сообщения искажаются непреднамеренно в силу затруднений в межличностных коммуникациях. Проблемы обмена информацией вследствие искажения сообщения возникают также вследствие фильтрации. В организации существует потребность фильтровать сообщения, с тем, чтобы с одного какого-то уровня на другой . Сообщения, отправляемые наверх, искажаются в силу несовпадения статусов уровней организации. Руководители высшего звена обладают более высоким статусом, поэтому возникает тенденция снабжать их только положительно воспринимаемой информацией. Это приводит к тому, что подчиненный не информирует руководителя о потенциальной или существующей проблеме, поскольку не хочет сообщать начальнику плохие новости. Дополнительной причиной ухудшения поступающей наверх информации бывает повышенное внимание руководителей среднего звена к сообщениям с верхних этажей власти по сравнению с информацией от их подчиненных.

Проблемы в области коммуникаций

4.Ошибочный перевод информации на различных этапах передачи.

Для начала необходимо установить обратную связь. Обратная связь важна, поскольку дает возможность установить, действительно ли ваше сообщение, принятое получателем, истолковано в том смысле, который вы изначально ему придали. В той же мере, в какой обратная связь может способствовать совершенствованию межличностного обмена информацией, могут действовать и системы обратной связи, создаваемые в организации. Один из вариантов системы обратной связи - перемещение людей из одной части организации в другую с целью обсуждения определенных вопросов. Опрос работников - еще один вариант системы обратной связи. Такие опросы можно проводить с целью получения информации от руководителей и рабочих буквально по сотням вопросов.

Пути решения

1.Плохо сформулированные сообщения.

Для решения данной проблемы необходимо сформулировать сообщения точно. Выбирать значащие слова, излагать свои мысли с точно и последовательностью, а также составлять предложения лексически грамотно. Хотя о коммуникации часто думают просто как о сообщении для того, чтобы она обладала какой-то ценностью, она должна пройти испытание по принципу ясности: сообщение обладает ясностью, если оно выражено таким языком и передано таким образом, что может быть понято получателем.

Пути решения

2.Искажение сообщений.

Для решения этой проблемы необходимо установить систему сбора предложений, которые будут разработаны с целью облегчения поступления информации наверх. Все работники получат при этом возможность генерировать идеи, касающиеся совершенствования любого аспекта деятельности организации. Цель подобных систем - снижение остроты тенденции фильтрации или игнорирования идей на пути снизу вверх .Например, создание ящика предложений.

Другой вариант системы обратной связи предусматривает создание группы руководителей и рядовых работников, которые встречаются и обсуждают вопросы, представляющие взаимный интерес. Еще один подход основан на кружках качества, а также группах неуправленческих работников, которые еженедельно будут собираться для обсуждения предложений по усовершенствованиям.

Наладить выпуск ежемесячной бюллетени с обзором предложений по поводу управления, на темы охраны здоровья работников, нового контракта, нового вида услуг, которые намечено предложить потребителям в скором времени, ответы руководства на вопросы рядовых сотрудников.

Пути решения

3. Несвоевременное донесение информации к сотрудникам и аппарату управления

Руководству турагентства необходимо использовать все возможности для организации встреч с коллективами на местах работы. А также служба персонала совместно с руководством компании должна разработать специальный проект, целью которого будет – своевременное и регулярное информирование всех сотрудников о направлениях деятельности компании, ее стратегии, социальной политике, о новых проектах и задачах, об изменениях, происходящих в компании и обществе.

Последние достижения в области информационной технологии могут способствовать совершенствованию обмена информацией в организациях. Персональный компьютер уже оказал огромное воздействие на информацию, которую руководители, вспомогательный персонал и рабочие рассылают и получают. Электронная почта дает работникам возможность направлять письменные сообщения любому человеку в организации. Это должно уменьшить традиционно неиссякаемый поток телефонных разговоров.

Коммуникации с внешней средой

Кроме коммуникаций внутри организации большое влияние на деятельность турагентств оказывают коммуникации с внешней средой. Совершенствование коммуникаций- одна из важнейших задач турагентства. К внешней среде относят:

- Поставщиков;
- Потребителей;
- Законы и законодательные органы;
- Конкуренты;
- Профессиональная ассоциация и т.д.

Маркетинговые коммуникации

- **Реклама** - наиболее значимый элемент коммуникационного комплекса. Она оказывает большое потенциальное влияние на все остальные элементы этого комплекса и является самой дорогой.
- **Стимулирование продаж** туристских услуг дополняет и поддерживает рекламную деятельность, способствует активизации продаж туруслуг, ускорению ответной реакции и положительному подкреплению поведения потребителей.
- **Связи с общественностью или PR .**Мероприятия в области PR выполняют задачи поддержки продвижения отдельных туров, повышения известности и укрепления имиджа компании
- Личная продажа

Реклама

Реклама в туристическом бизнесе должна выполнять следующие важные задачи:

1. С ее помощью любая составляющая услуги должна иметь осязаемый вид, чтобы потенциальному потребителю было понятно, что именно ему предлагается.

2. Она должна обещать выгоду или решение проблемы.

3. Она должна указывать на отличия продукта компании от продукта ее конкурентов.

4. Она должна оказывать позитивное влияние на тех работников компании, которые должны проводить в жизнь обещания, данные клиентам

Стимулирование продаж

Основными задачами стимулирования сбыта для конечных потребителей являются:

- поощрение более интенсивного потребления туров или отдельных туруслуг;
- побуждение к приобретению новых туров или услуг, которыми потребитель ранее не пользовался;
- формирование лояльности к компании;
- напоминание о поездке (сувениры, подарки);
- привлечение клиентов конкурентов.

Основные средства PR в туристском бизнесе

- Использование редакционного, а не платного места и времени в СМИ, обеспечивающих охват потенциальных клиентов.
- Установление и поддержание постоянных связей с СМИ для передачи сведений познавательно-событийного характера и привлечения внимания аудитории к туристским достопримечательностям, туруслугам, туристским центрам.
- Общефирменная коммуникация – деятельность, направленная на обеспечение понимания общественностью специфики деятельности и социальной ответственности турфирмы(участие в благотворительных акциях,средства идентификации)

Личная продажа

Личная продажа, предполагающая индивидуальное общение работника туристского предприятия с клиентами, широко распространена в туризме.

Стадии процесса личной продажи:

- Прием клиента и установление контакта с ним;
- Выявление потребностей клиента;
- Презентация продукта;
- Осуществление продажи;
- Последующий контакт с потребителем.

Роль интернета в совершенствовании коммуникационной политики

В настоящее время используется два основных способа использования сети Интернет турагентством:

- реклама туристских услуг и имиджа фирмы на собственных и чужих интернет-страницах;

- продажа туристских услуг через сайт турагентства

Современные технологии позволяют туристической организации:

1. расширить диапазон услуг, предоставляемых клиенту;

2. повысить оперативность работы и снизить издержки;

3. более эффективно взаимодействовать с партнерами;

4. использовать мультимедийные рекламно-информационные продукты;

5. получить доступ к обширным информационным ресурсам

В Интернете цениться оперативность и свежеть информации. Информацию на сайте необходимо обновлять каждый день.