



# Pachete turistice romanesti

## Relatia dintre agentia de turism si hotelier

Rolul agentilor de turism in relansarea  
turismului romanesc

Bucuresti 21.05.2008



- Agentii touroperatoare, parteneri sau concurenti pentru prestatorii din hotelarie ?
- Care este strategia ce dezvoltare ? Turisti romani ? Turisti straini ? Business Travel ? Grupuri ? Sindicate ? Ministerul Muncii ?



- Interesul primordial al agențiilor de turism este să creeze și să comercializeze **PRODUSE TURISTICE** de bună calitate la un preț competitiv, indiferent unde se află destinația finală
- Produsul turistic trebuie să fie vandabil
- Agenția trebuie să simtă că este un partener dorit, consultat, susținut



- Rolul agențiilor în promovare și comercializare produse turistice pentru turism intern :
- Includerea ofertelor cu cazare în hotel ca alternativă la alte forme de turism
- Includerea ofertelor în cataloage
- Includerea ofertelor în sisteme de rezervare, website etc
- Includerea ofertelor în spațiile de expunere ( vitrina )

București, 21.05.2008



- Rolul agențiilor în promovare și comercializare produse turistice **cu cazare în hotel în străinătate**
- Folosirea relațiilor cu partenerii străini touroperatori pentru a-i determina să preia oferta spa – România în cataloage
- Includerea ofertei România în produse turistice complexe ( împreună cu transport, transfer, excursii, circuite etc )
- Promovarea produsului turistic „ România „la târguri și expoziții în țări țintă precum Germania, Israel, Austria, Scandinavia – unde există deja o tradiție a destinației România, dar și în țări cu potențial precum Rusia, țări arabe



- **Ce trebuie facut :**

- Agențiile sa cunoasca si sa inteleaga foarte bine produsul ( Info-trip, training, seminarii, news-letter etc )
- Limbaj comun, eliminarea confuziilor ( gen wellness, spa balneoclimateric )
- Existenta ofertelor prestatorilor cu cel puțin un an înainte
- Relatia calitate / pret corespunzatoare nivelului international
- Cunoasterea calendarului de evenimente / atractii cu un an înainte
- Materiale informative complete , de calitate, in limbi straine, si facute numai dupa consultare cu agentile de turism si in special cu specialisti din strainatate
- Grila tarifara corecta, care sa tina seama de diferentele dintre receptie, agentie vanzatoare, agentie touroperatoare romana, agentie touroperatoare straina, client final
- Sistem de rezervari centralizat , care sa tina seama de grila de mai sus
- Efort comun pentru a incerca stabilizarea sau reducerea preturilor pe viitor printr-o mai bun grad de utilizare a capacitatii

Bucuresti, 21.05.2008



- **CONCLUZIA :**

Relansarea turismului in Romania se poate face eficient si rapid **NUMAI** printr-o colaborare corecta intre prestatorii de servicii si touroperatorii si agentiile de turism din Romania



Va multumesc pentru atentie !

Bucuresti , 21.05.2008