

ВУЗ

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**  
**на тему:**  
**«Совершенствование системы стимулирования**  
**продаж на примере туристического агентства**  
**Лайт Тур»**

**Выполнил:**

**Научный руководитель:**

# Цель и задачи

**Цель** – разработка комплекса интегрированных маркетинговых мероприятий по системы стимулирования продаж на примере туристического агентства «Лайт Тур».

## Задачи:

1. рассмотрение теоретических основ стимулирования продаж в туризме;
2. проведение анализа комплекса стимулирования продаж в ООО «Лайт Тур»;
3. анализ методов совершенствования продаж туристской фирмы
4. оценить работу предприятия по использованию возможностей улучшения системы продаж, улучшения работы торгового персонала, обосновать предложения и рекомендации по совершенствованию системы продаж на торговом предприятии.

# Основными клиентами являются потребители, которые нуждаются:

в различных видах  
отдыха;

в повышении  
уровня своих  
знаний;

в санаторном  
лечении;

в деловых  
поездках;

в различных  
выставках

# Фирма имеет следующие преимущества

Выбор. «Бюро путешествий и экскурсий» работает с несколькими десятками туроператоров.



Низкие цены. «Бюро путешествий и экскурсий» предлагает системы скидок для постоянных клиентов, для групп, для людей, оформляющих туры заранее.



Надежность. Рынок туристических услуг весьма динамичен. Периодически разоряются и сворачивают свою деятельность, как мелкие, так и крупные туроператоры.



Объективную информацию. «Бюро путешествий экскурсий» не ставит задачу продать определенный тур определенного оператора.



Защиту своих интересов. Крупные туроператоры работают по поточной системе и частные лица для них лишь побочный заработок.

## Сильными сторонами компании являются

Большой профессионализм и опыт сотрудников.

Большой выбор туристических продуктов.

Развитие в одном своем приоритетном направлении - морские и речные круизы, и медленно, но верно осваивает его, добиваясь стабильного положения на рынке туристических услуг.

# Для того чтобы продать продукт необходимо

Привлечь внимание  
потенциальных  
потребителей;

Вызвать интерес у  
потребителей к продукту.

Вызвать желание у  
потребителя купить данный  
продукт.

Стимулировать покупателей к  
данному действию

Для увеличения сбыта новой продукции нужна высококачественная реклама в средствах периодической печати, радио и телевидении, в газете, журнале (в цветной печати), в которых может быть информация, например, о новых маршрутах, о новых туристических услугах, основные показатели лучших туристических фирм в целях обмена опытом или совершенствования конкурентоспособности тур услуг.

## Два типа экономического эффективности

Быстрое заключение контрактов с получением в обозримый перспективе «живых денег», что означает обеспечение финансовой стабильности.

Эффективность может выражаться в заключении долгосрочных контрактов, что означает высокую занятость фирмы на год-два вперёд. Подобная эффективность выгодна предприятиям, которые не стремятся быстро восстановить прежний объём денежной массы, поскольку их финансовое администрирование и без того успешно.

**БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!**