

TEA KRIZMANIĆ
TiM tours, Opatija

TURISTIČKE AGENCIJE U NOVIM UVJETIMA

1. KULTURNO - ZABAVNI SADRŽAJI

Jako su važni pogotovo za destinaciju cjelogodišnjeg poslovanja: u glavnoj sezoni moraju biti prilagođeni mlađoj i srednjoj dobi gostiju, a u ostalom razdoblju kada boravi starija klijentela, treba se dati težište manifestacijama prilagođenim toj dobi, što može uspjeti i uz male financijske troškove: koncerti učenika muzičke škole Ino Mirković po kavanama koji su bili održavani prije par godina, pokazali su veliki uspjeh i oduševili stariju publiku.

Isto tako bi se kod te populacije mogao iskoristiti i lik Ive Robića kojeg su u svojim mladim danima često slušali i bili njegovi obožavatelji: npr. da se jedan tjedan u novembru prozove - "tjedan sjećanja na Ivu Robića" te da se u to vrijeme organiziraju 2-3 koncerta s njegovim pjesmama. To bi bilo prilagođeno njemačkoj govornoj publici koja je u tom periodu najčešći gost u Opatiji.

2. ULOGA TURISTIČKE AGENCIJE U ERI INTERNETA

Internetom najčešće vrše rezervacije individualni gosti koji na taj način bookiraju boravak u određenom hotelu i na taj način koriste u principu samo jednu uslugu, a to je hotelski smještaj.

Inozemne agencije koje za svoje goste i grupe trebaju više usluga po različitim destinacijama (hotelski smještaji, vodiči, ručkovi, ulaznice u nac. parkove, izleti i sl.) i dalje će trebati usluge turističkih agencija, posrednika jer time si olakšavaju rad i smanjuju troškove bankovnih doznaka:

- Sve usluge rezerviraju, najavljuju i vrše ev. Promjene na jednom mjestu kod tur. agencije posrednika.
- Sva plaćanja doznačuju se na jedno mjesto i time se smanjuju bankovni troškovi za cca 70%! Što nije mali iznos.

Zbog svega toga agencije očekuju od hotelijera podršku u suradnji i uključivanje posredničke provizije u cijene, tako da je za naručitelja usluge ista cijena i u hotelu i preko agencije.

3. PARKIRANJE AUTOBUSA

Treba pod hitno riješiti na način da se uz parkiranje na bilo kojem mjestu obavezno osigura i prijevoz šofera autobusa s parkirališta do hotela i obratno, jer s terena imamo vrlo negativnih reakcija na naš način "organizacije" parkiranja autobusa - čak do reakcije da više ne žele dolaziti u Opatiju radi toga. Bilo je čak vrlo neugodnih situacija da su se u II. mjesecu -kada je stvarno bilo slobodnih mjesta za parkiranje ispod Adriatica, autobusima stavljale "lisice" koji su tamo parkirali - a skidanje je koštalo 600 kuna! Mislim da nam takvo ponašanje ne služi na čast!