



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Autorem materiálu a všech jeho částí, není-li uvedeno jinak, je Věra Janovičová.

Dostupné ze Školského portálu Karlovarského kraje www.kvkskoly.cz, materiál vznikl v rámci projektu Gymnázia Cheb s názvem Rozvoj školského portálu Karlovarského kraje.

Činnost CK2

Produkt cestovních kanceláří a poskytování informací



Produkt cestovních kancelářích

- **Produkt-** cokoli co může nabízet na trhu a co může uspokojit potřebu nebo požadavek zákazníka
- V cestovním ruchu to můžou být hmotné předměty, ale důležitější jsou služby prodávané podniky cestovního ruchu, včetně i cestovních kancelář



Dělení služeb

- Služby zprostředkované- cestovní kanceláře nakupují od jiných dodavatelů
- Služby vlastní- organizují zájezdy a pobyty
- Služby placené a neplacené
- Například: poskytování informací s účastí na cestovním ruchu, rezervování míst, výlety, garantované trasy a transfery, pojištění osob a zavazadel.

- Některé zahraniční cestovní kanceláře se orientují na klubovní cestovní ruch – je spojen s pobytem hostů v klubech, klubovních zařízeních.
- Kluby nabízejí sportovní a animační program a většina z nich i péči o děti



Charakteristika produktu

- a) Služby CK jsou zákazníkovi poskytovány osobně
- b) Produkt CK je neskladovatelný, **vyrábí** se jen tehdy, když zákazník produkt **spotřebovává**
- c) Produkt CK má omezenou životnost – přizpůsobování měnícím se potřebám spotřebitelům
- d) Nespotřebovaná služba je pro producenta ztracená

- e) Zákazník CK musí za produkt zaplatit vždy předem
- f) Na produkt mají vliv i faktory (krajina, podnebí, chování domácího obyvatelstva)
- g) Produkt CK se nemůže před použitím testovat tak jako běžné spotřební předměty



Poskytování informací

- Patří mezi neplacené služby
- Často se poskytování informací mění až v poradenskou službu
- Druh, obsah a rozsah poskytovaných informací, závisí na tom zda jde o komplex služeb s bohatým aranžmá(zájezd,pobyt), nebo jednotlivou službu(prodej dopravní ceniny), na stupni informovanosti zákazníka

Kvalita informačního sdělení závisí:

- Všeobecném přehledu pracovníka
- Důsledné znalosti nabídky CK (školení)
- Vlastních zkušenostech získaných pultovým prodejem a zkušenostech převzatých od ostatních pracovníků
- Schopnosti, talentu pracovníků komunikovat se zákazníky, prezentovat jim své vědomosti
- Kvalitě informací obsažených v komunikačních prostředcích

Shrnutí

- Pracovník cestovní kanceláře by měl umět poskytnout minimálně informace o cílové zemi, oblasti, středisku CK...
- O celních, vízových, pasových, devizových a zdravotních předpisech
- Hlavních dopravních trasách a prostředcích.
- Možnostech ubytování a stravování atd.

