

Nr 06/2008



Czerwiec 2008

# Temat Miesiąca

Biuletyn informacyjny pod redakcją Rady Specjalistów 'EFWF'

**Barbara Dziedzic**  
**Podróże kobiet biznesu –**  
**szybko, sprawnie i tanio**

## Tanie latanie?



### TEMAT MIESIĄCA

Numer 06/2008

Redaktor Naczelny  
Joanna Szostek

Redaktorzy  
Grażyna Królewicz

Kontakt z redakcją e-mail:  
redakcja@bristles.com.pl

tel: 604 966 586

Oglądając w zaciszu domowym kolejną część przygód dr „Indiany” Jonesa (właśnie w kinach) niejeden z nas zatęskni do podróży pełnej niebezpieczeństw, do szaleńczej jazdy wagonikiem w kopalni, do skoku z samolotu gdzie zamiast nudnego i wyeksploatowanego spadochronu zabierzemy ze sobą ponton, by potem wykorzystać go w przypadku napotkanym górskim potoku. Niestety, ostatnio nie narzekam na nadmiar tajemniczych panów proszących o pomoc w odnalezieniu zaginionej Arki Przymierza. Za to podróżuję co raz częściej. Nie każdy kontrakt sfinalizuję przy użyciu telefonu komórkowego, poczty elektronicznej czy komunikatora internetowego. Potrzeba osobistego kontaktu, na całe szczęście, nie zanika. A chciałabym podróżować szybko, sprawnie i tanio – efektywnie wykorzystując siatkę połączeń, nie tracąc czasu na przesiadki i nie przepłacając za 40 kanałów filmowych na pokładzie, gdy i tak trzeba się przygotować do spotkania. Jak podróżować efektywnie, o tym w czerwcowym numerze „Tematu Miesiąca” w artykule Barbary Dziedzic. Zapraszam do lektury.

Redaktor Naczelny – Joanna Szostek

## Podróże kobiet biznesu – szybko, sprawnie i tanio

Barbara Dzedzic



**Zorganizowanie wyjazdu służbowego wymaga wielu pracochłonnych i czasochłonnych przedsięwzięć. Większość firm zleca te prace wyspecjalizowanym biurom podróży. Korzystanie z usług wiarygodnej agencji, zwanej w dzisiejszych czasach Travel Management Company (TMC) to oszczędność czasu i pieniędzy.**

TMC pełni obecnie inną funkcję niż tradycyjni agenci działający kilka, czy kilkanaście lat temu. W gąszczu ofert, funkcja doradcza firmy turystycznej nabrała pierwszoplanowego wymiaru. Biuro podróży, a w zasadzie jego pracownicy są ekspertami mającymi przegląd wszystkich ofert i doradzą, która z nich w danym przypadku jest optymalna. Za tę poradę warto zapłacić, bo oszczędza ona nie tylko czas i pieniądze klienta, ale i ustrzeża przed perturbacjami w podróży. W usługach największą wartością są ludzie, ich profesjonalizm, doświadczenie, wiedza i kultura osobista.

Oto 10 dobrych rad, jak organizować podróże służbowe:

**Biuro podróży musi być wiarygodne.** Przed podpisaniem umowy biuro powinno okazać klientowi kopię KRS, aktualną licencję udzieloną przez wojewodę, akredytację IATA (International Air Transport Association). Warto wybrać biuro z kilkuletnim doświadczeniem i specjalizacją w turystyce korporacyjnej. Istotne są otrzymane przez biuro certyfikaty jakości, nagrody i wyróżnienia, np. certyfikat ISO 9001. Przynależność biura do zrzeszeń, stowarzyszeń, organizacji krajowych i międzynarodowych świadczy o prestiżu biura oraz niejednokrotnie o wdrażaniu nowoczesnych rozwiązań organizacyjnych. Bardzo ważne są rekomendacje innych klientów. Należy się spytać o kondycję finansową firmy, kwalifikacje personelu i kompetencje zarządu. Przed podpisaniem umowy warto odwiedzić osobiście biuro, poznać personel i sprawdzić organizację pracy.

**Kompleksowość usług** stanowi o profesjonalnym podejściu do klienta. Warto związać się z TMC, które od A do Z „uszyje” każdą podróż i zaoferuje szeroki wachlarz usług turystycznych. Wiele biur świadczy wybrany zestaw bardziej rentownych usług, pomijając mniej opłacalne np. sprzedaż biletów PKP czy usługi wizowe. Zlecając TMC kompleksową obsługę minimalizuje się ryzyko pomyłki oraz zyskuje sporo czasu poświęcanego na dublowaniu czynności.

**Umowa nie może nakładać wyłączności** współpracy z danym TMC. Wysoka jakość usług i dobra współpraca same spowodują naturalną wyłączność w obsłudze. Warto od czasu do czasu porównać oferty na tę samą podróż w różnych biurach, uwzględniając nie tylko cenę ale szybkość reakcji, terminowość, profesjonalizm w sformułowaniu oferty.

TMC powinno akceptować wszystkie formy płatności i sugerować klientom nowoczesne sposoby **rozliczeń i analiz**, dzięki którym firma z łatwością kontrolować będzie swoje wydatki. Należą do nich wirtualne karty kredytowe tzw. travel accounts, faktury zbiorcze oraz raporty wydatków ułatwiające monitorowanie kosztów.

TMC powinno **szkolić osoby zamawiające z firm** i przekazywać na bieżąco informacje o nowościach w branży turystycznej. Dobra współpraca z biurem podróży wymaga od osób zamawiających sporej wiedzy. Zamówienia warto jest formułować pisemnie lub wymagać od TMC potwierdzeń ustaleń ustnych na piśmie.

**Nowoczesna technologia** jest sprzymierzeńcem zarówno biur podróży jak i osób zamawiających i bardzo usprawnia proces zamawiania podróży służbowych. Zamawianie usług emailem, przy pomocy formularzy internetowych oraz przez dostępne na stronie internetowej biura podróży systemy automatycznej rezerwacji usług nie tylko sprzyja szybkości ale i precyzji współpracy.

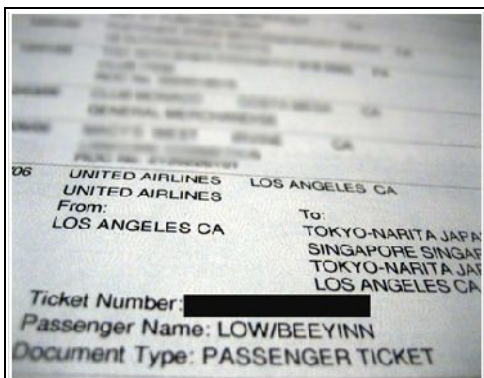


**Cena** za usługi TMC nie powinna być wysoka, choć uzależniona od jakości usługi turystycznej. Podróż służbowa to misternie upleciona sieć wielu usług, która nie może mieć słabych punktów. Od udanych podróży służbowych często zależy sukces całej firmy. TMC negocjuje w imieniu firmy specjalne zniżki w liniach lotniczych i hotelach, sugeruje rozwiązania, dzięki którym firmy oszczędzają dużo pieniędzy. Klienci powinni móc liczyć nie tylko na fachowe doradztwo, ale również pomoc w sytuacjach trudnych i niespodziewanych.

Trudne i niezaplanowane sytuacje zdarzają się każdemu. Ważne jest to, jak TMC reaguje w takim momencie. TMC powinno oferować 24-godzinny telefoniczny **serwis help-desku**, przez 7 dni w tygodniu.

Dobra **komunikacja** z TMC to podstawa sukcesu. Przepustowość linii telefonicznych, łączny internetowych, ilość osób zaangażowanych w obsługę, te elementy wpływają na czas reakcji na zamówienie. Zamówienie powinno być precyzyjnie sformułowane, zawierać jak najwięcej szczegółów i preferencji dotyczących podróży. W zamian TMC powinno przedstawić kilka wariantów podróży wraz z rekomendacją.

**Stała współpraca** procentuje dobrą organizacją podróży służbowej. Wzajemne zaufanie, poznanie potrzeb klienta owocuje sprawnością organizacji podróży, minimalizacją błędów, terminowością i zadowoleniem klienta. Dobre biuro podróży może dzięki temu realizować również plany wakacyjne swoich klientów.



## **Cena biletu lotniczego zależy od...CIEBIE.**

**Korzystanie z transportu lotniczego nie jest już luksusem, często bywa koniecznością. Internet przybliży nam i ułatwia zdobycie wiadomości o połączeniach lotniczych i cenach biletów. Pasażer może więc samodzielnie zdobyć wiele przydatnych informacji. Może też zginać w ich gąszczu.**

Ceny biletów od niedawna podawane są jako pełne koszty (taryfa, podatki, opłaty), dzięki czemu stały się porównywalne. Ale pozostaje pytanie, jaką podjąć ostatecznie decyzję o wyborze przewoźnika? Często z miasta A do B można dostać się na kilkanaście różnych sposobów. Cena zależy nie tylko od klasy podróży, a najniższa cena przelotu nie zawsze oznacza najniższe koszty.

Linie lotnicze kierują się swoimi zasadami cenowymi. Bywają rejsy, na które popyt przewyższa podaż. Wtedy jest mała szansa na znalezienie taniego biletu. Przewoźnicy są skłonni sprzedać za niskie ceny jedynie miejsca na rejsach mniej popularnych. O cenach decyduje system komputerowy, który analizuje dane z przeszłości oraz na bieżąco monitoruje aktualny stan sprzedaży i wyznacza cenę. To staje się podstawą tworzenia i modyfikacji systemu taryf. Nie istnieje więc jedna generalna zasada cenowa.

Natomiast za zasadę możemy uznać, że im niższa cena tym więcej restrykcji. Bilety tanie nie podlegają zwrotom, a wszelkie zmiany - jeżeli możliwe - wymagają dodatkowych opłat. Przy wyjazdach planowanych z dużym wyprzedzeniem plany mogą ulec zmianie, a koszt biletu pomimo początkowej atrakcyjności może znacząco wzrosnąć, nawet do poziomu (lub ponad poziom) ceny biletu bez restrykcji.

Zaletą biletów droższych jest elastyczność podróży oraz dodatkowe przywileje dla pasażera. Może on decydować bez dopłat o ewentualnych zmianach planów; dodatkowo oszczędza czas korzystając z szybszej odprawy, przechodzi bez kolejek na lotniskach, może zabrać ze sobą więcej bagażu oraz odpocząć w salonikach klasy business. Za droższe bilety sumuje się większa ilość „mil premiovych” do wymiany na bezpłatne bilety, pasażer oszczędza więc pieniądze.

Od kilku lat na rynku oferują swoje usługi tzw. linie nisko-kosztowe. Przeloty odbywają się głównie na średnich dystansach. Od 28 marca 2008 r. weszło w życie porozumienie UE i USA o liberalizacji przelotów nad Atlantykiem. Spodziewany jest nowy etap w oferowaniu tanich połączeń.

Przeloty „taniami przewoźnikami” poleca się głównie przy podróżach prywatnych. Aby skorzystać z niskiej ceny rezerwacja musi być zrobiona z dużym wyprzedzeniem. Nie ma możliwości dokonania samej rezerwacji, zawsze idzie ona w parze ze sprzedażą miejsca. To różni te linie od przewoźników tradycyjnych. Cena przelotu w tych liniach jest niska, ponieważ nie zawiera opłat za usługi zazwyczaj włączone do ceny biletu linii tradycyjnej. Sprzedaż odbywa się przez Internet lub telefonicznie na koszt pasażera. Ceny mogą zmieniać się szybko w miarę wypełnienia danego rejsu. Przewoźnik ma możliwość zmiany godziny odlotu bez uprzedzenia pasażera. Koszt telefonów w tych sprawach również ponosi klient. W przypadku anulacji rejsu linie takie nie mają obowiązku zapewnienia pasażerowi przelotu innymi przewoźnikami w danym dniu. Proponuje się zazwyczaj zwrot kosztów biletu lub przelot na danej trasie w innym terminie.



Bilety tanich przewoźników są w większości przypadków bezzwrotne, a wszelkie zmiany, jeżeli dopuszczone przez przewoźnika, podlegają dodatkowym opłatom. Ceny biletów są podawane zawsze w jedną stronę. Z reguły samoloty operują na oddalonych od dużych miast lotniskach, dzięki czemu opłaty lotniskowe są niskie. Płatności za bilet dokonuje się zazwyczaj kartą kredytową. Kartę pokładową pasażer otrzymuje tuż przed odlotem na podstawie okazanego potwierdzenia zakupu biletu. Wiele tanich linii wprowadziło niedawno opłaty za nadanie bagażu pasażerskiego.

Koniecznym jest wczytanie się w te wszystkie zasady, aby realnie ocenić ostateczny koszt podróży. Pomimo złudnie niskiej ceny biletu, po podsumowaniu kosztu nadania bagażu, opłat, zakupu posiłku na pokładzie, dojazdu do miasta z odległego lotniska i np. opłaty za zmianę daty powrotu, cena biletu może osiągnąć poziom normalnego biletu tradycyjnej linii lotniczej.

Nowe trendy wprowadzone przez tanich przewoźników wpłynęły na zmiany taryfowe tradycyjnych linii lotniczych, które zmodyfikowały swoje zasady i wprowadziły możliwość kupowania biletów w jedną stronę, łączenia różnych taryf. W wyniku tych zmian istnieje możliwość podróży np. z Warszawy do Kopenhagi w jedną stronę w taryfie restrykcyjnej, a powrotu w taryfie elastycznej.

**Konkludując, warto podkreślić, że branża lotnicza rozwija się dynamicznie, a koncepcje cenowe linii lotniczych zarówno tradycyjnych i nisko-kosztowych przenikają się. Jeżeli planuje się podróż, warto dokonać zakupu w wyspecjalizowanym biurze podróży, gdyż w skomplikowanej rzeczywistości najbardziej wartościowa jest dobra rada specjalisty. Tylko od Ciebie zależy, jaką opcję uznasz za optymalną dla swojej podróży.**



**Barbara Dziedzic- Prezes Bankowego Biura Podróży Travelbank, sp. z o.o. Absolwentka SGPiS (obecnie SGH) w Warszawie, Magister Ekonomii, specjalizacja Ekonomika Turystyki. Ukończyła Podyplomowe Studium Turystyki SGPiS, Podyplomowe Studium Stosunków Międzynarodowych i Dyplomacji na Collegium Civitas oraz kursy w zakresie zarządzania, marketingu, reklamy, PR, negocjacji, motywowania pracowników i profesjonalnej obsługi klienta. Aktywnie uczestniczy w pracach:**

- Europejskiego Forum Właścielek Firm
- Międzynarodowego Forum Kobiet
- Polish Professional Women Network
- Klubu Kobiet „Rozmawialnia”

Od 1996 r. Prezes Bankowego Biura Podróży TRAVELBANK oferującego usługi dla korporacji oraz wymagających klientów indywidualnych. Założycielka pierwszego w Polsce Luksusowego i Elitarnego Klubu Turystyki Kobiecej LEKTYKA. Mężatka, córka 27 lat. Inicjatorka utworzenia i członkini Zarządu Polskiej Sieci Biur Podróży ALIANS. Członkini Zarządu Międzynarodowej Sieci Biur Podróży International Travel Partnership. Pracowała 12 lat w PLL LOT, między innymi w przedstawicielstwie w Nowym Jorku na stanowisku ds. reklamy i public relations.